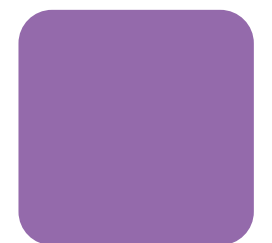
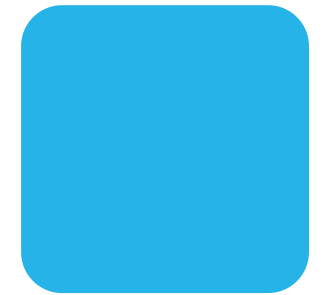


# Memoria Trabajo Fin de Grado.

**Creación de marca y material didáctico para personas que padecen Enfermedades Neurodegenerativas.**

Laura María Hernández Cedrés  
Curso 2019/2020







**Autora:** Laura María Hernández Cedrés

**Tutor:** Javier Cabrera

**Cotutor:** Alfredo Rivero

**Grado en Diseño**

Trabajo Fin de Grado

Curso 2019/2020

No se permite la reproducción de esta obra ni su transmisión por cualquier medio sin autorización previa.

La infracción de dichos derechos puede constituir un delito contra la propiedad intelectual.





# Resumen

## Resumen

Soy una alumna del Grado de Diseño de la Universidad de La Laguna que ha desarrollado su Trabajo de Fin de Grado a partir de la creación de una Identidad Visual que crea y distribuye juegos para personas con enfermedades neurodegenerativas. Por ello se ha desarrollado la Identidad de Neurozink junto con su manual de la marca, la cual busca ofrecer apoyo y servicios mediante todo tipo de material didáctico para personas mayores y que sufran enfermedades que conlleven a la demencia. A partir de ahí se desarrolla uno de sus juegos, Cubizink.

**Palabras clave:** Alzheimer, EA, demencia, Identidad Visual Corporativa, juego, material didáctico, marca, personas mayores, Braille.

# Abstract

## Abstract

I am a student of the Design Degree at the University of La Laguna who has developed her End-of-Degree project from the creation of a Visual Identity that creates and distributes games for people with neurodegenerative diseases. For this reason, the Neurozink Identity has been developed together with its brand manual, which seeks to offer support and services through all kinds of educational material for the elderly and those suffering from diseases that lead to dementia. From there one of her games is developed with the name of Cubizink.

**Palabras clave:** Alzheimer's, DA, dementia, Corporate Visual Identity, game, instructional materials, brand, old person, Braille.



# Contenido

## Contenido

<b>01</b>	<b>Descripción del proyecto</b>	<b>9</b>		
<b>02</b>	<b>Metodología del trabajo</b>	<b>13</b>		
	Objetivos			
<b>03</b>	<b>Investigación</b>	<b>17</b>		
	Enfermedades neurodegenerativas			
	Alzheimer			
	Asociaciones en España			
	Investigación competencia			
	Entrevista AFATE			
	Visita Sinpromi			
	Análisis competencia			
<b>04</b>	<b>Proceso de diseño</b>	<b>61</b>		
	Neurozink			
	Creación del naming			
	IVC			
	Aplicaciones			
	Cubizink			
	Creación del naming			
	IVC			
	Aplicaciones			
	Creación del juego			
	Definición del juego			
	Referencias			
	Propuestas gráficas			
	Cubos			
	Fichas			
	Preguntas			
	Packaging			
	Instrucciones			
	Adaptación Braille			
	Página web			
<b>05</b>	<b>Opinión personal</b>	<b>159</b>		
<b>06</b>	<b>Links</b>	<b>163</b>		
	Webgrafía			
	Bibliografía			
<b>07</b>	<b>Anexos</b>	<b>173</b>		



# 01

**Descripción del proyecto**

Descripción del proyecto



La presente memoria recoge todo el proceso tanto de investigación como creativo del proyecto realizado para el Trabajo de Fin de Grado, del Grado en Diseño de La Universidad de La Laguna.

De esta manera quedarán registradas y definidas las pautas seguidas durante el proyecto, un proyecto que lleva en marcha desde octubre del 2019 y que finaliza en septiembre del 2020.

El trabajo llevado a cabo trata del diseño tanto de una marca creadora y distribuidora de juegos y materiales didácticos para personas que padecen enfermedades neurodegenerativas como también el desarrollo del juego nombrado.





02

Metodología del trabajo

Metodología del trabajo



La metodología del proyecto se ha basado en continuas tutorías, siguiendo, dentro de lo general, una cronología adaptada al tiempo. Esta metodología ha consistido en:

- **Investigación previa:** Tanto de las enfermedades que engloba la marca para conocer e indagar acerca de puntos importantes de estos, y recoger todo tipo de datos y demás anotaciones que sirvan para el proyecto. También se investigó sobre competencias actuales en el mercado, para comprender a qué nos enfrentaremos en un futuro y conseguir así diferenciarnos del resto a través de la marca y sus servicios.
- **Entrevistas:** Consistió en la visita tanto a los centros de AFATE como Sinpromi para hablar en persona con profesionales del tema y conseguir toda la información posible. Este punto fue uno de los más importantes y decisivos del proyecto.
- **Primeras propuestas.**
- **Descripción del proyecto.**
- **Desarrollo y formalización del proyecto.**
- **Memoria.**
- **Presentación del proyecto.**
- **Diseño definitivo.**

### **Objetivos:**

En cuanto a los objetivos del proyecto marcados debido a las problemáticas actuales hacia personas con demencia son los siguientes:

- Crear una marca única y exclusiva para la distribución y creación de materiales didácticos para personas con enfermedades neurodegenerativas o personas mayores que quieran prevenirlas.
- No utilizar un rango de edad infantil como todas las marcas que existen actualmente.
- Crear un juego de mesa que trabaje todas las habilidades cognitivas.
- Diseñar un juego que se adapte a las habilidades de cualquier persona y que pueda ser usado en cualquier fase de la enfermedad.
- Desarrollar una marca inclusiva que permita el acceso a personas con discapacidades como puede ser la visual.
- Concienciar sobre la falta de materiales.



03

**Investigación**

Investigación



## Enfermedades neurodegenerativas

Las enfermedades neurodegenerativas se caracterizan por el deterioro neurológico progresivo, acompañado de una disminución de la funcionalidad e independencia personal. Estos padecimientos son de instalación gradual, generalmente progresivos. El grupo neuronal que esté involucrado dependerá de las manifestaciones clínicas que se presenten. El síntoma predominante en las enfermedades neurodegenerativas es la demencia progresiva.

La demencia es el resultado de la disfunción y la muerte de células del sistema nervioso central y periférico. Esta se manifiesta por el agotamiento progresivo de las neuronas, desembocando en el deterioro de las capacidades cognitivas, produciendo dificultad para aprender y olvidar lo aprendido.

Sus características esenciales consisten en el desarrollo de múltiples déficits cognoscitivos, incluyendo el deterioro de la memoria y la pérdida del desarrollo de funciones cognitivas, además de al menos una de las siguientes alteraciones: afasia (deterioro del lenguaje), apraxia (deterioro de ejecución de actividades motoras), agnosia (fallos en el reconocimiento) y la alteración de la capacidad de ejecución (implica la capacidad de planificar, iniciar, secuenciar y detener un comportamiento).

### Cómo examinar dichas alteraciones :

**Memoria:** Se examinará preguntándole al sujeto acerca de su capacidad para registrar, retener, recordar y reconocer información de interés.

**Afasia:** preguntando al sujeto nombres de objetos, partes del cuerpo y haciendo seguir órdenes.

**Apraxia:** pidiendo que ejecute funciones motoras como encajar o unir cubos y copiar figuras

**Agnosia:** preguntando al sujeto por objetos cotidianos o personas, imágenes y por la capacidad de identificar mediante el tacto.

Las enfermedades neurodegenerativas que cursan con demencia y que están clasificadas en el **Manual Diagnóstico y Estadístico de los Trastornos Mentales (DSM-IV)**<sup>1</sup> son las siguientes:

Alzheimer, por disfunción vascular, demencia debido a traumatismo cerebral, Síndrome de Korsakoff, Parkinson, Huntington, Pick , enfermedad de Creutzfeldt-Jakob, debido a otras enfermedades médicas, demencia inducida por el consumo de sustancias y debido a etiologías múltiples.

1. Valdés Miyar M. Manual Diagnóstico y Estadístico de los Trastornos Mentales (DSM-IV ). <http://www.mdp.edu.ar/psicologia/psico/cendoc/archivos/Dsm-IV.Castellano.1995.pdf> pag 139





# Alzheimer

La Enfermedad de Alzheimer (EA) es un trastorno neurológico, dentro del grupo de enfermedades neurodegenerativas, que provoca la muerte de las células nerviosas del cerebro.

Por lo general, el Alzheimer comienza paulatinamente y sus primeros síntomas pueden atribuirse a la vejez o al olvido común. A medida en que avanza la enfermedad, se van deteriorando las capacidades cognitivas, entre ellas la capacidad para tomar decisiones y llevar a cabo las tareas cotidianas, pudiendo surgir modificaciones en la personalidad. En sus etapas avanzadas, la Enfermedad de Alzheimer conduce a la demencia y finalmente a la muerte.

Es la enfermedad que más frecuentemente causa la pérdida de facultades, tanto mentales, sociales o de comportamiento, alterando la capacidad de funcionar de manera independiente en personas mayores. El Alzheimer produce una degeneración neuronal que afecta principalmente a las neuronas encargadas de realizar las funciones que más nos caracterizan como seres humanos.

Esta enfermedad se ha convertido en un problema social muy grave para millones de familias y para los sistemas de salud en todo el mundo. Lo que hace que esta demencia tenga un impacto tan fuerte en

los sistemas sanitarios y en la sociedad en sí, es su carácter irreversible, la falta de tratamiento curativo y la carga que representa para las familias de los afectados. Suele tener una duración media aproximada de 10-12 años, aunque ello puede variar mucho dependiendo de un paciente u otro.

Como vemos, esta enfermedad supone la pérdida progresiva de las funciones propias del cerebro, que en su conjunto se denominan funciones cognitivas e incluyen entre otras la memoria, lenguaje, orientación visual y temporal, atención y planificación. También afecta a las capacidades emocionales y conductuales tales como la motivación y el ánimo.

## Edad y sexo

Según la **Asociación Internacional de Alzheimer**<sup>2</sup>, “la enfermedad puede comenzar a una edad tan temprana como los 50 años”, aunque el comienzo de la enfermedad se fecha un 50%, en torno a una edad de 65 años. No obstante, la media de diagnóstico se sitúa en los 80 años.

Según el **Manual Diagnóstico y Estadístico de los Trastornos Mentales (DSM-IV)**<sup>1</sup> la edad de inicio de la demencia tipo Alzheimer puede ser señalada con el uso de uno de los siguientes subtipos:

- Inicio temprano. Este subtipo se usará si el inicio de la demencia se presenta a los 65 años o antes.
- Inicio tardío. Este subtipo se usará si la demencia se inicia después de los 65 años.

Realmente esta enfermedad no sólo afecta a la vejez, puesto que, como señala **Alzheimer’s Association**<sup>3</sup>, “las personas que heredan estos genes infrecuentes tienden a desarrollar los primeros síntomas incluso entre los 30, 40 y 50 años”.

Los sujetos que heredan Alzheimer entran dentro del subtipo familiar puesto que hay antecedentes de esta en parientes cercanos, mientras que en el caso de no existir antecedentes familiares, la enfermedad se clasifica en esporádica.

El alzhéimer de inicio temprano que se transmite de padres a hijos está vinculado a tres genes (el APP, el PSEN 1 y el PSEN 2).

Gracias a los datos extraídos de un **estudio de Miriam Ferreiro Pantín en el TFM “Caracterización de las diferencias de sexo en la enfermedad de Alzheimer desde una perspectiva ómica”**<sup>4</sup> nos damos cuenta de que, a pesar de que la EA afecte tanto a hombres como a mujeres, estas últimas tienen más riesgos de padecerla. Algunos de los factores que podrían contribuir son: estas son mayor propensas a la depresión y debido a una menopausia temprana pueden producirse alteraciones hormonales que desemboquen en mayor riesgo de demencia.

Como bien se indica en un **estudio realizado por J.Lee**<sup>5</sup>, existen diferencias conductuales durante el transcurso de la enfermedad y un mayor progreso del deterioro cognitivo en mujeres una vez diagnosticada la EA. Esto podría indicar que existen diferencias en el patrón de neurodegeneración producido por la EA o en la respuesta a este en función del sexo.

2. Alzheimer’s Disease International. (s. f.). ala. <https://www.alz.co.uk>

3. Alzheimer’s Association: <https://www.alz.org/alzheimer-demencia/alzheimer-de-inicio-temprano-precoz?lang=es-MX>

4. Caracterización de las diferencias de sexo en la enfermedad de Alzheimer desde una perspectiva ómica. M. Ferreiro Pantín.

5. Lee, J., Lee, K.J. y Kim, H. (2017). Gender differences in behavioral and psychological symptoms of patients with Alzheimer’s disease.

## Datos

Uno de cada cuatro hogares españoles se ve afectado por un familiar con Alzheimer, según el estudio **“El cuidador en España. Contexto actual y perspectivas de futuro: Propuestas de intervención realizado por la Confederación Española de Alzheimer y la Fundación Sanitas”**<sup>6</sup>. Existe una gran gravedad de la enfermedad: el Alzheimer es la demencia más frecuente en la población anciana, representando un 60% de las demencias. Se calcula que en el mundo hay 22 millones de personas que la sufren y que en tres décadas habrá el doble.

Según el libro **Enfermedad de Alzheimer y demencias afines**<sup>7</sup> en EEUU entre el 1 y el 6% de las personas mayores de 65 años padecen la enfermedad. El 10% mayores de 70 años y 40% mayores de 85.

En España más de 1,2 millones de personas sufren esta enfermedad, según **CEAF**<sup>8</sup>. A estas cifras habría que añadir los casos sin diagnosticar, aproximadamente entre el 30 y el 40% de la población, según las estimaciones de la **Sociedad Española de Neurología (SEN)**<sup>9</sup>. Además en nuestro país el Alzheimer se llevó casi 16.000 vidas en 2015., es decir que 35 de cada mil muertes que se produjeron fueron a causa de esta enfermedad, según los datos disponibles del **Instituto Nacional de Estadística (INE)**<sup>10</sup>

En cuanto a Canarias, al no existir datos de la población real afectada, para estimar el número de personas en riesgo, se utiliza el índice de prevalencia establecido por CEFA para esta enfermedad, establecido con la colaboración de AFATE

En 2019 se realizó un **estudio**<sup>11</sup> en el que se estima:

En Canarias hay 23.2017 personas mayores de 65 años con la enfermedad o en riesgo de padecerla y 20.351 mayores de 85 años en la misma situación. El número de mujeres en cada isla duplica al de hombres. Por islas, la isla de Tenerife es la que tiene mayor número de personas con dicha enfermedad.

En la provincia de Santa Cruz de Tenerife podría estar afectando a más de 11.789 mayores de 65 años y a más de 10.780 mayores de 85.

En la provincia de Las Palmas: los diagnosticados podrían sumar aproximadamente la cifra de 11.417 en la franja de mayores de 65 años, mientras que en mayores de 85 años suma un total de 9.571.

6. El Cuidador en España. Contexto actual y perspectivas de futuro. Propuestas de intervención. <https://www.ceafa.es/es/que-communicamos/publicaciones/el-cuidador-en-espana-contexto-actual-y-perspectivas-de-futuro-propuestas-de-intervencion>

7. Flint Beal M, Richardson E, Martin J. Enfermedad de Alzheimer y demencias afines. En: Harrison TR. Principios de medicina interna. 14a edición. México: Editorial Interamericana Mc Graw-Hill, 1998: vol. II: 2613-2616.

8. Ceafa: <https://www.ceafa.es/es>

9 SEN: <https://www.sen.es>

10. INE <https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=7947#!-tabs-tabla>

11. Estudio CEFA <https://www.canarydoctor.com/sanus/asociaciones/dia-mundial-del-alzheimer-en-canarias-datos-por-provincia/>

## Causas

Tanto en los **estudios de Perry y los de Bartus y cols, publicados en Science<sup>12,13</sup>**, los déficits de la acetilcolina han sido considerados como elemento importante en la enfermedad de Alzheimer. Esta es una sustancia química que actúa en la transmisión de los impulsos nerviosos y cuyo déficit provoca el deterioro del funcionamiento cognitivo.

En las personas con Alzheimer existe una disminución de la concentración de esta sustancia, provocando el deterioro en el rendimiento del sistema cerebral.

También se ha identificado en el cerebro de personas afectadas por EA depósitos anormales de dos proteínas: beta-amiloide y proteína tau, que desestructuran la estructura cerebral.

Según la **Fundación de Alzheimer de España (FAE)<sup>14</sup>** los 10 primeros síntomas en la EA son:

- Pérdida de memoria
- Repetición frecuente de preguntas a pesar de recibir respuestas.
- Colocación de cosas en lugares equívocos
- Dificultad para recordar el nombre de objetos
- Pérdida del sentido de la orientación con respecto al tiempo o al lugar
- Dificultades para realizar tareas fáciles
- Cambios bruscos en el humor

En el **(DSM-IV)<sup>1</sup>** se relata que para indicar el síntoma predominante, se debe seguir estas pautas:

- Con ideas delirantes: Este se usa si las ideas delirantes constituyen los síntomas predominantes.
- Con estado de ánimo depresivo: Si predomina un estado de ánimo depresivo. No se establecerá un diagnóstico separado de trastorno del estado de ánimo debido a una enfermedad médica.
- No complicado: Se usa este subtipo si ninguno de los subtipos mencionados resulta predominante en el cuadro clínico actual.

A estos síntomas de memoria se le suelen sumar otros como los cambios de humor y carácter, predominando la apatía en el que el enfermo disminuye su interés y motivación por las cosas que antes sí eran de su interés. También debemos añadir la pérdida de iniciativa a la hora de hacer las cosas, además de cambios en su propia personalidad.

El zinc, uno de los elementos esenciales más abundantes en el cuerpo humano, también está relacionado con la EA. Este es necesario para el desarrollo de la vida, como la respiración celular, actuando como cofactor e integrante de al menos 200 enzimas. Las alteraciones en la homeostasis del zinc se han relacionado tanto con el Alzheimer, como con el Parkinson y demás daños cerebrales.

12. Perry EK. The cholinergic hypothesis - ten years on. Br Med Bull 1986; 42: 63-9.

13. Bartus RT, Dean RL, Beer B, Lippa AS. The cholinergic hypothesis of geriatric memory dysfunction. Science 1982; 217: 408-14.

14. Cuales son sus 10 primeros síntomas - Fundación Alzheimer España. (s. f.). alzfae. <http://www.alzfae.org/fundacion/141/10-primeros-sintomas>

## Tratamientos

Algo que por desgracia algo que caracteriza a esta enfermedad es la falta de un tratamiento curativo.

Los objetivos existentes son:

- Disminuir el progreso de la enfermedad.
- Manejar los problemas de comportamiento, confusión y agitación
- Modificar el ambiente del hogar
- Apoyar a los miembros de la familia.

Existen fármacos y tratamientos no farmacológicos que han demostrado enlentecer la progresión de la enfermedad, aunque no son capaces de revertirla.

Los fármacos anticolinesterásicos que tienen una acción inhibitoria de la colinesterasa, la enzima encargada de descomponer la acetilcolina, el neurotransmisor que falta en el Alzheimer y que incide sustancialmente en la memoria y otras funciones cognitivas. Con todo esto se ha mejorado el comportamiento del enfermo en cuanto a la apatía, la iniciativa y la capacidad funcional y las alucinaciones, mejorando su calidad de vida.

La memantina, supone el otro grupo farmacológico, actúa sobre el funcionamiento de una sustancia llamada glutamato. En los pacientes con EA moderada a grave, la memantina mejora el déficit cognitivo el funcionamiento en las actividades de la vida

diaria y la conducta. A su vez, también se ha visto una mejoría a nivel de conducta tanto en agitación como agresividad. No se recomienda en fases leves.

Cabe resaltar que la estimulación cognitiva a través de talleres de memoria u otros abordajes no farmacológicos, a pesar de que no consiga frenar el curso evolutivo de la enfermedad, ni tampoco como prevención de la misma, sí ejerce un efecto beneficioso en los pacientes y cuidadores, consiguiendo:

- Mejorar la calidad de vida.
- Ralentizar (en los casos posibles) el avance de la enfermedad.
- Maximizar la autonomía personal del paciente en su vida diaria.
- Potenciar las capacidades mentales que siguen conservado.

Por tanto sabemos que esta enfermedad progresiva no tiene cura conocida hasta el día de hoy. Es por ello, y muy importante, que su tratamiento se basa sobre todo tratar de mejorar la calidad de vida del enfermo y en retrasar el progreso de la enfermedad mediante fármacos anticolinesterásicos. Es importante también destacar el papel que desempeña el apoyo familiar y la practica de actividades físicas e intelectuales estimulantes.

## Etapas del Alzheimer:

En la **Asociación de Alzheimer**<sup>15</sup> se describe el alzheimer en tres etapas: una leve, una moderada y una grave. No todas las personas experimentan los mismos síntomas, ni tienen por qué pasar por etapas

• **Fase 1 (leve):** Duración de la enfermedad de 1 a 3 años. En ella la persona puede seguir viviendo de forma independiente, realizando cualquier actividad de la vida cotidiana. Aún así, la persona puede tener episodios de pérdida de memoria tales como olvidar palabras, nombres o ubicaciones de objetos. Las dificultades comunes son:

1. Problemas para encontrar la palabra correcta
2. Dificultad de recordar nombres de personas nuevas
3. Dificultad para realizar tareas en entornos sociales.
4. Perder un objeto valioso
5. Tener problemas para planificar u organizar

• **Fase 2 (moderado):** Duración de 2 a 10 años. Esta es la etapa más prolongada, a medida que la enfermedad avanza, requerirá mayor atención. Estas personas tendrán dificultad para realizar las tareas diarias debido al daño de las células nerviosas, pero pueden recordar detalles que

sean significativos para ellos. En esta fase podrán notarse los siguientes síntomas:

1. Olvidarse eventos o información personal
2. Sentirse retraído en situaciones sociales.
3. No recordar la dirección o número de teléfono.
4. Confusión sobre la ubicación y fecha.
5. Problemas para controlar el ir al baño.
6. Cambios en la personalidad y el comportamiento, como el recelo y el delirio.

• **Fase 3 (grave):** Duración de 8 a 12 años. Esta etapa es la más difícil, en la que se pierde la capacidad de mantener una conversación y controlar movimientos. Ocurrirán cambios en la personalidad debido al empeoramiento de la memoria y las habilidades cognitivas, y necesitarán ayuda con las tareas diarias. En esta etapa, las personas con la Enfermedad de Alzheimer pueden:

1. Necesitar asistencia todo el tiempo con las actividades diarias y el cuidado personal.
2. Perder el recuerdo de experiencias recientes y los hechos que las rodean.
3. Experimentar cambios en las capacidades físicas, incluida la capacidad de hablar.
4. Tener más dificultad para comunicarse.
5. Volverse vulnerables a infecciones, especialmente a la neumonía.

15. Alzheimer's Association:  
<https://www.alz.org/about>

## Conclusiones:

Una vez concluida la investigación sobre las enfermedades neurodegenerativas, y en especial, sobre el Alzheimer, nos damos cuenta de lo presente que está dicha enfermedad actualmente, sobre todo entre las muertes en personas mayores.

Es probable que la poca concienciación que existe actualmente sea por la falta de información, a pesar de que tengamos a disposición gran parte de esta..

Queda claro que el Alzheimer es un problema que nos afecta a todos, y que la sociedad debería tomar conciencia de ello ya que, a pesar de no existir tratamiento curativo y de que la demencia no puede prevenirse, realizar cambios en ciertos hábitos pueden ayudar a mejorar tanto la salud en general como a ralentizar el proceso. Estos cambios pueden ser el mantener una vida activa, tener una dieta saludable y, en especial, mantener activo el cerebro.





## Asociaciones en España

En el siguiente apartado se ha llevado a cabo una investigación de las diferentes asociaciones de Alzheimer en toda España, que, en este caso, se ha dividido en dos zonas: Península y Canarias.

Lo que se busca con esta investigación es obtener información acerca de las terapias, tratamientos, juegos y demás ayudas que se utilizan actualmente con los pacientes en las diversas asociaciones.

Toda este análisis será una referencia para comprender qué necesitan estimular las personas que padecen EA y observar si realmente existe una falta de material e información tanto para ellos como para familiares y demás personas de apoyo, sirviendo como un impulso para el desarrollo del proyecto.

Por ello, las siguientes tablas están divididas en varios puntos, analizando entre ellos si la asociación posee página web y si en esta se ofrece la información necesaria tanto para los familiares, cuidadores, pacientes y demás personas involucradas.

En la parte izquierda podemos observar el primer análisis realizado en varias ciudades de España, en la cual se analiza la página web de las diversas Asociaciones de Alzheimer nombradasn investigando si dicha web dispone de la siguiente información:

- Uso de materiales didácticos: Aquí observamos y analizamos si informan sobre qué materiales utilizan, tanto juegos didácticos, como material para ejercicio físico, tecnológico, etc.
- Terapias: Se estudia si existe información acerca de qué tipo de terapias se utilizan en dicha Asociación, y en el caso de que así sea, se analizarían y compararían con otras Asociaciones.
- Información para familiares: En este caso, si en su página web hay a disposición información suficiente para familiares, como también ayuda y apoyo para estos.
- Cursos y voluntariado: En muchas Asociaciones se ofrecen cursos de información y consejos para familiares, además de la opción a trabajar como voluntario en el centro.

	Ciudad	Asociación	Pag web	Uso de juegos	Terapias	Info. familia	Cursos
1	Valencia	AFAV	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
2	Valencia	FEVAFA	Sí	No	Sí	Sí	Sí
3	Barcelona	FAFAC	Sí	No	Sí	Sí	Sí
4	Lleida	AFALL	Sí	No	Sí	Sí	Sí
5	Murcia	FFEDARM	No	No	No	No	No
6	Murcia	AFAMUR	No	No	Sí	Sí	Sí
7	Madrid	FAFAL	Sí	No	No	No	Sí
8	Madrid	AFEAM	Sí	No	Sí	Sí	Sí
9	Andalucía	Santa Elena	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
10	Galicia	AFAGA	Sí	No	Sí	Sí	Sí
11	Asturias	AFA	Sí	No	No	Sí	Sí
12	Castilla y León	AFAYCALE	Sí	No	No	No	No

1. **AFAV<sup>16</sup>**: En su página web encontramos diversa información acerca de los talleres que realizan:
  - Talleres de memoria: para estimulación cognitiva: 2 horas y 2 días a la semana.
  - Musicoterapia: Ayuda a la estimulación cognitiva.
  - Terapia píxel: Uso de cuadrados de colores
  - Sala multisensorial Snoezelen.
  - Terapia con ordenador
  - Terapia Xbox: Estimulación física y cognitiva
  - Terapia asistida con perros.
  - Hortoterapia: Cultivación y cuidado del huerto
  
2. **FEVAFA<sup>17</sup>**: Su web no dispone de información sobre acerca del tipo de terapias, sólo se nombran las siguientes actividades:
  - Cálculo
  - Razonamientos
  - Orientación temporal/espacial
  - Gimnasia y psicomotriz
 Es una información muy general y poco precisa.
  
3. **FAFAC<sup>18</sup>**: En su web se nombra la realización de actividades en el centro, aunque no se especifica ninguna en concreto. También se comenta cuáles son los objetivos de la Asociación. Existe una gran cantidad de información para familiares y profesionales, pero no encontramos

información suficiente sobre la programación y terapias impartidas en el centro.

Además, proporcionan en su web la venta de pulseras con código QR, por un precio de 4,50€, la cual registra datos del paciente y un familiar, para así poder localizar y contactarle en el caso en que la persona se pierda.

4. **AFALL<sup>19</sup>**: En su web hay a disposición información varia sobre la realización de varios talleres:
  - Taller para la estimulación cognitiva.
  - Taller de psicomotricidad.
  - Taller de laborterapia
  - Musicoterapia
  - Técnicas de orientación a la realidad
  - Atención psicológica especializada
  - Terapia con perros.
  
5. **FFEDARM<sup>20</sup>**: Esta no dispone de página web, por lo tanto, no encontramos la información necesaria, en este caso, de forma online.
  
6. **AFAMUR<sup>21</sup>**: Las terapias nombradas en su página web están relacionadas con la estimulación cognitiva, tales como la orientación, realidad, lenguaje, memoria y concentración. También realizan terapia mediante el ejercicio físico (psicomotriz) y también grupal.

16. Inicio. (s. f.). AFAV. <https://www.afav.org>

17. FEVAFA - Federación Valenciana de Asociaciones de Familiares de personas con Alzheimer. (s. f.). FEVAFA. <http://www.fevafa.org>

18. FAFAC | Federació de familiars de malalts d'Alzheimer. (s. f.). FAFAC. <https://www.fafac.cat/es>

19. www.afall.es. (s. f.). aval. <https://sites.google.com/site/alzheimerlleida/>

20. INICIO - Portal Ayuntamiento de Murcia. (s. f.). Ayuntamiento de Murcia. <https://www.murcia.es/web/portal/inicio;jsessionid=85213C1F0C772C9FC-C0EBB0592475748>

21. Editor. (s. f.). Afamur | Asociación de Familiares de Enfermos de Alzheimer de la Región de Murcia. afamur. <http://www.afamur.com>

7. **FAFAL<sup>22</sup>**: Además de la información de contacto y la opción a colaborar con ellos, sólo se informan de la realización de una serie de servicios dirigidos tanto a las Asociaciones que forman parte de la Federación como a los propios familiares y enfermos de Alzheimer que acuden y reciben atención integral en dichas asociaciones.
8. **AFEAM<sup>23</sup>**: En esta encontramos la realización de varios talleres para la memoria, ejercicios fisioterapéuticos y de psicomotricidad. Además, también hay a disposición cursos afectivo-emocional para grupos de apoyo, cuidadores y familiares. Otra información que incluyen en su página web es un folleto en el que se informa de ciertas actividades que se realizaron fuera del centro hacía unos meses.
9. **Asociación de Alzheimer Santa Elena<sup>24</sup>**: En su web proporcionan varios cuadernillos, utilizados con sus pacientes y que ayudan a la psicoestimulación y memoria, estando estos a disposición de todos los usuarios, sin ser necesario estar registrado. Además, también encontramos las terapias que realizan para la neuroestimulación cognitiva, incluyendo terapia fisioterapéutica.

10. **AFAGA<sup>25</sup>**: En su web encontramos diversa información sobre los talleres que llevan a cabo:
- Talleres de estimulación cognitiva y funcional
  - Taller de nuevas tecnologías: por ejemplo karaoke
  - Taller de fisioterapia.
  - Taller estimulación: ayudando a su autonomía.
11. **AFA<sup>26</sup>**: En esta sólo disponemos de información acerca de la impartición por neuropsicólogos. Toda la información restante que se ofrece es acerca de apoyo y ayuda a familiares. También cuentan con una chapa con código QR, gratis para afiliados, en el que encontramos los datos del paciente y familiar.
12. **AFAYCALE<sup>27</sup>**: En su web únicamente encontramos consejos para familiares como por ejemplo:
- Simplificar las tareas.
  - Establecer rutinas.
  - Tener comunicación.

En cambio, disponen de una revista en la que encontramos terapias que realizan:

- Actividades de relajación con familiares.
- Estimulación cognitiva y psicomotriz.
- Actividades para personas que aún no padezcan de Alzheimer, pero puedan padecerlo.

22. FAFAL – Federación Alzheimer de la Comunidad de Madrid. (s. f.). FAFAL. <https://fafal.org>

23. AFEAM - Asociación de Familiares de Enfermos de Alzheimer de Madrid. (s. f.). AFEAM. <http://afeam-madrid.org>

24. INICIO. (s. f.). alzheimer-sevilla. [https://www.alzheimer-sevilla.com](https://www.alzheimersevilla.com)

25. A. (2020, 12 marzo). Afaga Alzheimer. Asociación Familiares Galicia. AFAGA. <https://afaga.com/es/>

26. Asociación Alzheimer Asturias / A.F.A.-Asturias. (2017, 22 junio). Asociación Alzheimer Asturias. <https://www.asociacion-alzheimer.com>

27. A. (s. f.). Inicio. AFACAYLE - Alzheimer Castilla y León. <https://www.afacayle.es>

En este apartado, pasamos a realizar una investigación similar a la anterior, con la diferencia de que aquí se ha acotado la zona a las Islas Canarias, para así podernos centrar en un campo más cercano.

A continuación, se realizará un análisis de cada una de las Asociaciones de las islas.

1. **AFA, Lanzarote y Fuerteventura<sup>28</sup>**: Su página web no proporciona explicación sobre el tipo de terapias que realizan en el centro. En el apartado “qué hacemos” sólo se informa de:
  - Atención a familiares de enfermos
  - Servicios de atención domiciliaria.
  - Actividades sobre la mejora de calidad de vida.
  - Centros de día (estancia diurna) en residencias.
  
2. **Alzheimer Canarias<sup>29</sup>**: En la página web, en la isla de Gran Canaria, existe una gran variedad de información acerca de las actividades que realizan en su centro, como son:
 

Actividades cognitivas:

  - Orientación tiempo espacial.
  - Historia personal y cuerpo humano.
  - Atención y concentración.
  - Ejercicios de memoria y recuerdos.
  - Terapia manual.
  - Praxia (uso de las manos en actividades)

	Isla	Asociación	Pag web	Uso de juegos	Terapias	Info. familia	Cursos
1	Lanzarote/ Fuerteventura	AFA	Sí	No	No	Sí	No
2	Gran Canaria	Alzheimer Canarias	Sí	Sí	No	Sí	Sí
3	El Hierro Tenerife La Gomera	AFATE	Sí	No	No	Sí	Sí
4	La Palma	AFA	Sí	No	No	No	Sí

28. 403 Forbidden. (s. f.). AFA Lanzarote. <http://www.afalanzarote.com/>

29. User, S. (s. f.). Inicio. Alzheimer Canarias. <http://www.alzheimer-canarias.org>

## Conclusiones

3. **AFATE**<sup>30</sup>: Esta se encuentra en 3 de las islas, y desde su página web, bastante completa, nos informan de algunas de las terapias realizadas en el centro:
  - Talleres de entrenamiento cognitivo.
  - Información acerca del Alzheimer y ayudas
  - Estimulación cognitiva: percepción, atención, razonamiento, abstracción, memoria, lenguaje, orientación, gnosias y praxias.
4. **AFA, La Palma**<sup>31</sup>: En la página web de la asociación se informa de los servicios que ofrecen, tales como fisioterapia, logopedia y psicológica, pero no hay a disposición qué tipo de terapias realizan en el centro.

Después de hacer una comparación entre diferentes asociaciones, podemos concluir con que existe una falta de información en la mayoría de las webs acerca de la programación de cada centro al igual que la inexistencia de información sobre qué tipo de juegos y materiales didácticos utilizan.

Lo que queda claro es que en todas ellas se busca desarrollar la estimulación cognitiva, psicomotricidad y fisioterapia. Por otra parte, la gran mayoría realizan actividades como musicoterapia y de la vida cotidiana, mientras que muy pocas nombran actividades en las que se utilice nuevas tecnologías.

Concretando sobre las Islas Canarias, encontramos poca información, sobre todo en comparación con las Asociaciones situadas en la Península. La web más completa entre estas es AFATE, y Alzheimer Canarias.

A pesar de haber concluido con qué terapias, por lo general, se trabaja más con personas que sufren EA, se necesita conocer qué materiales didácticos son mejores para ellos. Para conseguir este tipo de información, he decidido optar por ir a AFATE y así hablar con profesionales del tema, puesto que es la isla en la que me encontraba y a la cual podría acceder para poder ver en primera persona estos materiales.

30. Inicio - AFATE. (s. f). AFATE. <http://www.afate.es>

31. Envejecimiento Activo. (2020, 26 agosto). AFA La Palma. <https://afalapalma.net/envejecimiento-activo/>

## Análisis competencia

En este apartado se analizarán las actuales competencias que encontramos en el mercado en relación a los diferentes materiales didácticos destinados a personas que padezcan enfermedades neurodegenerativas.

Se analiza en primer lugar los diversos tipos de juegos para así comprender a qué nos enfrentamos y qué problemáticas existen actualmente en el mercado y de esta forma conseguir satisfacer esas necesidades a través de nuestro juego. Una vez analizado, seguiremos con la metodología marcada y desarrollaremos nuestro material didáctico.

Una vez definido el juego, se pasará al análisis de las identidades Visuales nombradas, en el apartado **“Creación de la marca”**, tanto de la marca distribuidora del juego como también de este mismo.

Se ha realizado en primer lugar este análisis ya que es necesario el desarrollo y definición como son los objetivos, para después poder llevar a cabo una marca acorde con nuestro futuro juego.

### Akros Educational:

En la página web de **Akros Educational**<sup>32</sup> encontramos una venta online de muchos tipos de juegos para ejercitar la memoria, en especial el famoso juego Memory. Estos los podemos encontrar de diferentes temáticas, tales como lugares del mundo, personas, emociones, oficios, etc

El objetivo del juego es el de adivinar dónde está la pareja de la otra tarjeta, las cuales estarán todas boca abajo. Ese tipo de juegos trabajan la memoria y desarrolla la atención, observación y percepción/agnosia, además de que al disponer de diferentes temáticas, se desarrolla el vocabulario.

Otra de las características que llama la atención es que disponen de *Maxi-Memory*, ayudando así a que personas mayores puedan disfrutar de sus materiales didácticos, sin ningún tipo de problema para visualizar o leer las tarjetas.

La gran problemática que encontramos en esta marca, es que a pesar de que en la descripción del juego aparezca que ejercita la memoria tanto en niños como adultos, estos son indicados como juegos infantiles, adaptado a estas edades, en el que la mayoría tiene en la portada a un niño jugando.

Precio: Desde 10 euros



32. Akros educational. (s. f.).  
▷ JUEGOS para Desarrollar Capacidades. <https://akros-educational.es/juegos/juegos-para-desarrollar-capacidades/>



## Mueblear S.L: Aranz: Juego de Alzheimer

Al investigar sobre la marca Mueblear y Aranz, da la curiosidad de que no encontramos nada, únicamente una página web de venta de muebles y decoración del hogar, nada que ver con el tema didáctico.

Aún así, este juego sigue en venta en varias páginas webs de envíos y repartos como lo es Amazon.

**Aranz: Juego de Alzheimer<sup>33</sup>** consiste en un estuche de juegos enfocados a personas enfermas de Alzheimer. Según lo que comentan en Amazon, es un estuche práctico y de fácil manejo. El material de todas las fichas, o la gran mayoría, es madera.

El juego trata, por lo que se ha podido deducir ya que apenas se encuentra información de este, de la organización de piezas por tamaños y colores.

Los colores son: rojo, azul, amarillo, verde y blanco.

Precio: Es una cantidad muy elevada, la cual ronda los 280 € por cada unidad.



33. Aranz- Juego Alzheimer, (Mueblear SL 22750): Amazon.es: Juguetes y juegos. (s. f.). Aranz. [https://www.amazon.es/Aranz-%20Juego-Alzheimer-Mueblear-22750/dp/B076DDQ3XX/ref=sr\\_1\\_10?keywords=Alzheim](https://www.amazon.es/Aranz-%20Juego-Alzheimer-Mueblear-22750/dp/B076DDQ3XX/ref=sr_1_10?keywords=Alzheim)

## Active Minds:

**Active Minds<sup>34</sup>** es de las marcas más completas en cuanto a la venta de materiales didácticos dirigidos a personas con demencia. La marca proporciona actividades significativas y atractivas para hogares con personas que sufren esta enfermedad al igual que residencias de mayores. Sus materiales, según se especifica en su página web ayuda a reducir los problemas de depresión, aburrimiento y aislamiento tan comúnmente asociados con la demencia.

Active Minds dispone de muchísimos materiales además de los muchos que se encuentran en desarrollo. Muchos de los juegos que encontramos disponible en su página web son

- Active Minds: Laberintos.
- Active Minds: Producto multi-sensorial.
- Active Minds: Bingo de animales sonoros.
- Active Minds: Serpientes y Escaleras.
- Active Minds: Álbum de Casa
- Active Minds: Enlazar y pensar
- Active Minds: Cartas de dados



34. Activities For People With Dementia | Active Minds UK. (s. f.). Active minds. <https://www.active-minds.org/uk/>

## Shake Loose a Memory

**Shake Loose a Memory**<sup>35</sup> es un juego fácil y divertido para personas mayores que tienen problemas de memoria. Este desbloquea recuerdos y reconstruye experiencias. El juego contiene un dado y 192 tarjetas que estimulan la memoria con preguntas como, “¿Recuerdas plantar verduras?”. Cada tarjeta genera interacción social y familiar.

Los juegos Shake Loose a Memory son excelentes para familias, cuidadores y proveedores de servicios profesionales”. Shake Loose a Memory está destinado para personas que se encuentren en la fase leve o moderada de la enfermedad.



35. Shake Loose A Memory - Games for Persons with Alzheimer's | \$20.99. (2018, 30 diciembre). Best Alzheimer's Products. <https://best-alzheimers-products.com/product/shake-loose-a-memory-game-350>

## Decedario

**Decedario**<sup>36</sup> es una herramienta de fácil uso creada por Diana de Arias, una chica que desde los 23 años trata de superar un Daño Cerebral Adquirido (DCA), una de las motivaciones a la creación del juego. Decedario permite trabajar las funciones cognitivas.

Las 6 ventajas de Decedario:

- Más de 40 actividades diferentes
- Sin límite de edad: a partir de 5 años hasta adultos
- Intuitivo y fácil de usar
- Se adapta a las necesidades de cada persona
- Avalado y testado por el equipo Nueva Opción y Hablemos de NeuroCiencia
- Sistema de autocorrección para la autonomía

Las funciones que se trabajan con decedario son: Destrezas académicas, atención, praxia, gnosias, memoria, lenguaje, funciones ejecutivas

El juego trata de la formación de palabras, a partir de imágenes mediante fichas coloridas.

Este juego va dirigido para todas aquellas personas que sufren cualquiera de las siguientes enfermedades: DCA, TDHA, TEL, TEA, EA, Párkinson, Síndrome de Down, entre otras.



36. Juego de estimulación cognitiva para niños y adultos. (2020, 26 agosto). Decedario. <https://www.decedario.com>

## Diskover Memory

**Diskover Memory**<sup>37</sup> trata de un juego de mesa creado por el estudio Valenciano Unamo y pensado para personas que posean enfermedades relacionadas con la memoria, motricidad y la atención.

Está compuesto por 33 discos distribuidos en tres columnas, con once discos cada una de ellas. Estos se pueden mover y girar, y cada uno posee tamaños, colores y texturas distintas. En el juego habrá un moderador que será el encargado de coger una ficha y leer su enunciado, mandando así una acción.

El material está creado a partir de tablero conglomerado DM, con estructuras de hierro y nailon.

Pero Diskover Memory también está pensado para niños y cualquier tipo de persona, independientemente de su edad y patología.



37. Castresana, J. (2018, 19 julio). Diskover Memory, el juego de mesa para la rehabilitación psicomotriz. Experimenta. <https://www.experimenta.es/noticias/industrial/diskover-memory-el-juego-de-mesa-para-la-rehabilitacion-psicomotriz/>

## Olores contra el Alzheimer

**Olores contra el Alzheimer**<sup>40</sup> un material proporcionado por AFAL, utilizando el sentido del olfato, un sentido que nos evoca recuerdos y emociones. Este es tan importante que llega a almacenarse un 35% en nuestra memoria, a diferencia de la vista o el oído.

Una caja que cuenta con 12 olores asociados a un momento o recuerdo para la persona que padezca Alzheimer. En su interior contiene 12 frascos con una etiqueta en la cual se menciona el olor que lleva dentro, No se trata de un juego, pero sí que en esta caja encontramos formas de desarrollar las estimulaciones cognitivas y ayudar a las personas que padecen demencia a pasar un buen rato.



40. B. (2014a, marzo 19). Olores contra el Alzheimer. Behance. [https://www.behance.net/gallery/15415601/Olores-contra-el-Alzheimer?tracking\\_source=search\\_projects\\_recommended%7Calzheimer](https://www.behance.net/gallery/15415601/Olores-contra-el-Alzheimer?tracking_source=search_projects_recommended%7Calzheimer)



## Reconocer: un juego de estimulación cognitiva

**Reconocer**<sup>41</sup> es un juego de mesa para la estimulación cognitiva creado para personas con alzheimer, aunque detallando que serán personas que se encuentren en fase leve. Su intención es servir de puente entre el centro y la vivienda, con el objetivo de estimular las capacidades cognitivas y motoras, promoviendo así las relaciones intrafamiliares.

Este juego destaca por su gran uso de las manualidades, contiene no sólo tarjetas que te mandan acciones como “¡mítame, escúchame...” si no también lápices, puzzles, calendarios, imágenes... Todos estos materiales están sujetos por cintas.



40. B. (2014b, abril 22). Reconocer. Behance. [https://www.behance.net/gallery/16308569/Reconocer?tracking\\_source=-search\\_projects\\_recommended%7Calzheimer](https://www.behance.net/gallery/16308569/Reconocer?tracking_source=-search_projects_recommended%7Calzheimer)

## Conclusiones:

Realizar una investigación sobre juegos y materiales didácticos existentes hoy en día para personas que padecen enfermedades que conlleva a la demencia me ha hecho darme cuenta de la gran falta que existe de esto. A pesar de haber conseguido información de varios, de ellos, me costó meses, incluso durante todo el proceso del trabajo, encontrar juegos de este tipo. Muchos de ellos los encontré gracias a terceras personas que lo habían visto.

El problema llega a la hora de conocer estos juegos, puesto que encontramos escasa información en Internet, la plataforma a la que actualmente solemos acudir en las búsquedas. La gran parte de estos juegos se venden online, y aún así, tenemos que buscar y rebuscar para conseguir encontrar variedad de materiales para personas mayores.

Otro de los puntos a destacar y que no podemos obviar, es la falta de material exclusivo para estas personas, puesto que todos los juegos nombrados anteriormente son para todas las edades, acercándose inevitablemente hacia lo infantil. Me ha impactado bastante todo esto, como encontrarme una frase de AFAL por el Día Internacional del Alzheimer que decía **“para niños de más de 65 años”**<sup>41</sup>.

Debemos ser conscientes de que estas personas, a pesar de necesitar estimular las mismas partes y habilidades que los niños, no son niños.

Bastante sufren y luchan contra una Enfermedad muy dura, como para tener que soportar materiales creados para niños de 3 años. Y esto es, mi gran motivación a seguir adelante con este proyecto.

41. B. (2014, 9 abril). Afal - Día internacional del Alzheimer - C de C. Behance. [https://www.behance.net/gallery/15978097/Afal-Dia-internacional-del-Alzheimer-C-de-C?-tracking\\_source=search\\_projects\\_recommended%-7Calzheimer](https://www.behance.net/gallery/15978097/Afal-Dia-internacional-del-Alzheimer-C-de-C?-tracking_source=search_projects_recommended%-7Calzheimer)



## Entrevista AFATE

A pesar de realizar una investigación bastante profunda sobre la enfermedad, debía hablar con algún profesional en el campo ya que, al fin y al cabo, son los que verdaderamente entienden del tema y los que podrían ayudarme a cumplir mis objetivos y recoger datos que realmente se conocen al convivir el día a día con pacientes.

Por ello, contacté con AFATE, Asociación de familiares y cuidadores de enfermos de Alzheimer y otras demencias de Tenerife, los cuales estuvieron encantados de atenderme y resolverme todas las dudas.

Así que el lunes 11 de noviembre me dirigí al centro Nieves Martín, en Santa Cruz de Tenerife. La persona con la que concreté la cita fue con Macu (Inmaculada Rodríguez Melián), la directora técnica de AFATE. Además, durante la entrevista fueron llegando trabajadores, como una de las pedagogas del centro y dos de las cuidadoras.

La entrevista fue muy fluida, en la que, a pesar de llevar mis preguntas preparadas, comenzamos a hablar y a partir de esta conversación, fueron surgiendo más dudas y diferentes temas.

Antes de comenzar a realizar las preguntas, comenté sobre qué iba mi proyecto de Trabajo de Fin de

Grado, para que, de esta forma, pudieran conectar sus respuestas a mis necesidades y saber por qué necesitaba esa información. Además, al comentar que el motivo por el que me dirigía a ellos era debido a mi TFG, me explicaron que Sergio Durango, antiguo alumno de Diseño Gráfico de la EASD Fernando Estévez, el cual ganó el Primer Premio Acento G 2015 por su proyecto “Mapa Sintomático, Demencia de Alzheimer”, también había estado en el centro Nieves Martín para tener una entrevista con ellos..

Las siguientes respuestas no son respuestas literales, sino todas las conclusiones que saqué de cada una de las preguntas, por todo lo que me iban respondiendo, ya que como comenté anteriormente, la entrevista fue bastante fluida e informal.

### 1. ¿Cuál es la metodología que sigue el centro?

Existen dos centros de día en La laguna y otro en Santa Cruz, donde los usuarios reciben la misma actividad terapéutica de forma continuada desde las 8 hasta las 5 de la tarde. Tienen servicios a domicilio, tanto el servicio de ayuda como el servicio de promoción de autonomía personal. Además, cuentan con un plan individual de atención desde las áreas de terapias, psicología, logopedia y apoyo.

Utilizan no sólo lo tradicional, sino que han introducido en sus terapias la tecnología, y cuentan con tabletas y pizarras digitales las cuales divierten y les encantan a los pacientes. El tipo de terapia utilizado dependerá de lo que necesite cada uno, a su vez que realizan juegos, terapias grupales y talleres.

El método que utilizan en el centro es el famoso método Montessori: este método consiste en la realización de actividades programadas sobre la vida cotidiana, utilizando la rehabilitación cognitiva, como puede ser la división de tareas, actividades progresivas que van desde lo más simple hasta lo más complejo, repeticiones, etc. Todo esto consigue reducir las alteraciones conductuales y además de mejorar las habilidades motoras.

### 2. ¿Existen 3 fases en el Alzheimer?

Exactamente, encontramos la fase 1 (leve), fase 2 (moderada) y fase 3 (avanzada).

### 3. ¿Qué terapias utilizan? Dependiendo de la fase en la que se encuentre el paciente, ¿utilizan distintos tipos de terapia?

En sus terapias se trabaja la praxia, el lenguaje, la atención, y todo lo que conlleva la estimulación cognitiva. Siempre suelen realizar juegos puesto que son lo que más les gusta, se intentan hacer en grupo, o sacarlos al pequeño jardín que tienen en el que sacan fotografías a las plantas y demás.

No suelen realizar terapias dependiendo de la fase, ya que las realizan dependiendo de lo que necesite cada paciente. Hay pacientes que necesitan terapias con el logopeda ya que olvidan cómo leer o escribir, otros necesitan terapias que utilicen la praxia, aunque esta se suele intentar trabajar en todas las terapias. Todo depende de las necesidades de cada uno, ya que puede que haya dos pacientes en la misma fase que tengan necesidades diferentes.

#### 4. **Es recomendable estimular o ejercitar dependiendo de la fase? ¿O todas por igual?**

Realmente es recomendable estimular todos los sentidos, aunque claramente existirá más necesidades en una fase que en otra, aunque, como bien nombraron anteriormente, es recomendable estimular lo que el paciente en sí necesite. Por esto el centro analiza individualmente al paciente para comprender qué es lo que va necesitando estimular.

La función que primero suelen perder es la ejecutiva (razonamiento, planificación, memoria...) Además, también lo primero que suele alterarse son los olores, sabores y tacto, por eso muchas veces hacen mezclas raras de comida y se encuentran mezclando cosas que para nosotros son incomprensibles, pero para ellos está bien. En cuanto a las funciones cognitivas, estas comienzan a deteriorarse más en la fase moderada, y en la avanzada ya está perdida.

#### 5. **¿Utilizan algún tipo de juegos de mesa o tecnológicos?**

Sí que utilizan una variedad de tipos de juegos de mesa. Suelen usar puzles, juegos con figuras, y utilizan mucho los juguetes de frutas de plástico debido

a que son de muchos colores y con sus diferentes formas pueden servir para que el paciente los toque.

Me llevaron a una sala en la que tenían diferentes tipos de juegos, aunque solo unos pocos ya que todos los demás se encontraban en la sala de juegos en la que están los pacientes. Los juegos que tenían allí tenían algo en común, y es que todos tenían muchos colores y formas, pero hay algo que me llamó la atención, todos eran juegos infantiles.

Un juego que Macu comentó fue uno en el que metían diferentes frutas de juguete en un saco, y el paciente sin mirar dentro de este, metía la mano y tenía que sacar la fruta que pidiese el cuidador. Esto era un juego que ayuda mucho ya que el tacto es uno de los primeros sentidos que suele perderse y que es necesario ejercitar.

Otras actividades que realizaban era el de ordenar imágenes por secuencias. Un día los llevaron al jardín e hicieron que los mismos pacientes sacaran fotos de plantas, después las imprimían y ellos mismos tenían que ordenarlas por colores o por formas, si eran la misma planta, etc.

En general, la mayoría de los juegos eran de puzles, de encajar formas, y muy parecidos al que nombré de las frutas, con secuencias, etc.

## **6. ¿Crees que la utilización de estos puede ser importantes en el paciente?**

Sí que es muy importante la utilización de juegos en todas las etapas del paciente. Estos ayudan a ejercitar la mente y los sentidos mientras el paciente se entretiene y se divierte con el juego (sobre todo en los casos que sean juegos grupales). Además, lo que más se busca en ellos es la atención y la concentración, y gracias a los juegos se suele conseguir.

El utilizar juegos hace que aprendan de una forma divertida y eso ayuda más, por ejemplo una canción: a muchos no se les olvida la letra de una canción, puesto que este es un lenguaje automático, es divertido, y es por ello por lo que también realizamos musicoterapia en el centro, es algo que gusta.

## **7. Durante la primera fase, ¿utilizar juegos podría ayudar a ralentizar el proceso?**

Sí que ayudan. Es verdad que no se conseguirá frenarlo, puesto que es algo imposible por el momento, pero está comprobado que una persona que utiliza juegos para ejercitar la mente y mantenerla activa consigue un beneficio que se puede ir notando no sólo en el día a día, si no también en su bienestar.

## **8. ¿Qué tipo de juegos son recomendados?**

*No sabían decir un juego en concreto. Es verdad que comentaron que el Memory, al igual que los tangram, son muy difíciles para los pacientes: "Si nos cuesta a nosotros jugar, imagínate a ellos".*

Utilizamos muchos juegos que tengan que ver con el lenguaje, como la formación de palabras. Los juegos más comunes también son los de fragmentar o simplificar (por ejemplo, un puzle, ya que puede ser uno con muchas piezas para personas que lo tengan menos avanzado o uno de solamente 4 piezas para personas muy avanzadas). También suelen usar los cuadernillos rubios, a pesar de que son infantiles, para aprender a escribir o para los números.

## **9. ¿Soléis realizar ejercicios de la vida diaria?**

Sí, a menudo les hacemos hacer cosas que solían hacer antes. Si toca hacer alguna salida se le da al paciente algún euro y les hacen ir a comprar algo para así hacer manejo del dinero. También un día a la semana hacen un taller de café, en la que ellos se encargan de preguntar cómo quieren el café y prepararlo, algo que les divierte mucho ya que es algo diferente y les trae recuerdos.

**10. ¿Crees que los familiares se involucran? ¿Es importante la involucración de estos?**

Sí, la mayoría de ellos, por no decir todos, se involucran mucho. El problema que existe es que creen que con ponerles a pintar, a ver la televisión o a coser, es suficiente para que se entretengan y ejerciten la mente. Otra de las problemáticas es que los familiares no tienen a disposición materiales didácticos que usar. Siempre suelen preguntar a la asociación qué poder hacer ya que no encuentran material, y esto es debido a que, los juegos que utilizan para los pacientes son todos infantiles. En AFATE ofrecen asesoramiento a familiares totalmente gratis.

**11. ¿Crees que existe falta de concienciación e importancia sobre el Alzheimer?**

A pesar de que se intente mostrar que la gente está concienciada, no es así. La mayoría creen que el olvido es el proceso del envejecimiento, y esto no es verdad, la demencia no tiene por qué aparecer con el paso del tiempo. Si todos fuéramos más conscientes de que la demencia y la edad no van de la mano, sería más fácil detectar el Alzheimer con gran antelación para así ralentizar aún más su evolución y evitar llegar a estos puntos.

**12. ¿Crees que existe una falta de materiales/ayudas que sean especiales o concretos para los pacientes?**

Cada vez los profesionales se dan más cuenta de eso, pues ha llegado un momento en el que ya no saben qué usar con los pacientes.

Justamente ayer estaban hablando de que necesitaban nuevos materiales. Además, me comentan siempre que todos los juegos que tienen son infantiles, y a pesar de que un niño ejercita lo mismo que los pacientes de EA, estos se enfadan muchísimo al encontrarse por ejemplo con un puzle de Micky.

La directora técnica nos comenta que para ellos ya es difícil pasar esa situación para encima encontrarse con esos materiales. Resaltan varias veces la gran necesidad en centros, sobre todo canarios.

**13. Opinión acerca del proyecto: ¿Sería útil que tanto las asociaciones como los familiares tuviesen al alcance un kit con juegos/terapias para utilizar con ellos?**

Sería muy útil. Los profesionales necesitan material nuevo y específico para ellos, al igual que para los familiares. Agradecerían muchísimo un juego que

podiera englobar los juegos que ellos hacen, y en el que se les pudiera dejar jugando a los pacientes juntos para que así el cuidador a su vez pueda ponerse con otros pacientes. Les parece un proyecto muy viable, del cual están interesados ya que existe una falta de material y es un problema que se debería solucionar. Además, que sea un juego que pueda hacerse desde más simplificado a más complejo les parece una buena idea porque podría usarse con cualquier tipo de paciente.

## Conclusiones:

**En primero lugar quiero agradecer al equipo de AFATE su gran aportación a mi proyecto, involucrándose e interesándose en este, además del calor y simpatía que me brindaron desde el minuto 0**

El poder dejar a un lado la búsqueda de información por mi cuenta y poder hablar con profesionales ha sido de gran ayuda para el desarrollo de mi proyecto. Varios puntos que analicé durante mi investigación han sido confirmados, tales como la existencia de 3 fases en el desarrollo de la enfermedad, la importancia de la estimulación cognitiva, la falta de materiales didácticos para personas con enfermedades neurodegenerativas, entre otras cosas.

Durante la entrevista, me di cuenta de la emoción de los trabajadores al nombrar que tenía en mente la creación de un juego completo para los pacientes, y esto me hizo entender que sí existe una gran falta de material didáctico para ellos. Me nombraron muchas veces, con tono de decepción, que los materiales que encuentran hoy en día están destinados a un público infantil, y eso les apena. Me sorprendió también el hecho de tener que crear ellos mismos sus propios juegos, a través de fotocopias y demás.

Cada vez queda más claro que las necesidades y problemáticas que quiero abarcar con mi proyecto están presentes en el día a día.

Otra cosa a destacar, es que se nombró varias veces que la comunicación y la interacción entre el paciente y el familiar es de vital importancia, pues de esta manera se evita la sensación de soledad y se consiguen unir lazos entre ellos.

Para finalizar, me gustaría nombrar el interés del equipo en poder probar mi juego e incluso patrocinarlo, algo que me motivó aún más, pues durante la conversación fueron saliendo las ideas de cómo quería que fuera mi juego e incluso sin darme cuenta, fui definiéndolo.

## Visita Sinpromi/Civat

Para completar mi investigación concerté junto con algunas compañeras una cita con Virginia, trabajadora en **CIVAT**<sup>1</sup> (Centro de Información para la Vida Autónoma) un punto de encuentro para profesionales, familias y usuarios que ofrece asesoramiento y orientación en Tecnologías de Apoyo para personas con discapacidad, mayores y personas con necesidades específicas o educativas.

El encuentro fue en **Sinpromi**<sup>2</sup>, que se ubica en Santa de Tenerife, una empresa pública cuyo objetivo es lograr la inclusión de las personas con discapacidad dentro de la sociedad. Una vez llegamos, nos dirigimos al centro CIVAT, unas calles más allá, en donde Virginia, junto a Carlos, el encargado de las páginas webs, nos resolverían cualquier duda y nos explicarían varios puntos a considerar en nuestro diseño para que así sea totalmente inclusivo.

A continuación, se muestra toda la información adquirida durante la visita, siendo esta de gran ayuda para el desarrollo del proyecto



Fachada CIVAT



Fachada Sinpromi

En la actualidad existe aproximadamente un 15% de la población mundial que presenta algún tipo de discapacidad, sin ser necesario el nacer con esta, si no desarrollarla a lo largo de tu vida, como por ejemplo, envejecer, perdiendo capacidades funcionales.

Caracterizan la discapacidad funcional en 5 categorías:

- Visual
- Auditiva
- Cognitiva
- Motriz
- Tecnológica (añadida por ellos y se refiere a no poder acceder a un equipo adecuado para visualizar la información que hay en internet)

La accesibilidad es la cualidad que permite a un servicio ser utilizado por todas las personas, un ejemplo más simple de esto sería una rampa: no sólo facilita la vida a una persona en silla de ruedas, sino a cualquier persona, como alguien que vaya cargado con la compra.

### **La accesibilidad web:**

Ofrecer información en formato que la gente pueda acceder a ello. Cuando no existe accesibilidad puede haber problema para el aprendizaje, el intercambio de información, comunicación o acceso al servicio.

Tipos de discapacidad:

Discapacidad visual: pérdida total o parcial de la visión, no sólo ciegos, si no también otro tipo de problemas como personas con áreas de percepción reducida. Las barreras son las dificultades que tiene la gente al acceder a un contenido, por ejemplo una persona ciega no podría ver imágenes o videos o necesitaría una descripción separada, los elementos gráficos estadísticos tienen que pasar a ser descriptivos y entendibles para personas que no pueden comprenderlo (por ejemplo los gráficos de barras o cuadros).

También necesitan enlaces a documentos accesibles, pues que la página web sea accesible no quiere decir que lo que hay dentro lo sea. También encontramos las trampas de foco, que es cuando pulsas tabulador y ves el puntero pasar, este el foco del teclado y las personas que tienen discapacidad visual o motriz utilizan teclados o emuladores de teclado para navegar por las páginas ya que el ratón es un elemento visual y motriz, por lo que una persona que va por una página con el lector de pantalla y le aparece una página que dice “enlace, haga click aquí” ¿pero que pasa si lo hago...?



- Discapacidad Auditiva: Puede consistir en pérdida total o parcial, no a todos los sordos lo que les sucede es que no les funciona el tímpano, puede ser que tengan el conducto auditivo obstruido. En cuanto al acceso de contenido multimedia encontramos algunos impedimentos, como usar líneas conductoras de comandos de voz, pues si no puedes oír es complicado poder hablar, por lo que no puedes acceder a sitios de voz.
  - Discapacidad Cognitiva: Consiste en tener dificultades para comprender la información contenida. Puede consistir en déficit de atención, dificultad para la lectura o capacidad de abstracción reducida. Las barreras pueden ser palabras muy técnicas o ambiguas y que la página contenga elementos que distraen y mal organizados.
  - Discapacidad Motriz: que no sólo significa no poder caminar sino también no poder mover bien las manos, con movimientos incontrolados, dificultad de coordinación, fuerza reducida y habla no inteligible. Las dificultades: son controles pequeños o amontonados, necesidad de realizar movimientos precisos y necesidad de realizar varias acciones para conseguir un solo fin (
  - Discapacidad tecnológica:, que la hablabamos antes, es o tener un equipo antiguo o no adaptado a sus necesidades. Hay navegadores que están adaptados a las necesidades de los usuarios pero que por ser antiguos no son compatibles con JavaScript, con PHP o con lo que sea. Aquí se engloban los captchas. Si nosotros que no tenemos ningún problema nos cuesta, imagínense a otra persona.
- Las soluciones por cada tipo de discapacidad :
- Visual: Usar correctores de pantalla como el JAWS y Microsoft Narrator, pero hay más como el Talk Back de Android y el Voice Over de Apple. Es recomendable usar Utilizar alto contraste junto con tamaños de fuente grandes, para mejorar la visualización del contenido.
  - Auditiva: En los elementos multimedia, poder acceder a los subtítulos o transcripciones.
  - Cognitiva: Acceder a páginas con contenido simplificado. Si la página está llena de publicidad el usuario se distrae. Evitar textos complejos, imágenes que distraen, demasiados elementos en la página y funcionamiento poco claro.

- **Motriz:** Utilizar dispositivos de entrada. Por ejemplo, el licornio que lo manejas con la cabeza o un computador de varilla. Este es para accionar el botón con la parte del cuerpo que puedas y sería para la gente que no puede arrastrar el ratón.
- **Tecnológica:** Utilizar páginas que sean de diseño estándar, es decir, que usen HTML. Es importante que estas páginas sean retrocompatibles.

#### **Puntos a tener en cuenta para accesibilidad web y de lectura, tanto en folletos, documentos, etc.**

El contraste de colores: es una parte muy importante. Un ejemplo de esto aplicado a página web sería si vas a utilizar colores para diferenciar una cosa de otra, que no lo limites solo al color porque a lo mejor hay alguien que no lo percibe. Entonces aquí, no solo se distingue por el color sino por la silueta. Los contrastes tienen unas pautas y unos niveles. El contraste mínimo aceptado para que sea accesible a nivel AA, que es el nivel intermedio, es de 4,5:1. Hay algunos colores que se han de evitar, como el amarillo ya que no se ve sobre blanco. El verde fosforito y el rojo no se recomiendan, no solo por el contraste sino por las personas fotosensibles.

Tipos de fuente cualquiera que no contenga serifa y que tenga un formato regular, es decir que no sea estilo comic sans. El tema de la serifa es porque para una persona que tenga dificultades visuales, ponerle una letra con serifa es el equivalente a que a nosotros nos pongan una letra de estilo medieval.

En formatos, es bastante recomendable que sigan esta pauta. La negrita para resaltar datos. Subrayado para los enlaces y se recomienda que vayan en otro color, para que se vea que son enlaces. La cursiva, yo les puse aquí que se puede usar para citas breves pero lo recomendable es no utilizarla porque deforma la fuente.

El interlineado, sería un espacio y medio con respecto al tamaño de la fuente. Después, 1,5 veces mayor que el espacio entre líneas para el espacio entre párrafos. Esto es para poder diferenciar entre lo que es una línea y un párrafo.

Lenguaje ciudadano. Estas son unas pautas sencillas de cómo llevar a cabo esto, evitando: frases en negativa, escribir los números en cifras, no utilizar metáforas u oraciones confusas y frases cortas con mensaje individual.

En cuanto a las fuentes en páginas webs, el tamaño mínimo es de 12 px, pero hay que especificarlo con la unidad “em” y no con px, ya que con la unidad “em” todos los navegadores te amplían el tamaño al hacer zoom. Una de las pautas de accesibilidad que hay es que el texto tiene que ser ampliado por el navegador hasta 200% sin perder funcionalidad. Esto es positivo no solo por la accesibilidad sino porque muchos desarrolladores lo que hacían antes, te ponían una versión para el ordenador y otra para el móvil. Si lo haces con diseño adaptable, sólo tienes que hacer una versión y no dos.

Y muy importante, otra de las pautas que hay es evitar el tema scroll horizontal, ya que para la gente es un gesto complicado de realizar.

Crear un diseño sobrio, es decir, no condensar la información si no información en pequeñas dosis. Hay que evitar fondos que contengan imágenes o degradados y se recomienda que los textos siempre vayan sobre un fondo sólido para hacer más fácil y llevadera la lectura del texto.

Otra de las cosas, es que el diseño tenga un diseño acorde en todas sus páginas, es decir, si tu tienes una barra de categorías a la izquierda, ésta siempre tiene que estar a la izquierda,

Las imágenes deben de incluir al atributo “alt”, es decir, el texto alternativo en el que describe lo que se muestra en ella cuando la información es relevante, cuando no, un espacio en blanco. ¿Por qué es importante el atributo “alt”? Este atributo es lo que lee el lector de pantalla al usuario cuando se encuentra una imagen. Respecto a los elementos multimedia, hay que añadir transcripciones o subtítulos. En un video lo recomendable es añadir los subtítulos, si no tienen posibilidad de añadir los subtítulos pueden poner en la misma página una transcripción.

### **Virginia: Cuando empezamos nosotros hablamos de diversidad funcional, ¿a ustedes les han hablado de los términos que se deben utilizar para referirse a las personas con discapacidad?**

El término que está aceptado es discapacidad, persona con discapacidad, por eso nosotros hacemos referencia a la discapacidad. ¿Cuándo utilizamos diversidad funcional? El término diversidad funcional es para englobar a todas las personas, es decir, que aún teniendo una discapacidad o no, todas las personas funcionamos de forma diferente. En diversidad funcional entran no solo las personas mayores con una enfermedad degenerativa, sino las personas mayores sin ese diagnóstico. También los

menores, o sea, los niños, ya que no tienen el mismo desarrollo funcional que un adulto. Por eso es lo de la diversidad funcional y por eso les hablaba también de la tecnología como una diversidad más, pese a que los móviles son de última generación en nuestros casos, no todas las personas lo tienen.

**Una vez finalizada la presentación, me dispuse a preguntar sobre juegos y materiales didácticos que tuvieran en el centro para personas mayores, lo cual obtuve esta respuesta:**

*“¿Ves allí que dice Maxis? (apuntado hacia uno de los juegos de la sala). Vale te cuento. ¿Cuál es la idea de este centro? lo vieron en la parte de fuera, centro de información para la vida autónoma, y en tu caso, también deberías mirar las herramientas para la comida, ahora te lo cuento. ¿Cuál es el objetivo? que en el año 2050 la mayor parte de la población de España vamos a ser mayores y el objetivo es que hay que hay que aumentar la autonomía, ¿por qué? porque no hay recursos sociales, porque vamos a ser tanta población mayor que no hay centros de atención para tantos mayores. Entonces, es una política que ahora se está fortaleciendo en España pero que esto no es nuevo, o sea, ya hay países en los que fomentan la autonomía de la población. “*



*¿Qué nos pasa con los mayores? que en España nos dedicamos a los menores, hay mucho material educativo para niños pero para mayores escasea.*

*Por fin, hay material como aquel al que estoy señalando, que es Cayro, que es una empresa española de material educativo que ha tenido en cuenta la parte de los mayores. ¿Qué pasa con el tema del material? que si yo cojo cualquier material de estos, cualquier caja y yo veo niños por fuera, una persona mayor se le ponen los pelos de punta y no lo utiliza. Te estoy hablando de material educativo, si es material de entrenamiento de rehabilitación como para un enfermo de Alzheimer, lo primero que dices es "eso lo hace mi nieto", y ya no hay manera de sacarlo de ahí. Pues ellos (la empresa Cayro), han sido los primeros en incluir la parte del diseño mayor.*

**(Enseñándonos uno de los juegos)** Este no es más que un juego de memory, pero ¿qué le pasa al memory de las cartas? que o tienes una habilidad motriz fina bastante trabajada o no le das la vuelta a las cartas. Pues ellos lo que han incluido es esto (refiriéndose a un pequeño soporte en la parte posterior de la carta). Es más gorda la ficha, está biselada, y además las imágenes son de productos antiguos y nuevos, también tienen color para diferenciarlas.



En el caso del Conecta 4, pues lo mismo, el tamaño del dispositivo se agranda. Actualmente, hay un auge mayor, por diseñar material también para las personas mayores y tenerlo sobre todo en el diseño de las cajas, aunque el juego pueda ser el mismo. Realmente, se ve un menor, que puede ser su nieto, y su abuelo jugando. En el juego no van a poner dos diseños distintos, pues este es para niños e incluye a los mayores en el juego. **Muchas casas de material didáctico, actualmente, ponen de 0-99 años.**

Con el tema de alzheimer y demencias, pese a que tu te vas a centrar en la parte cognitiva supongo, toda esa medicación cursa con alteraciones visuales, con lo cual con lo que contaba Carlos tienes que tenerlo muy muy en consideración, sobre todo con el diseño del material. Porque aunque tú lo pongas aquí, ellos empiezan a buscarlo desde aquí (vamos que no distinguen bien donde están las cosas).

**Nos enseña un ejemplo de kit de productos para el apoyo de alimentación, y está todo en color rojo, ¿por qué? No es por el contraste, es por que el rojo es el primer color que se aprende a percibir a nivel cognitivo, y el último, que se deja de percibir. Entonces hicieron un estudio, y se dieron cuenta de que las personas con enfermedades pasaban.**



*más tiempo atendiendo a la comida cuando todas las cosas eran rojas, sin embargo si los cubiertos, por ejemplo, eran blancos, los soltaban y tiraban. Esto tiene que ver con la psicología del color, no solo aplicado a las sensaciones, sino también a las discapacidades o necesidades.*

## **Conclusiones:**

La visita al centro y sobre todo el poder hablar con ellos ha sido de gran utilidad para reafirmar las problemáticas que me encontraba al entrevistar a profesionales de AFATE. Volvemos a encontrar algunas necesidades como son la falta de material especial para personas mayores, puesto que los existentes abarcan edades comprendidas entre los 3 hasta 99 años. También, el poder entender qué se debe y qué no hacer a la hora de diseñar una página web e incluso cualquier documento legible, han sido unas pautas que me serán de gran ayuda durante el proceso de diseño tanto del juego como web.

Una vez finalizada la presentación, recorrí las instalaciones de Civat y me centré en la sala en la cual se encontraban todo tipo de materiales didácticos.





04

Proceso de diseño

Proceso de diseño

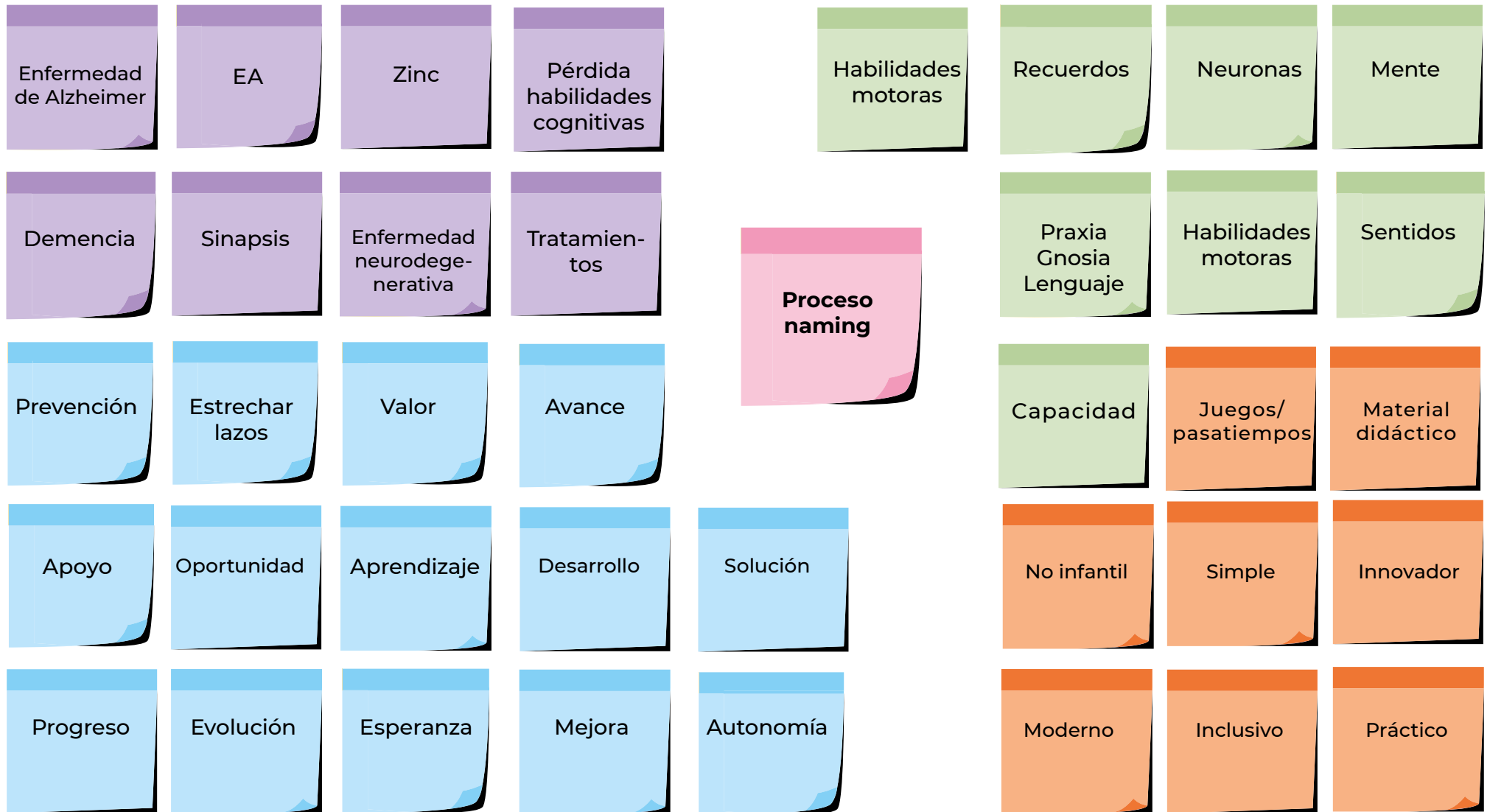


# Neurozink

Neurozink trata de una marca distribuidora de materiales didácticos para personas mayores y que sufren enfermedades neurodegenerativas que conlleven a la demencia. Esta busca ser una marca inclusiva y conseguir llegar a todas aquellas personas de la tercera edad que necesitan ejercitar, rehabilitar, mantener e incluso prevenir la pérdida de habilidades cognitivas como la praxia, gnosia, lenguaje, memoria, etc. Al decir inclusiva nos referimos a la adaptación de los materiales a las diferentes fases de la enfermedad y de las habilidades de cada persona, incluyendo la aplicación de lenguaje braille.

Neurozink nace debido a la falta actual de materiales destinados a este tipo de personas y a este rango de edad. La problemática que encontramos es que los juegos existentes para personas mayores, son juegos sin rangos de edad, algo que a los mayores no les entusiasma. Nosotros queremos cambiarlo, por ello todo nuestro material es exclusivo para ellos.

A continuación, se realizará un desarrollo del proceso creativo de la marca, desde los primeros bocetos hasta la idea final, explicando las decisiones que conllevaron a la elección de esta.



## Creación del Naming.

El naming es el proceso mediante el cual se determina el nombre de una marca, a partir de los criterios y valores que quieres transmitir de esta.

En este caso partimos de que esta se tratará de la creación y distribución de materiales didácticos para personas mayores y que sufren enfermedades neurodegenerativas como la demencia y el Alzheimer entre otras. Además la marca busca la inclusividad sin dejar de lado cualquier incapacidad como la pérdida de visión. Es por ello que los objetivos principales de nuestro naming es que será único y duradero y que represente a toda esta comunidad.

Para llevar a cabo el proceso de naming, se realizó un **Brainstorming** definiendo:

Términos médicos (violeta)

Los valores que se busca transmitir (azul)

Qué partes buscamos mejorar (verde)

Qué características tendrá nuestra marca (naranja)

Cabe añadir que se tradujo cada una de estas al inglés por la posibilidad de utilizar alguno de estos en el naming final y así tener más opciones.

Una vez descartadas algunas de las palabras y definir cuáles eran las que más se adaptaban a mi proyecto, realicé una serie de mezclas de dos palabras para así conseguir la creación de una nueva.

Durante el proceso llegué a más de 50 namings distintos, pero ninguno conseguía hacerme sentir ese valor que quería transmitir como eran **Neuro-pic, Documentos, REA**, además la gran mayoría de los que creé ya estaban registrados en la oficina de Patentes y Marcas, como fueron los namings **Neuron, Neuronea y Neureka**, 3 de los que más me gustaron y tuve que descartar.

Finalmente, después de un largo y duro proceso, se consiguió llegar al nombre de la marca, **Neurozink**.

### ¿De dónde viene Neurozink y qué significa?

Neurozink viene de la suma de las palabras neurona + think (pensar en inglés).

La vuelta que se le ha dado a neurothink ha sido españolizarlo de la forma en la que se pronuncia, **neurozink** y así también enlazarlo con el zinc, un nutriente esencial para nuestro organismo, cuya falta ha sido relacionado como una de las causas del Alzheimer, como nombré en mi investigación.

neuroz'nk	neurozink
neurozink	neurozink
neur zink	neuroz'nk
neurozink	neuro z!nk

## IVC - Primeras propuestas:

Comencé las primeras pruebas jugando con la tipografía y algún elemento relacionado con la marca como es el cerebro o el puzle.

En un principio no tenía ninguna idea clara, solamente que la fuente tendría que ser sans serif debido a su mayor legibilidad, en especial para personas mayores. Como podemos observar, fui realizando pruebas totalmente distintas unas de otras, como la eliminación, incorporación de elementos y transformación de las letras (como la modificación de la **k** o la prolongación de la r)

Es evidente que a pesar de que estas primeras pruebas no tienen ningún parecido con la propuesta final, sirvieron de gran ayuda para escoger el camino que quería tomar, un logotipo en el que la esencia sea el juego y modificación de la tipografía.

neurozink neurozink

neuruzink neuruzink

neurozink neurozink

neurozin neurozink



## **IVC- Segundas propuestas:**

A partir de lo nombrado, dejé a un lado el uso de isotipos y me centré en modificar la letra y ver cómo podría conseguir los valores que busco transmitir en mi identidad visual. Es por ello que las segundas pruebas se basaron en el juego tipográfico.

Utilicé la eliminación, modificación y partición de las letras, y poco a poco me fui acercando a lo que buscaba transmitir y conseguir. En esta fase me di cuenta de que la eliminación conseguiría ese objetivo que tanto buscaba y esta característica sería, sin ninguna duda, la que definiría mi logotipo.

1 neurozink

2 neurozink

3 neurozink

*Tipografía corregida  
Light + regular*



neurozink

3 mm de  
grosor



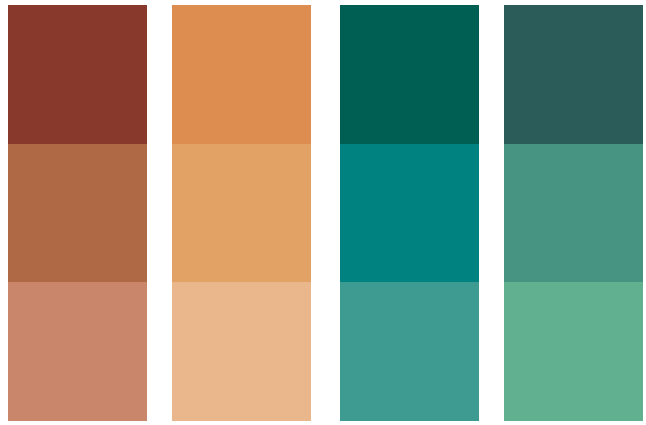
## IVC - Terceras propuestas:

Una vez queda claro el camino a seguir, me di cuenta de que en anteriores pruebas el usar la eliminación con un sólo estilo de fuente dejaba un logotipo muy poco llamativo. En cambio, en otras pruebas mezclé estilos diferentes, y me di cuenta que de esta forma conseguía llamar más la atención.

Es por ello que una vez definida la fuente tipográfica que utilizaría en el logo, **Neue Montreal** probé a mezclar diferentes estilos esta y ver cuál sería el más indicado para mi marca.

Finalmente decidí utilizar *Neue Montreal Light* + **Neue Montreal Regular**, ya que utilizar bold suponía un cambio muy brusco en el logo.

Realicé una serie de cambios en la organización y tamaños de las letras ya que al tratarse de diferentes estilos, estas variaban y se notaba ópticamente. Además, añadí un grosor de 3 mm al trazado de la palabra **neuro** cuyo estilo es el Light para disminuir un poco esta diferencia entre ambas palabras.



Sin predominancia de color



## **IVC - Propuesta color:**

La última decisión se trató de la elección de color, a pesar de haber estado tanteando durante las primeras propuestas. Lo primero que necesitaba saber es qué gama de color utiliza la competencia

Como se puede observar en el esquema, predominan tanto los colores azules y verdes como los rojos y naranjas, excluyendo algunas marcas que no tienen una predominancia específica de color.

Aquí me di cuenta que tendría que estar cerca de estas gamas, pero a la vez, quería diferenciarme y no crear otra marca parecida a las existentes.

Es por ello la primera selección de colores, puesto que me di cuenta que tanto el verde azulado como el color vino o salmón eran menos usados en marcas. De aquí es de donde viene mi decisión de elegir entre estos dos colores, ya que así conseguiría adentrarme en las tendencias pero consiguiendo crear una marca única y diferenciada del resto.

# neurozink

Play and think



CMYK: 90/0/48/11  
RGB: 0/150/140  
#v  
Pantone: P-127-15 U

## Neue Montreal Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890 ! # \$ % & = ? / · Ç ^ . \* ;



CMYK: 0/0/0/100  
RGB: 29/29/27  
#1d1d1b

## Neue Montreal Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890 ! # \$ % & = ? / · Ç ^ . \* ;

## IVC - Propuesta final:

Tras todo el proceso, se llega a la Identidad Visual Corporativa final de Neurozink. Puedes encontrar su manual completo en el Anexo al final de la memoria.

El logotipo final parte, como se ha nombrado durante el proceso de diseño, de la eliminación tipográfica.

### ¿Por qué se ha tomado esta decisión?

La marca Neurozink busca la motivación y apoyo a personas con enfermedades neurodegenerativas que derivan a demencia. A pesar de la inexistencia de ciertas partes de la tipografía, el logotipo consigue ser totalmente legible, y esto consigue transmitir que la omisión de ciertos detalles no son un obstáculo, sino una motivación para conseguir adaptarse a diferentes situaciones. La omisión representa lo mismo que sucede en la mente de las personas que sufren este tipo de enfermedades.

### Tagline

Play and think ha sido el tagline elegido para la marca, corto, sencillo y memorable. A pesar de haber elegido palabras en inglés, algo arriesgado, se ha eleccionado palabras que sean cortas y comunes para un fácil entendimiento. Además, este explica,

sen sólo dos palabras, de qué trata nuestra marca “Play and think” “Jugar y pensar”. Este será utilizado en los casos que el tamaño del soporte lo permita, sino podrá utilizarse sin él.

ozink  
Play and think

neurozink

neurozink  
Play and think  
Mira y / oír  
Cuenta la historia

Desde Neurozink nos comunicamos con usted para  
necesaria a cualquier edad y nivel de habilidad.  
Neurozink proporciona a los padres y profesores de  
niños con una nueva experiencia.

De esta forma, no solo contribuye al bienestar de  
niños con la relación entre ellos con sus padres y  
en conjunto consiguiendo buenos resultados.

A través de nuestra página web podrá encontrar diversos juegos que se adaptan a  
las diferentes necesidades que produce tanto el alumno como otros enfermos de  
neurodegeneración. Evitando la rotación de juegos que no encuentran en los  
comercios, centros educativos de una forma rápida y sencilla mediante un solo  
clic. Con Neurozink no tendrá que preocuparse en el transporte de los juegos a su  
hogar o a casa.

Si desea comunicarse con nosotros para resolver cualquier duda, no dude en  
contactarnos, estamos encantados de atenderle.  
Gracias por confiar en nosotros.

Luisa Hernández Cobos, Directora de Neurozink

91 123 45 67 89  
neurozink.com  
neurozink@gmail.com  
neurozink

neurozink  
Play and think

neurozink  
www.neurozink.com  
neurozink@gmail.com  
neurozink





## Aplicaciones

Todas las aplicaciones como también su parte técnica podrás consultarlas al final de la memoria, en Anexos, el manual de la marca Neurozink,

### Papelería corporativa y comercial

Se ha creado diversas aplicaciones de la marca en papelería corporativa y comercial debido al uso e importancia de esta para un futuro.

La papelería puede ayudar a comunicar qué es tu marca y qué productos o servicios ofreces. Además te ayuda a comunicarte de forma rápida con posibles clientes. Esta es importante, pues transmite una primera imagen de tu empresa.

La aplicación en papelería corporativa que se ha creado ha sido la siguiente:

#### Hojas de carta:

Se emplea para la comunicación con clientes, proveedores, instituciones... En este caso se ha diseñado la primera hoja en la cual se detallan los datos del remitente y el logotipo en mayor tamaño mientras que en la segunda hoja de carta contiene mayor espacio para redactar, puesto que toda la información va en la primera. Esta última sólo contiene el logotipo en pequeño, en un lado de la hoja.

#### Sobres:

La función de los sobres será la de guardar en su interior las hojas de carta. Se han creado tres tipos de sobres: sobre liso, sobre con ventanilla y sobre bolsa, que se utilizarán dependiendo de la hoja de carta o el destino que tenga esta. En ellos se añadirá tanto la marca y su información como el destinatario.

#### Carpeta:

Esta se utilizará para archivar y guardar en su interior cualquier pape, facturas, sobres, de la marca.

#### Tarjeta de visita:

Estas tienen una gran importancia ya que recogen los principales datos de contacto de la marca.

#### Tarjetón:

Al igual que la tarjeta de visita, contiene los datos de contacto y también una zona en blanco en la que poder escribir o apuntar cualquier cosa que se necesite objetar en el momento

#### Facturas:

Estas serán necesarias para que tanto Neurozink como también los futuros clientes posean un comprobante de compra.



## Aplicaciones - Merchandising

El merchandising se usa con fines promocionales y comerciales, y en Neurozink buscamos dar a conocer nuestra marca, por ello se ha creado una serie de diseños para promocionarnos en eventos, congresos, jornadas y ferias que tengan que ver con enfermedades neurodegenerativas.

El merchandising diseñado ha sido:

Camisetas

Bolsas de tela

Stickers

Llaveros

Bolígrafos

Calendario de mesa

Etiquetas

Pulseras

Pins



## Aplicaciones - Transporte

Neurozink también contará con transporte de mercancía, por ello será necesario tanto vehículos como cajas que contengan los productos.

El merchandising diseñado ha sido:

Furgoneta

Cajas



## Aplicaciones - Eventos

Como se nombró anteriormente, Neurozink asistirá y participará en todos los eventos, ferias y congresos posibles que tengan que ver con trastornos neurodegenerativos como puede ser Alzheimer, Párkinson, demencias... Un ejemplo de Congreso es el **Congreso Nacional del Alzheimer**<sup>42</sup> aprovechando así para dar información y promoción de la marca.

El merchandising diseñado ha sido:

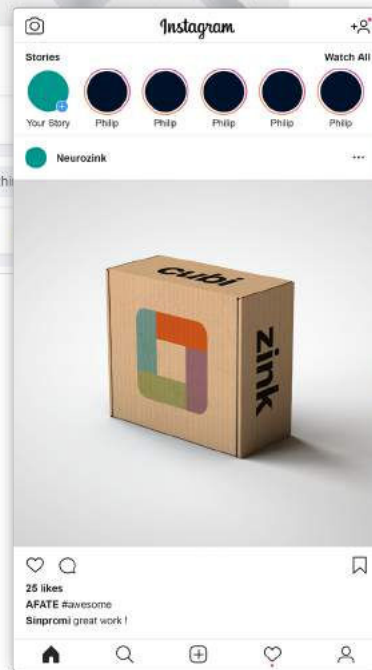
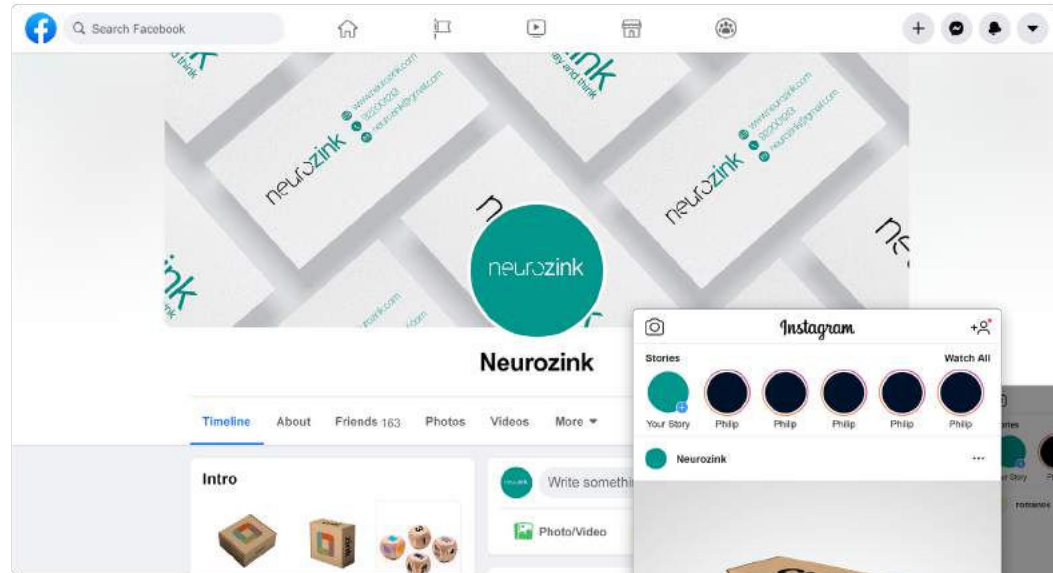
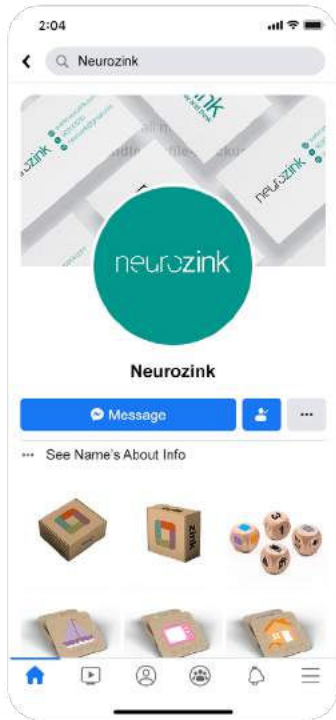
**Stands.** Utilizado para una buena presentación de la marca en congresos y eventos

**Tiendas:** En especial para ferias y eventos al aire libre

**Banners:** Para la señalización y visibilidad de la marca

**Tarjetas de identificación con Lanyards:** Utilizado en eventos, con el diseño del lanyard de la marca.

42.Congreso nacional del Alzheimer. (s. f.). CNEA. <https://www.congresonacionaldealzheimer.org>





## **Aplicaciones - Redes sociales**

Se buscará la promoción de la marca también por redes sociales, un método muy de moda actualmente, para así conseguir llegar al mayor número de personas e informar de todas las actualizaciones y eventos de Neurozink.

Las redes sociales utilizadas serán:

**Twitter**

**Facebook**

**Instagram**

Play  
and  
think

Play  
and  
think

neurozink  
Play and think



## **Aplicaciones - Promoción urbana**

Además de las redes sociales, Neurozink contará con la promoción mediante anuncios en calles, centros comerciales y demás lugares públicos a los que tengan acceso un gran número de personas.



# Cubizink

Cubizink es un juego de mesa creado por Neurozink y diseñado para la prevención y mantenimiento de las habilidades cognitivas en personas que padecen o pueden llegar a sufrir enfermedades neurodegenerativas en un futuro. La marca nace con el propósito de acabar con la falta de juegos para estas personas, alejado de cualquier característica infantil.

Cubizink es el juego completo que recoge las actividades recomendadas a estas personas y que fomenta el ejercicio de la mente y las relaciones interpersonales entre jugador y familia/cuidadores.

A continuación, se realizará un desarrollo del proceso creativo de la marca, desde los primeros bocetos hasta la idea final, explicando las decisiones que conllevaron a la elección de esta, además del diseño del juego, tanto el packaging, elementos del juego, instrucciones y demás diseños llevados a cabo.

Enfermedad de Alzheimer

Pérdida de visión

Diversidad de personas

Demencia

Personas mayores

Enfermedad neurodegenerativa

Cuadrado

Madera

Dibujos

Caja

Dados

Colores

Cubos

Fichas

Tarjetas

**Proceso naming**

Relaciones interpersonales

Vocabulario

Neuronas

Recuerdos

Memoria

Habilidades cognitivas

Adaptado

Juegos/pasatiempos

Material didáctico

No infantil

Simple

Innovador

Moderno

Inclusivo

Práctico

## Creación del Naming.

El nombre de juego se ha creado posterior a la definición del juego: cómo se juega, de qué trata, qué materiales incluye, qué colores se utilizan en este... para así crear un naming acorde con él.

Una vez definido el juego, se pasó a crear un **Brainstorming** en el que se dividió en 4 partes:

Para quién va dirigido (**violeta**)

Qué contiene el juego (**azul**)

Características de la marca (**naranja**)

Qué trabajará el juego (**verde**)

Una vez agrupadas las ideas, fijamos que nuestro juego está compuesto por cubos y fichas, indicado para personas con enfermedades neurodegenerativas y de la tercera edad, siendo este un material didáctico que trabaja las habilidades cognitivas.

A partir de estas ideas, se crearon varios namings buscando uno acorde con el juego:

**CuboConnect, Cubonect, Cubonekt, Cumemory, Cuplay, Multicubo, Dados...**

Como podemos observar, la idea principal en la que quise centrarme fue en el cubo, puesto que este es uno de los elementos característicos del juego.

Finalmente se llegó a la idea de que el juego debería tener una conexión con su marca creadora y distribuidora Neurozink, y es de ahí de donde salió su nombre definitivo, **Cubizink**

Cubizink surge de la mezcla **cubo + think**, españolizado con su pronunciación en “zink” al igual que la marca principal que crea el juego.

**cubi  
zink**

**CUB  
ZINK**

**CUB**   
**ZINK**

**cubi  
zink**



**CUB** **ZINK**



## IVC - Primeras propuestas:

Una vez elegido el naming, queda claro que el cubo es el elemento principal y es por ello por lo que desde un primer momento lo utilicé en las propuestas.

Comencé dibujando un cubo 3D o formándolo a partir de letras, viendo así si se me ocurría una idea menos común que un simple cubo.

La legibilidad es importante puesto que va indicado a personas con enfermedades neurodegenerativas y de la tercera edad, así que la tipografía que se utilizará será Neue Montreal, la misma usada en el logotipo Neurozink, para así tener una coherencia estética en la marca. Otra cosa que tenía claro era el color, que utilizaría uno o varios de las fichas del juego, que son un total de 5 colores.



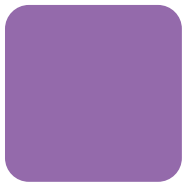
## **IVC - Segundas propuestas:**

Después de realizar las primeras propuestas tuve claro que la mejor opción era la del cubo con la palabra Cubozink partida, puesto que daba mucho más juego que las demás propuestas.

A partir de esa idea, comencé a probar distintas formas como el color de relleno o de trazo, utilizando como se nombró antes, los colores del juego.

La forma elegida fue esta porque no sólo representa al cubo (de forma plana) si no también a las fichas que incluye el material con esquinas redondeadas.

# cubi



CMYK: 50/65/0/0  
RGB: 148/106/171  
#946aab  
Pantone: P 93-6 U



CMYK: 50/0/80/0  
RGB: 148/195/86  
#94c356  
Pantone: P 154-7 U



CMYK: 75/0/0/0  
RGB: 0/182/237  
#00b6ed  
Pantone: P 115-7 U



CMYK: 0/60/100/0  
RGB: 239/125/0  
#ef7d00  
Pantone: P 27-8 U



CMYK: 0/0/0/100  
RGB: 29/29/27  
#1d1d1b

## IVC - Propuesta final:

Tras todo el proceso, se llega a la Identidad Visual Corporativa de Cubizink. Puedes encontrar su manual completo en el [Anexo<sup>2</sup>](#).

El logotipo final parte, como se ha nombrado durante el proceso, de la forma del cubo. Se utilizan las esquinas redondeadas porque esta es la forma tanto de las fichas como del cubo.

### ¿Por qué se ha tomado esta decisión?

El uso de la partición de la palabra sigue una misma estética que la marca Neurozink, con el juego tipográfico. Además, este le da un toque divertido a la marca, pues no hay que olvidar que se trata de un juego, a pesar de que sea material didáctico.

En cuanto al color, finalmente se han usado 4 de los 5 colores del juego, descartando el rosa por razones estéticas, puestos que estos 4 colores tienen bastante contrastes entre sí. La tipografía, nombrado anteriormente, es la Neue Montreal Bold.

Finalmente se ha llegado al objetivo de conseguir una marca divertida pero a su vez moderna y elegante, alejado de estéticas infantiles.



## Aplicaciones

Todas las aplicaciones como también su parte técnica podrás consultarlas al final de la memoria, en anexos, el manual de la marca Cubizink

## Merchandising

Es muy importante el buen uso de la promoción y del merchandising para dar a conocer nuestro juego, por ello se ha creado una serie de diseños para promocionarlo en eventos, congresos, jornadas y ferias que tengan que ver con materiales didácticos o enfermedades neurodegenerativas.

El merchandising diseñado ha sido:

Camisetas

Bolsas de tela

Bolígrafos

Calendario de mesa

Etiquetas

Pulseras

Pins





## **Aplicaciones - Transporte**

Cubizink contará con transporte de mercancía, por ello será necesario tanto vehículos para poder desplazarlos y a su vez dar promoción a la marca



## Aplicaciones - Eventos

Como se nombró anteriormente, Neurozink asistirá y participará en todos los eventos, ferias y congresos posibles que tengan que ver con trastornos neurodegenerativos como puede ser Alzheimer, Párkinson, demencias... Un ejemplo de Congreso es el [Congreso Nacional del Alzheimer<sup>42</sup>](#) aprovechando así para dar información y promoción de la marca.

El merchandising diseñado ha sido:

**Stands.** Utilizado para una buena presentación de la marca en congresos y eventos

**Tiendas:** En especial para ferias y eventos al aire libre

**Banners:** Para la señalización y visibilidad de la marca

**Tarjetas de identificación con Lanyards:** Utilizado en eventos, con el diseño del lanyard de la marca.

# Desarrolla tus habilidades cognitivas con Cubizink

Porque los mayores  
también juegan



Un juego creado por  
neurozink

## **Aplicaciones - Promoción**

Cubizink necesitará promocionarse por todos los medios. Es por ello que se han diseñado cartelerías varias en relación a la promoción de Cubizink. Estos serán puestos en centros comerciales y demás lugares públicos a los que tengan acceso un gran número de personas, a su vez que las imágenes podrán usarse para publicitarse por otros medios.

Predomina el uso del material del juego, como la caja, cubos y fichas, ya que estas son el elemento principal, y es el juego lo que queremos vender.

A continuación se mostrarán los carteles con su representación en mockup.





# Un juego para personas **con demencia.**

Adaptado a las habilidades  
de cada persona



**cubi**  
**zink**  
Un juego creado por  
neurozink

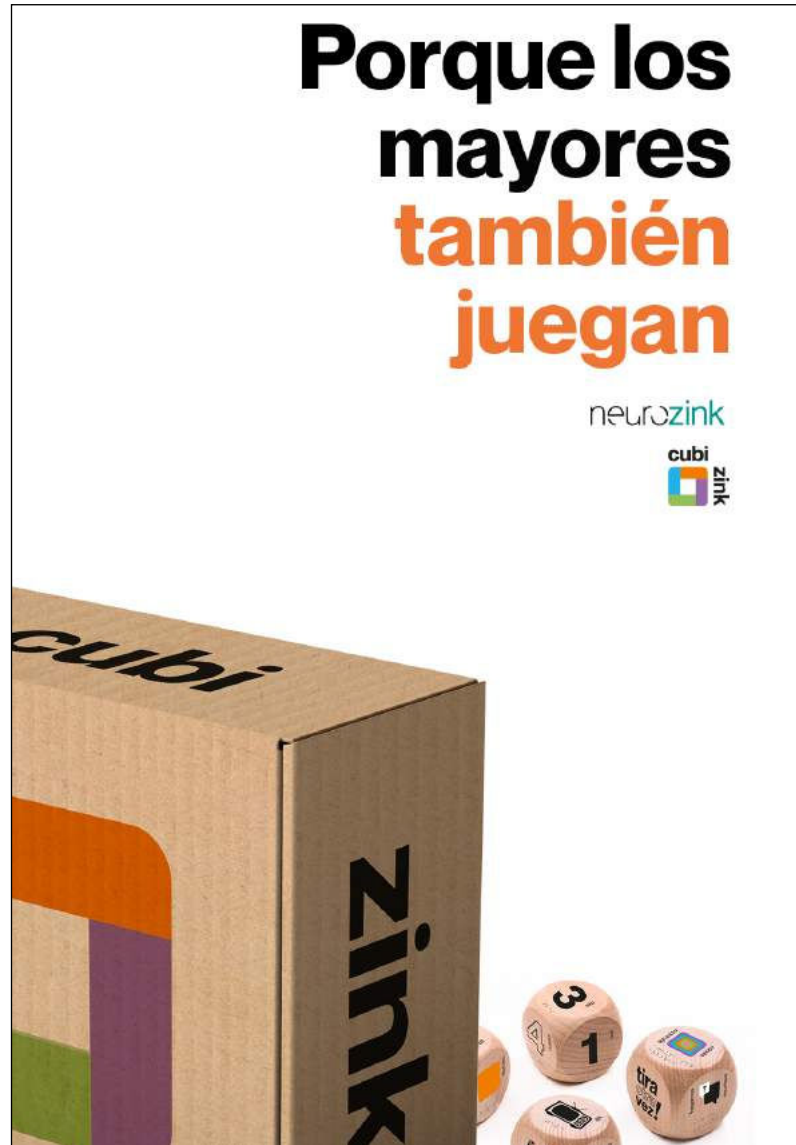
# Desarrolla tus habilidades cognitivas con **Cubizink**

Porque los mayores  
**también juegan**



**cubi**  
**zink**

Un juego creado por  
neurozink







think  
and  
Play

Play  
and  
think



## Creación del juego

A continuación se muestra el proceso creativo y de diseño que se ha llevado a cabo para la creación final del juego Cubizink, incluyendo packaging, elementos del juego e instrucciones.



## Definición del juego

Antes de comenzar el diseño, se dejó definido cuál sería el objetivo del juego, los materiales, el packaging y demás características importantes para poder empezar a diseñar, aunque esto a medida que se diseñaba, iban surgiendo modificaciones y mejoras.

En un principio, lo que se estableció fue que Cubizink abarcaría la mayoría de actividades comentadas en AFATE, para así hacer de este un juego completo. Realmente, toda la definición y el objetivo del juego ya había salido en dicha entrevista, ya que a medida que la conversación fluía, iban surgiendo ideas.

A partir de ahí el objetivo del juego se definió en agrupar, asociar y trabajar el lenguaje y las habilidades motoras, consiguiendo así ejercitar todas las funciones cognitivas, sin dejar pasar ninguna.

De aquí surgió la idea de las fichas, y a partir de esta, la de los cubos. La idea de los cubos surgió a raíz de cómo agrupar esas fichas, ya que se tendría que guiar de alguna forma para que el jugador siguiera lo que se le indica. En cuanto a las preguntas, estas surgieron a mitad del proceso de diseño, ya que me di cuenta que el lenguaje no se trabajaba con la

agrupación, al igual que tampoco se conseguía estrechar esos lazos entre la persona con la enfermedad neurodegenerativa y sus familiares.

La elección de las ilustraciones se basó en un planteamiento sobre cosas cotidianas y fáciles, eligiendo ilustraciones de temáticas diferentes.

En un principio ilustré un avión y un barco, y me di cuenta que esto no servía para utilizarlo en la parte de las preguntas ya que tienen la misma temática.

Al tener el cubo como elemento, surgió la idea de diseñar todo con la misma forma, cuadrada con esquinas redondeadas, es por ello que absolutamente todos los elementos tienen la misma forma, inclusive el packaging y las instrucciones.

En cuanto a los materiales utilizados, desde un principio se ha buscado evitar plástico y materiales del estilo que perjudiquen al medioambiente, es por ello que los elementos de juego serían de madera.

A lo largo del proceso, se cambió esta idea, dejando los cubos de madera y las tarjetas de cartón kraft. A continuación, se mostrará el proceso de creación del juego desde las primeras propuestas hasta la final.



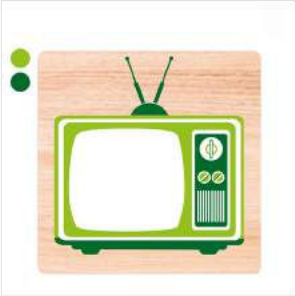
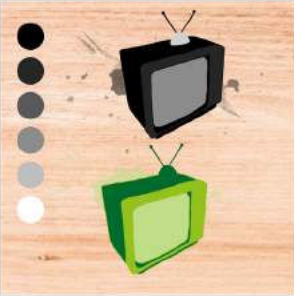
## Referencias

### Juegos de mesa

Lo primero fue buscar referencias e inspiración que pudieran servirme de ayuda para el diseño de mi juego, y tener en cuenta tips. He necesitado la búsqueda de referencias e inspiración ya que esta hace que salga de mí misma, de mis propias ideas, y me haga ver cosas que me ayuden a aprender.

A partir de varias referencias que vi, tuve claro que quería que me packaging fuera sin separar la tapa de la caja, un tipo de packaging muy de moda actualmente en juegos y que le da un toque diferente. Un ejemplo es Decedario, que usa ese tipo de caja.

También el ver referencias me ayudó a visualizar la forma de organización dentro de la caja.





## Propuestas gráficas

### Primeras propuestas gráficas

Una vez consultadas las referencias y definido el objetivo del juego, se llevó a cabo un proceso de elección del estilo gráfico de la marca.

Se probaron diferentes formas de ilustración, como ilustraciones planas, con texturas, sombras, etc. Como las fichas serían de colores ya que se agruparían en función de estos, se decidió usar la combinación de dos tonos para ir experimentando con estos.

Las ilustraciones debían ser **simples, precisas y concretas**, sin entrar en mucho detalle ya que esto podría ser confuso.

Las ilustraciones más elaboradas estaban dibujadas desde varias perspectivas mientras que las más simples tenían una vista frontal, mucho más cómoda y más fácil para el entendimiento.

Una vez decidido el estilo gráfico, se descartaron las demás propuestas, centrándonos en el desarrollo y diseño de ilustraciones planas y sencillas.


### La importancia de lo simple en Cubizink


Como se comentó anteriormente se eligió un estilo simple, directo, preciso, conciso y concreto para el fácil entendimiento de este.


El diseñar basado en estas características, hizo que el proceso fuera un poco más complicado ya que había que tener en cuenta cada mínimo detalle y buscar que a pesar de lo simple se consiga entender de forma correcta la ilustración. Surgieron algunas dificultades ya que, al ser la primera vez que diseñaba para personas mayores o con alguna enfermedad, fue difícil ajustarse a sus necesidades.


Finalmente, tras varias pruebas y cambios, se consiguió llegar al objetivo a través de figuras planas, simples, concretas y de fácil entendimiento que se utilizarían tanto en los cubos como en las fichas.




 CMYK: 50/65/0/0  
RGB: 148/106/171  
#946aab  
Pantone: P 93-6 U

 CMYK: 50/0/80/0  
RGB: 148/195/86  
# 94c356  
Pantone: P 154-7 U

 CMYK: 0/0/0/100  
RGB: 29/29/27  
#1d1d1b

 CMYK: 75/0/0/0  
RGB: 0/182/237  
# 00b6ed  
Pantone: P 115-7 U

 CMYK: 0/60/100/0  
RGB: 239/125/0  
#ef7d00  
Pantone: P 27-8 U

 CMYK: 0/0/0/0  
RGB: 255/255/255  
#ffffff

## Propuestas gráficas

### Propuestas gráficas definitivas

La gráfica utilizada en Cubizink está compuesta por 5 ilustraciones y 5 colores además del blanco y negro.

Todas estas siguen un mismo estilo, tanto en formas como en color y sencillez, consiguiendo así una coherencia estética dentro del juego.

Las ilustraciones son:

**Barco** : categoría viajes

**Vestido**: categoría ropa

**Cubiertos**: categoría comida

**Casa**: categoría hogar

**Televisión**: categoría cine

Se han elegido estas ilustraciones ya que sus temáticas serán fáciles y de gran ayuda para el apartado de tarjetas de preguntas, pudiendo así hablar con el jugador sobre cosas cotidianas y fáciles para de comprender, trabajando el lenguaje.

En cuanto a la gama de colores, se tuvo que escoger cuidadosamente debido que algunos tonos, como es el amarillo, no podrían usarse ya que este es tiene una difícil legibilidad, en especial, para personas mayores. También tuvieron que descartarse gamas

con parecidos, como es el rojo, ya que este junto con el naranja y el magenta puede llegar a crear confusión. Es por ello que para evitar una mala comprensión del juego, se decidió utilizar estos 5 colores, intentando así que no existiese parecido entre ellos.



## Cubos

### Diseño de los cubos

Se ha creado un total de 4 cubos para el desarrollo del juego, los cuales guiarán al jugador acerca de en qué características se basarán para agrupar las fichas, además del del apartado de preguntas.

Cada cubo cuenta con 6 caras impresas en la técnica de serigrafía, utilizando esta impresión debido al material del cubo, la madera. La serigrafía, a pesar de ser un método menos económico, nos permite hacer miles de copias exactas e imprimir el blanco, con un mejor acabado en las piezas.

También contará con reserva UVI para el acabado de las texturas, las cuales serán a partir de la forma cuadrada del logotipo, con repeticiones en miniatura.

A excepción del **cubo color** y del “agrupa por colores” del **cubo acción**, todas las demás caras serán impresas en negro. Este color se ha seleccionado para que así exista una diferencia y neutralidad a diferencia de las fichas, las cuales todas tienen color.

### FICHA TÉCNICA:

**Material:** Madera

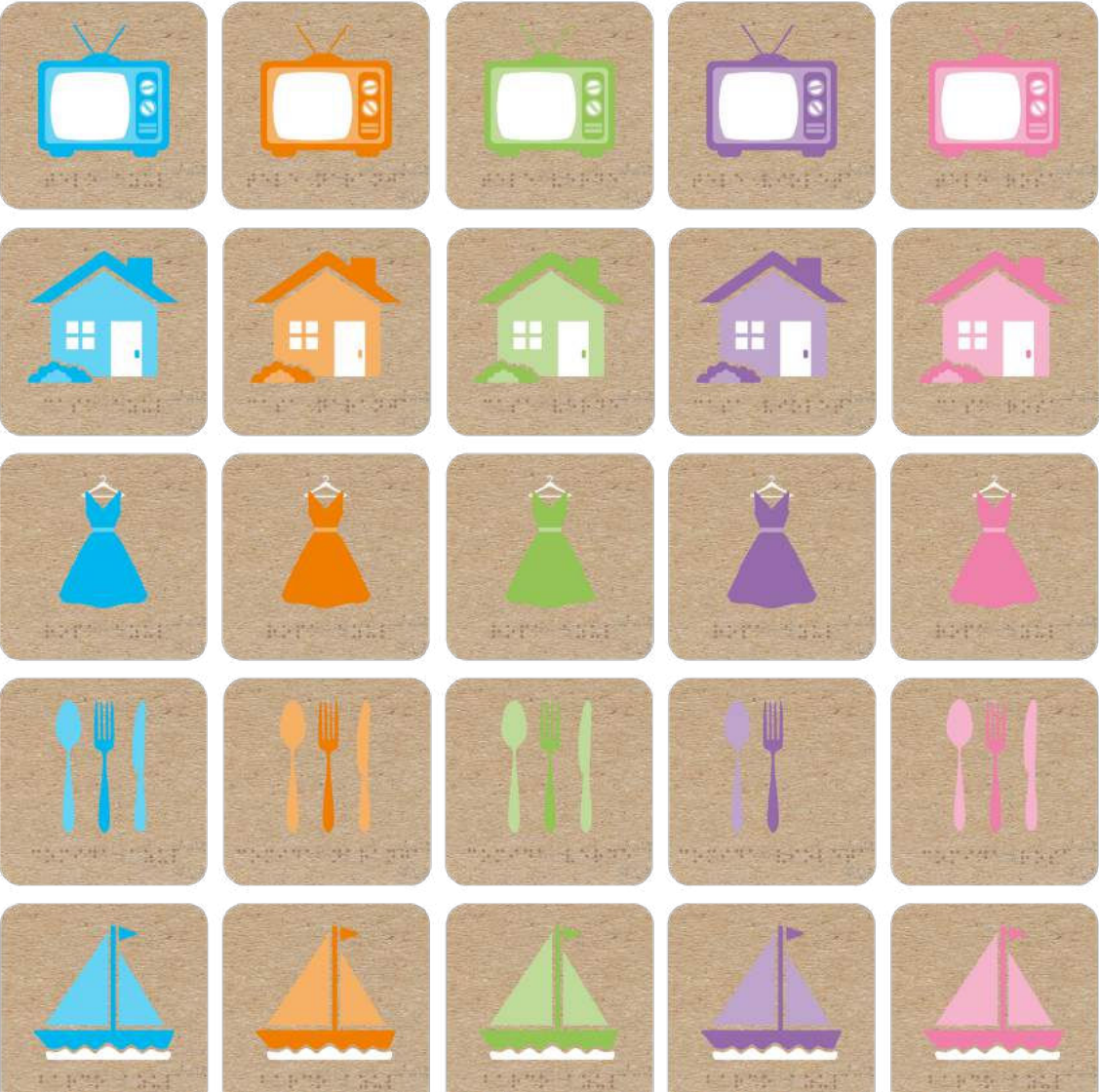
**Impresión:** Serigrafía

**Tintas:** 4cmyk

Cubo medidas: 7,5x7,5x7,5 cm







## Fichas

### Diseño de las fichas

Cubizink cuenta con un total de 75 fichas impresas por ambos lados, con todas las formas y colores del juego. Estas se han impreso en doble cara debido a que, en su conjunto total, se necesitan aproximadamente 130 ilustraciones, y para evitar una gran cantidad de material dentro del juego, se ha decidido reducirlo de esta forma.

Además, el hecho de que estén impresas por ambas caras invita al jugador a girar, mover y experimentar, trabajando así otra de las funciones cognitivas que buscamos estimular en nuestros objetivos, la praxia.

### FICHA TÉCNICA:

**Material:** Cartón kraft 300 g/m<sup>2</sup>

**Impresión:** Serigrafía

**Tintas:** 4cmyk / 4cmyk

**Fichas medidas:** 7,5x7,5 cm



<h1>¿Tienes hermanos?</h1>
Nombres, descripción, caracteres, momentos, orden de nacimiento...





## Preguntas

### Diseño tarjeta de preguntas

Las preguntas se han creado en base a las 5 figuras anteriores del juego, siendo cada una de estas la representación de una categoría diferente: viajes, comida, casa, ropa y televisión.

El juego cuenta con un total de 100 preguntas, 20 para cada una de las categorías, impreso en negro para una economía de la tinta.

El estilo característico de las preguntas es la utilización de diferentes pesos de la letra, además de trazo, como en uno de los interrogantes.

Este estilo surge a partir del cubo número, que cuenta con un mismo diseño. La fuente utilizada ha sido Neue Montreal, la tipografía corporativa.

Las fichas cuentan con una pregunta y una pequeña descripción que sirva como ayuda a la persona que realiza la pregunta, en la mayoría de los casos esta persona será un familiar o cuidador. Además por el otro lado encontramos la ilustración que representa la categoría de las preguntas, en color negro para diferenciarlo de las fichas de juego y conseguir identificarlas de manera rápida.

### FICHA TÉCNICA:

**Material:** Cartón kraft 300 g/m<sup>2</sup>

**Impresión:** Serigrafía

**Tintas:** 1cmyk / 1cmyk

**Fichas medidas:** 7,5x7,5 cm



<p><b>¿Cuál es tu comida favorita?</b></p> <p>Por qué, qué contiene, cómo se hace, otra comida que le guste...</p>	<p><b>¿Qué comida no te gusta?</b></p> <p>Por qué, qué contiene, algo más que no le guste...</p>	<p><b>¿Qué comías de pequeño/a?</b></p> <p>Qué contiene, recuerdos, le gustaba, aún la come...</p>	<p><b>¿Qué te gusta desayunar?</b></p> <p>A qué hora, suele desayunar siempre eso, algo que no le guste desayunar...</p>	<p><b>¿Te gusta cocinar?</b></p> <p>Qué cocina, cuál es el mejor plato, alguna anécdota cocinando...</p>
<p><b>¿Qué comiste hoy?</b></p> <p>El qué, estaba bueno, qué bebió...</p>	<p><b>¿Cuál es tu bebida favorita?</b></p> <p>Cuándo suele beberla, a qué sabe...</p>	<p><b>¿Eres alérgico a algún alimento?</b></p> <p>A cuál, qué pasa si lo come...</p>	<p><b>¿Cuál es tu postre favorito?</b></p> <p>Qué contiene, última vez que comió, otro postre, uno que no le guste...</p>	<p><b>¿Restaurante favorito?</b></p> <p>Algún buen momento, qué plato es el mejor, última vez que fue, dónde...</p>
<p><b>¿Te gusta la comida rápida?</b></p> <p>Por qué, cuál, dónde le gusta ir, cuál no le gusta...</p>	<p><b>¿Cuál es tu helado favorito?</b></p> <p>De qué, cuál no le gusta, cuándo comió helado por última vez...</p>	<p><b>¿Qué sueles pedir en un restaurante?</b></p> <p>Por qué, qué otra cosa se pidió, qué bebe, qué pediría ahora mismo...</p>	<p><b>¿Has comido algo de otro país?</b></p> <p>El qué, qué le gustaría probar y de dónde, le gusto o no...</p>	<p><b>¿Cuál es tu fruta favorita?</b></p> <p>Por qué, otra que le guste, alguna vez ha cosechado fruta propia...</p>
<p><b>¿Prefieres carne o pescado?</b></p> <p>Por qué, le gusta poco o muy hecha, un plato de cada que le guste...</p>	<p><b>¿Te gusta la comida picante?</b></p> <p>Por qué, qué comida ha probado picante, suele comerlo...</p>	<p><b>¿Prefieres la comida caliente?</b></p> <p>Cuál es su plato favorito, qué opina de la fría, plato favorito de esta...</p>	<p><b>¿Era mejor la comida de antes?</b></p> <p>Qué diferencias ve, algún ejemplo...</p>	<p><b>¿Probarías comida nueva?</b></p> <p>Por qué, alguna que no haya probado y quiera hacerlo...</p>



¿Qué recuerdas de tus padres?

Nombres, descripción, momentos...

¿Dónde vives?

Descripción, vecinos, paisajes...

¿Cómo es tu casa?

Descripción, decoración, vistas, habitaciones, muebles, ubicación...

¿En qué sitios has vivido?

Descripciones de las casas, lugares, cuál le gustó más, por qué...

¿Tienes hijos?

Descripción, personalidad, nombres, cuenta algún momento especial...

¿Tienes nietos?

Nombres, descripción, caracteres, momentos, de qué hijos son...

¿Dónde te gustaría vivir?

Lugar, descripción de este, por qué le gustaría y por qué no lo hizo...

¿Tienes hermanos?

Nombres, descripción, caracteres, momentos, orden de nacimiento...

¿Has tenido mascotas?

Nombres, descripción, cómo se portaban, cuándo lo tuvo...

¿Qué te gusta más de tu casa?

Descripción, por qué, qué suele hacer ahí, una parte que no le guste...

¿Cómo es tu barrio o pueblo?

Descripción, gente, tiendas, cosas buenas y malas, lugar favorito...

¿Cómo sería tu casa ideal?

Descripción, lugar, por qué, colores, define las habitaciones, vistas...

¿Prefieres el campo o ciudad?

Por qué, en cuál de estos vive, qué le gusta hacer ahí, lugar específico...

¿Cómo era el sitio en el que creciste?

Casa, pueblo, vistas, recuerdos de esos tiempos, qué solía hacer ahí...

¿Cómo fue tu infancia?

A qué jugaba, cómo era su colegio, qué hacía, recuerdos felices...

¿Momento más feliz en tu casa?

Cuándo, cómo, por qué, con quién...

¿Mejor amigo/a de la infancia?

Nombre, descripción, momentos, cuándo y dónde lo conoció...

¿Ha cambiado tu pueblo?

Diferencias, recuerdos anteriores, prefería su pueblo antes o ahora...

¿Por qué llamaste así a tus hijos?

Nombres, motivos, otros nombres bonitos, alguien que se llame igual...

¿Por qué elegiste vivir en tu casa?

Motivos, cómo fue la mudanza, preferías otra casa o lugar...

<p><b>¿Cuál es tu camisa favorita?</b></p> <p>Describela, cuándo la compró, en qué tienda, por qué es su favorita...</p>	<p><b>¿Qué llevas puesto?</b></p> <p>Describelo, dónde lo compró, cuándo, le gusta lo que lleva puesto...</p>	<p><b>¿Qué color te gusta para vestir?</b></p> <p>Por qué, qué prendas tiene de ese color, cuál no le gusta...</p>	<p><b>¿Dónde sueles comprar la ropa?</b></p> <p>Dónde, por qué le gusta, otra tienda que le guste, desde cuándo va</p>	<p><b>¿Tienes alguna prenda especial?</b></p> <p>Por qué es especial, describela, tienes alguna que te hayan regalado...</p>
<p><b>¿Te gusta la ropa de hoy en día?</b></p> <p>Por qué, qué opina de esta ropa, prefiere la de antes o la de ahora...</p>	<p><b>¿Cuáles son tus zapatos favoritos?</b></p> <p>Describelos, desde cuándo los tiene, algún tipo de zapato que no le guste...</p>	<p><b>¿Cómo vestías de pequeño/a?</b></p> <p>Recuerdos que tenga, alguna prenda favorita de cuando era pequeño...</p>	<p><b>¿Con qué ropa ibas al colegio?</b></p> <p>Le gustaba, prefería usar uniforme, diferencias con los de ahora ...</p>	<p><b>¿Antes dónde comprabas ropa?</b></p> <p>De pequeño, de adolescente, dónde estaba la tienda, quién la compraba...</p>
<p><b>¿Cada cuánto compras ropa?</b></p> <p>Sueles ir con alguien, última vez que fue y qué compró, dónde va...</p>	<p><b>¿Qué ropa sueles comprar más?</b></p> <p>Por qué, describe alguna prenda de este tipo que tengas y le guste...</p>	<p><b>¿Te gusta usar accesorios?</b></p> <p>Tienes: gorros, joyas, bolsos, que es lo que más le gusta usar y qué no...</p>	<p><b>¿Te gusta ir de compras?</b></p> <p>A dónde, con quién, qué compra, suele ir en rebajas...</p>	<p><b>¿Prefieres vestir de negro o color?</b></p> <p>Por qué, alguna prenda favorita de de color y negra, le gusta el blanco...</p>
<p><b>¿Tienes ropa de tu juventud?</b></p> <p>Por qué la sigue teniendo o no, qué tiene, algún recuerdo de esa ropa...</p>	<p><b>¿Prefieres la ropa de verano?</b></p> <p>Por qué, te gusta la de invierno, una prenda favorita de cada tipo...</p>	<p><b>¿Prefieres la ropa de antes?</b></p> <p>Por qué, diferencias entre estas, le gustaría volver a vestir como antes...</p>	<p><b>¿Alguna vez te has disfrazado?</b></p> <p>Cuándo, de qué, de qué te gustaría disfrazarte, recuerdos de ese día...</p>	<p><b>¿Cómo fue la ropa de tu boda?</b></p> <p>Cuéntame tu boda, alguna foto...</p>



**¿Cuál es tu película favorita?**

Explica de qué trata, cuándo la vio, por qué es su favorita, alguna otra...

**¿Qué sueles ver en la tele?**

Por qué, otras cosas que suele ver, en qué canal está, cuándo lo echan...

**¿Cuál es tu género favorito?**

Acción, comedia, terror, románticas, fantásticas, por qué, cuál no le gusta...

**¿Cómo era la vida sin tele?**

Prefiere la vida sin tele, cómo se divertía, qué recuerda de esa época...

**¿Cuándo tuviste tu primera tele?**

Edad, cómo era, qué veía en esta...

**¿Te gusta ver la tele?**

Por qué, qué le gusta ver y qué no...

**¿Te gusta ir al cine?**

Por qué, cuándo fue la última vez, momento especial, con quién suele ir...

**¿Última película que viste?**

Cuéntamela, le gustó, la vio sólo o con alguien, cómo acabó...

**¿Has ido a un autocine?**

Cómo eran, le gustaban o prefiere los actuales, momento especial allí...

**¿Cómo eran antes los cines?**

Descripción, momentos allí, con quién iba, cuál prefiere, cuánto costaban...

**¿Te gustan las telenovelas?**

Cuál ha visto, por qué sí o no, cuenta una que haya visto y le gustara...

**¿Sueles ver las noticias?**

Prefiere el periódico, qué noticias suele ver, cree que son importantes...

**¿Actriz o actor favorito?**

Por qué, una película en la que aparezca, uno que no le guste...

**¿Prefieres ver series o películas?**

Por qué, de una película y una serie que te haya gustado, cuéntalas...

**¿Ves la prensa rosa?**

Por qué, qué opinas, cuáles ves...

**¿Prefieres la tele de ahora?**

Por qué sí o no, qué le gusta ver ahora y qué le gustaba ver antes...

**¿Has llorado con alguna película?**

Con cuál, qué pasó, cuéntala...

**¿Solías alquilar en videoclubs?**

Dónde ibas, recuerdas alguna película que alquilaras, preferías ir al cine...

**¿Qué veías de pequeño?**

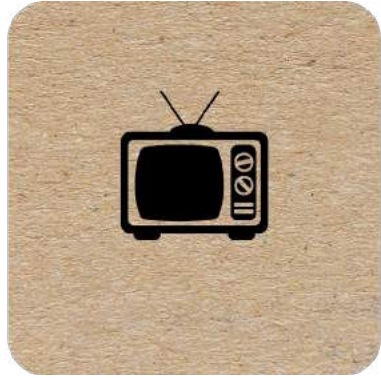
Cuéntalo, momentos viendo la tele, con quién solía verlo...

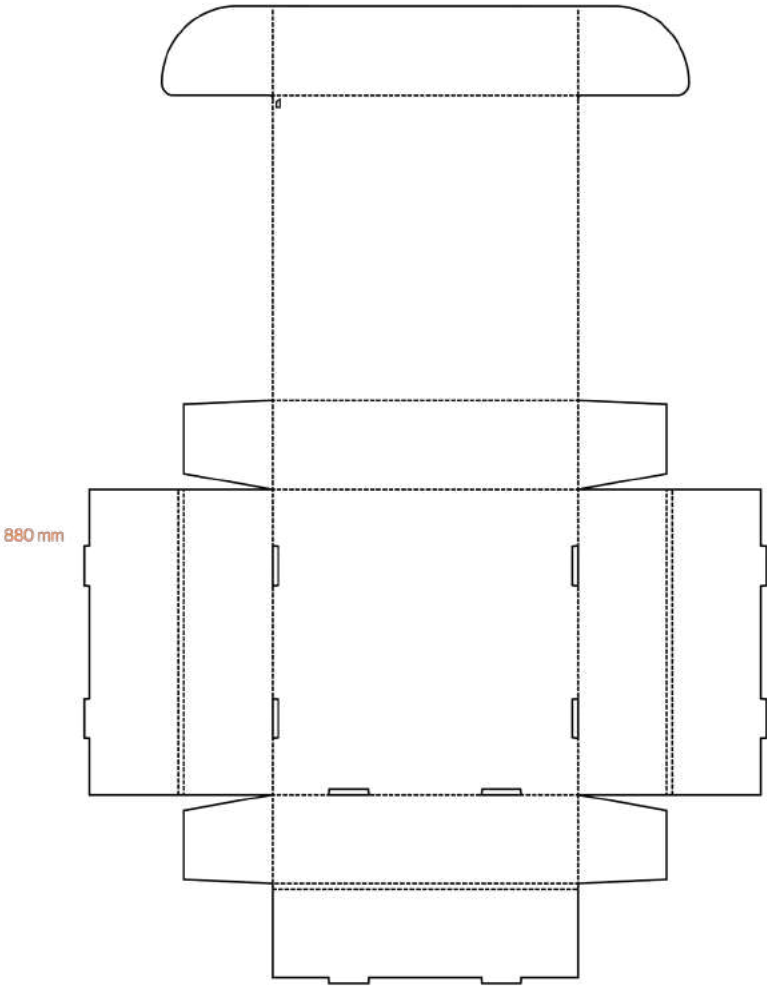
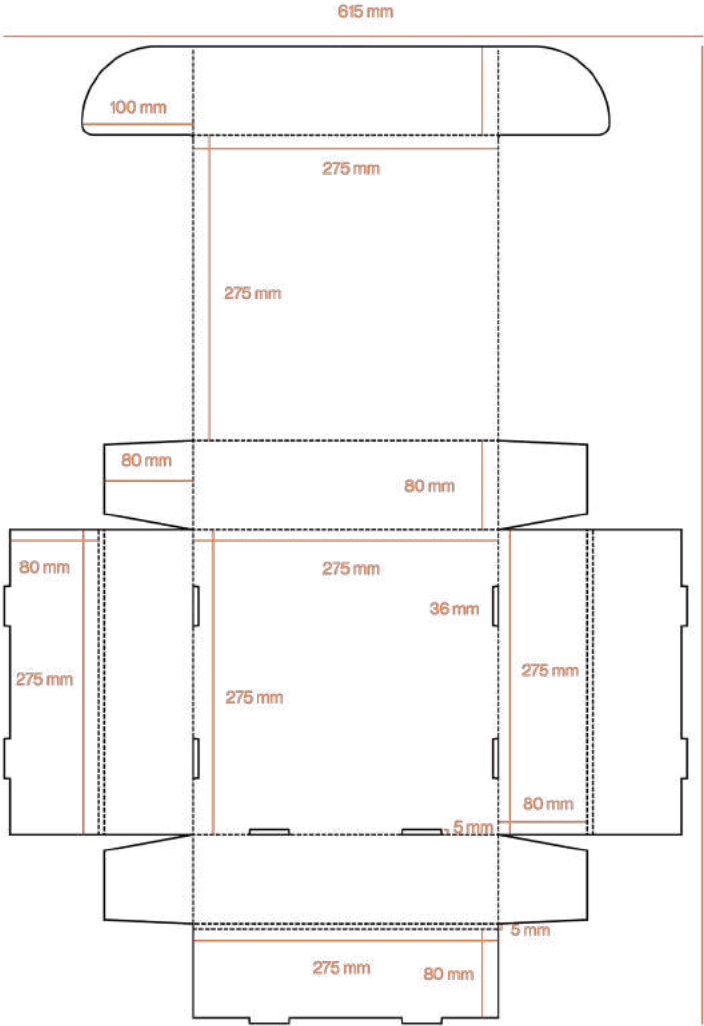
**¿Alguna vez has salido en la tele?**

Cuéntalo, dónde, te gustaría...











## Packaging

### Plantilla y medidas

Las medidas utilizadas corresponden a las expuestas en la parte izquierda. Se ha utilizado un packaging de una sola pieza, en la que la tapa de la caja va unida a la base. Además, para reforzar las paredes de la caja se ha añadido doble pared, a partir de una dobles, dejando un pequeño espacio para la misma.

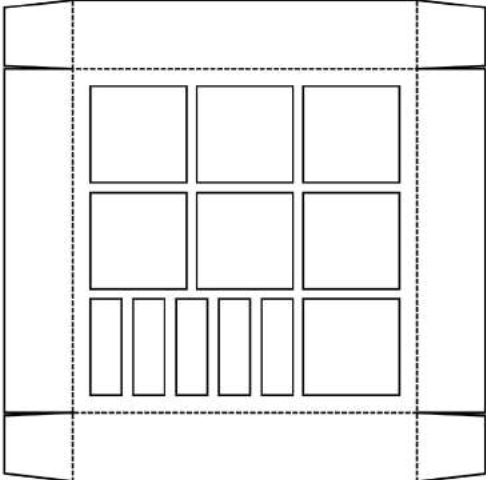
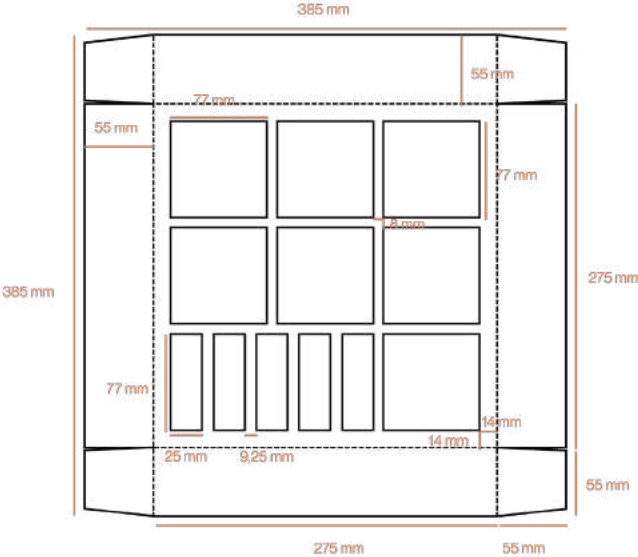
En la base cuenta con 6 pestañas para que dichas dobles queden encajadas a la caja.

La caja tendrá un cierre a partir de las dos pestañas superiores que se introducirán en dos de las paredes de los laterales de la caja.

### Material

En un principio el material que se utilizaría sería cartón gris para proporcionar dureza y resistencia a la caja, el inconveniente venía en que este material no se puede usar para este tipo de packaging.

Por ello, el material utilizado será un cartón corrugado con el exterior kraft para seguir una misma estética en todo el juego.



## Packaging

### Plantilla y diseño interior

Para una buena organización de los elementos del juego, se diseñó una plantilla a partir de troqueles para el interior de la caja, a medida con los elementos de cada una.

Cada compartimento mide 2 mm más a cada lado para evitar forzados en el material y que de esta manera cada elemento quepa sin ningún problema.

En cuanto a la altura, esta medirá 55 mm de alto, a diferencia de la caja con 80 mm. Esto se ha hecho para que tanto los cubos como las fichas del juego sobresalgan 25 mm del cartón y así proporcione un agarrado fácil y cómodo.

En cuanto al material, este será kraft, para seguir manteniendo una misma estética y además, materiales que respeten el medio ambiente.

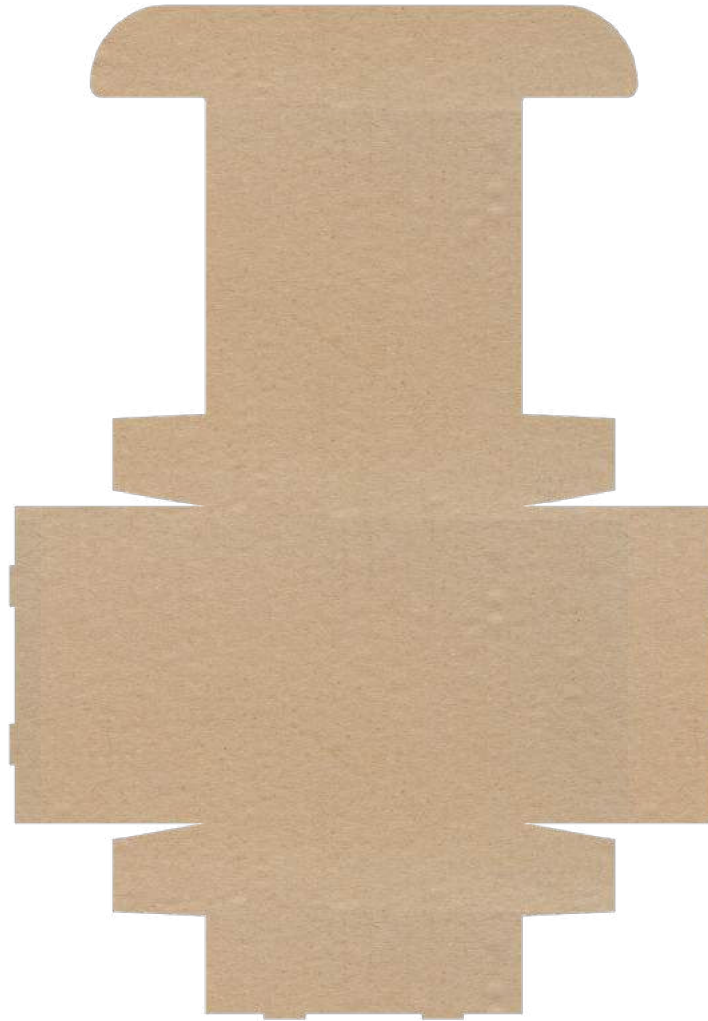
### FICHA TÉCNICA:

**Material:** Cartón kraft 350 gr/m<sup>2</sup>

**Impresión:** Ninguna

**Tintas:** Ninguna

**Medidas en desplegado:** 385x385 mm



## Packaging

### Diseño exterior

En cuanto a su diseño, este se basa en un diseño sencillo al igual que todo el estilo de la marca.

En la parte frontal de la caja, estará únicamente su isotipo, mientras que la palabra cubizink aparecerá en los laterales de la caja, siguiendo una misma organización y aplicándolo. De esta manera conseguimos una caja original, auténtica y divertida, representando a la marca en el propio packaging.

En la parte trasera encontramos información detallada acerca del juego que se repetirá en las instrucciones, y en la parte lateral encontramos tanto una pequeña información del juego como 3 iconos señalando el número de jugadora, la edad indicada y la adaptación del juego en lenguaje Braille, junto con el logotipo Neurozink, el creador del juego.

En la parte delantera encontramos el eslogan de la marca **“Porque los mayores también juegan”**

### FICHA TÉCNICA:

**Material:** Cartón corrugado doble canal con revestimiento kraft

**Impresión:** Serigrafía

**Tintas:** 4cmyk / 4cmyk

**Medidas en desplegado:** 880x615 mm



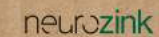
Cubizink, un juego de mesa compuesto por 4 cubos, 75 fichas y 100 preguntas, ha sido creado para la prevención y mantenimiento de las habilidades cognitivas en personas que padecen o pueden llegar a sufrir enfermedades neurodegenerativas en un futuro.

Alejado de los juegos infantiles, Cubizink consigue activar la mente mediante la agrupación de figuras tanto por colores, texturas y formas además de preguntas para establecer conversaciones y trabajar el lenguaje.

En Neurozink queremos que todos nuestros productos sean inclusivos, es por ello que Cubizink está ajustado a las necesidades de cada jugador con la adaptación del juego en el lenguaje Braille y también diferentes formas de juego en función de la fase de desarrollo de la enfermedad en cada persona, porque para nosotros todos merecemos buenos momentos.

**Porque Cubizink, está hecho para ti.**

### ¿Qué funciones cognitivas trabaja Cubizink?

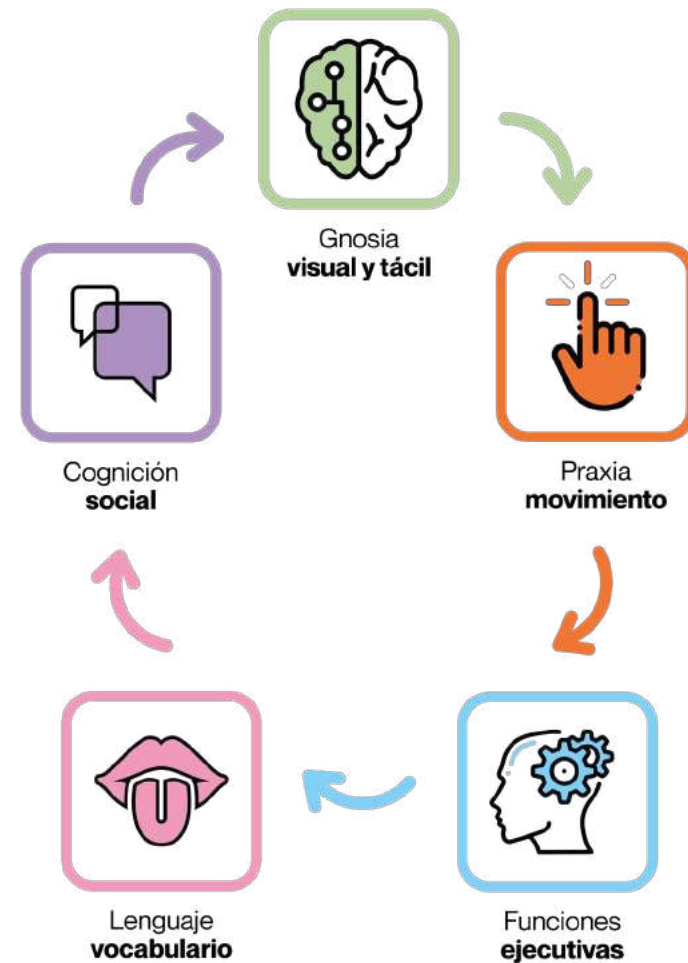


## Packaging

### Parte trasera

En esta encontramos la siguiente explicación de la marca, la cual también se encuentra en las instrucciones. Ha sido colocada en la caja debido a que es usual poner información de juego aquí para que cualquier futuro comprador pueda informarse.

Además, también cuenta con el logo de tanto del juego como del distribuidor, y un pequeño esquema que también se podrá encontrar en las instrucciones señalando qué funciones cognitivas se trabajan.









## Packaging

### Lateral

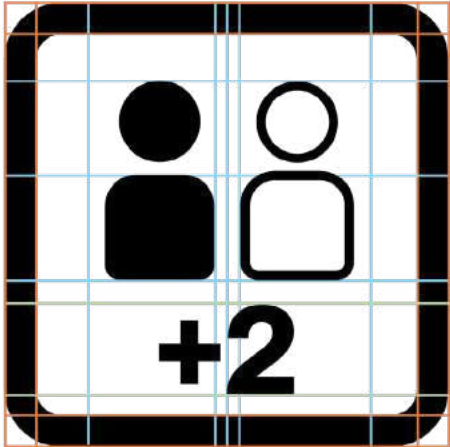
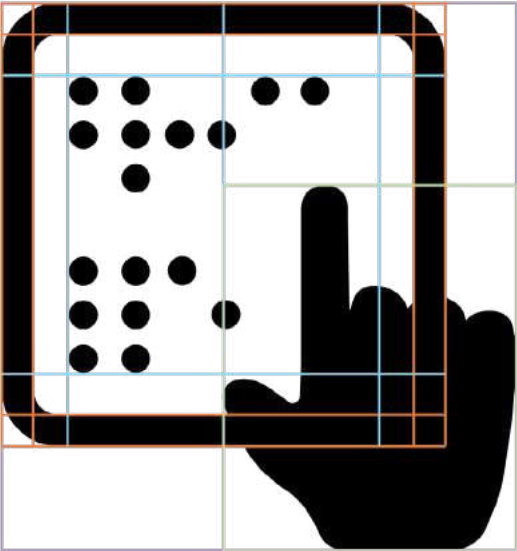
En la parte lateral también encontramos un pequeño resumen, mucho menos detallado que el que encontramos en la parte trasera, acerca del juego. Esto se debe a que muchas veces te fijas en los laterales en busca de información, y esto proporciona una ubicación de información rápida y segura.

El texto es el siguiente:

Cubizink es un juego de mesa creado para la prevención y mantenimiento de las habilidades cognitivas en personas que padecen o pueden llegar a sufrir enfermedades neurodegenerativas

Alejado de los juegos infantiles, consigue activar tu mente y estrechar lazos entre los jugadores.

**Porque los mayores también juegan.**



## Packaging

### Iconos

Para la señalización de información principal del juego en el packaging se han creado 3 iconos:

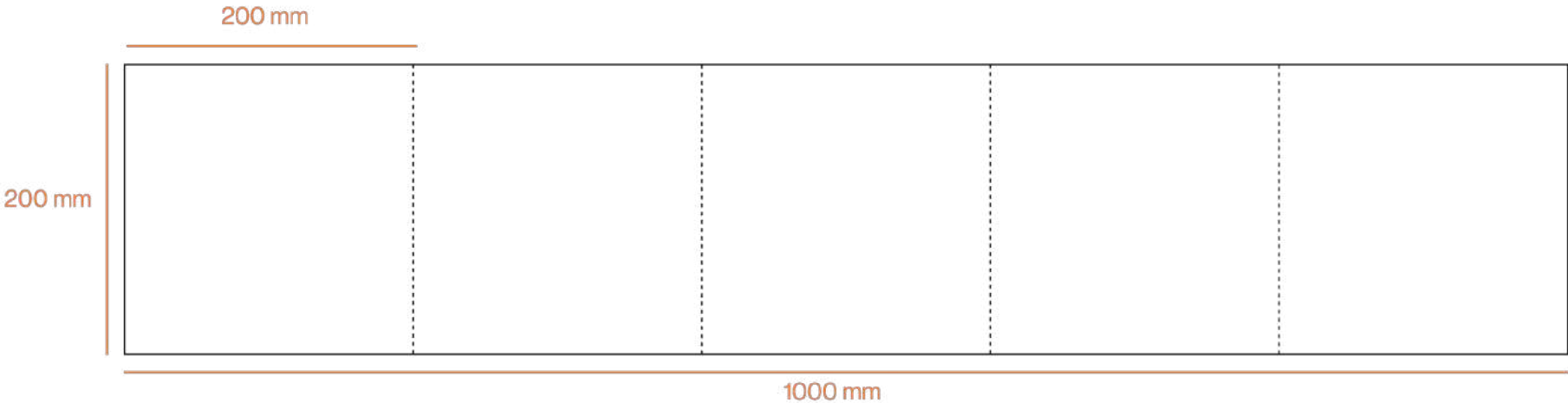
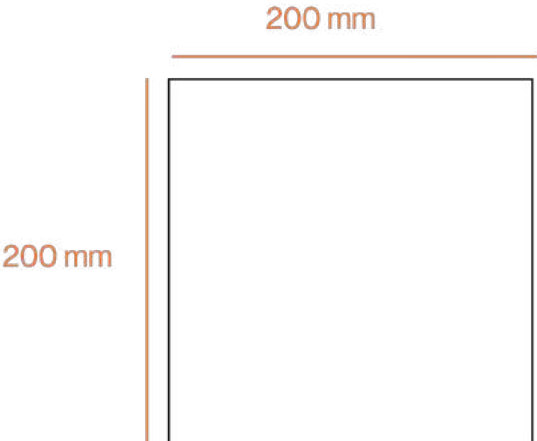
Adaptación al lenguaje Braille

Edad indicada

Número de jugadores

Los demás iconos que se encuentran en el juego han sido tomados del banco de iconos gratis [Flaticon](https://www.flaticon.es)<sup>43</sup>

43. <https://www.flaticon.es>



## Instrucciones

### Medidas

Las instrucciones son esenciales para el entendimiento del juego, es por ello que se utiliza un formato grande para conseguir explicar todos los puntos esenciales del juego.

El formato es un formato cuadrado, al igual que las demás formas del juego, de un tamaño de 200x200mm para que, además de que quepa en la caja y sobre espacio por los alrededores para poder cogerlo, quepa en un pliego de 70x100.

Las instrucciones se encontrarán nada más abrir la caja, encima de los elementos del juego.

### FICHA TÉCNICA:

**Papel:** Estucado acabado mate 250 gr.

**Impresión:** Offset

**Tintas:** 4cmyk / 4cmyk

**Medidas en desplegado:** 200x1000mm



## Instrucciones

### Distribución

Las instrucciones contienen información tanto por el anverso como el reverso, siendo de importancia cualquiera de las dos partes.

Estas instrucciones tienen una característica importante y a destacar, da igual por dónde empieces a leerla o de la forma en que lo despliegues (ya sea un despliegue completo o por partes) que toda la información va unida y con sentido. Por lo cual no encontramos ninguna problemática a la hora de leer y entender dichas instrucciones.

Además, como puede observarse, se ha realizado un diseño limpio y claro de las formas de juego, con bastante margen blanco para evitar una saturación excesiva de información y facilitar la comprensión de estas en los futuros jugadores.

La fuente utilizada es Neue Montreal, la tipografía corporativa e incorpora varios colores pertenecientes a la marca, destacando los títulos de cada parte en bold al igual que palabras clave como los nombres de los cubos. A continuación se muestra por parte las caras de las instrucciones, para un análisis y una buena legibilidad de estas.





## ¿Qué es Cubizink?

Cubizink es un juego de mesa creado por Neurozink y diseñado para la prevención y mantenimiento de las habilidades cognitivas en personas que padecen o pueden llegar a sufrir enfermedades neurodegenerativas en un futuro.

Alejado de juegos infantiles, Cubizink consigue activar la mente mediante la agrupación de figuras por colores, texturas y formas incluyendo preguntas para trabajar el lenguaje.

Además en Neurozink queremos que todos nuestros productos sean inclusivos, es por ello que Cubizink está ajustado a las necesidades de cada jugador con la adaptación del juego en el lenguaje Braille y también diferentes formas de juego en función de la fase de desarrollo de la enfermedad en cada persona, porque para nosotros todos merecemos buenos momentos

**Porque los mayores también juegan.**



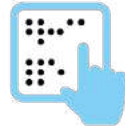
neurozink



## ¿A quién va dirigido?



Personas con enfermedades que conlleven a demencia



Personas con dificultad visual



Personas que busquen prevenir la demencia



Adaptado a las diferentes fases de la enfermedad

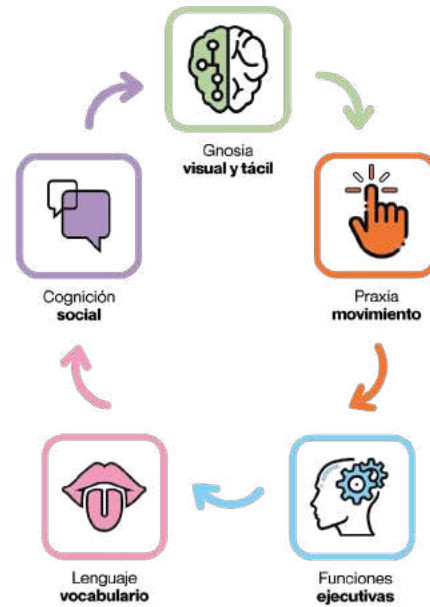


Indicado para la tercera edad

## ¿Qué encontrarás en el interior?



## ¿Qué funciones cognitivas trabajarás?



## ¡Empezamos a jugar!

El juego consta de:

**4 cubos** que encontrarás en el interior,

**75 fichas** divididas en las 3 secciones de la derecha, con 25 en cada una de estas.

**100 tarjetas** preguntas, organizadas en la parte inferior de la caja por las 5 categorías del juego.

Una vez hayas ubicado cuál es cada uno de los cubos y fichas **¡A jugar!**

**Objetivo del juego:**

Debes **agrupar** las fichas como te ordenen los cubos y mantener **conversaciones** fluidas mediante las preguntas de las 5 temáticas del juego.

Existen dos niveles, **fácil** y **avanzado**, que permiten adaptarse a las capacidades de cada jugador.

Pero, sobre todo, el objetivo es **¡disfrutar jugando!**

Organización del juego



## ¿Qué es cada elemento del juego?



**Cubo número:** Indica cuál es la cantidad de fichas que agruparás



**Cubo forma:** Indica qué figura de las fichas del juego reunirás.



**Cubo color:** Indica qué colores de las fichas tendrás que agrupar .



**Cubo acción:** Te indica qué te tocará jugar: agrupar por colores, formas y texturas o responder preguntas



**Fichas de juego:** Busca y agrupa entre las fichas con figuras de diferentes colores por ambas caras.



**Tarjetas de preguntas:** Responde las preguntas de las 5 categorías del juego que encontrarás en las tarjetas.

## 1 Nivel fácil. Combinaciones libres

Este nivel está adaptado a personas con una fase avanzada de la enfermedad, es por ello que dependiendo de la capacidad de esta, se podrán descartar cubos para hacer más fácil la partida, una elección totalmente libre y adaptada.

Podrás realizar las combinaciones descritas en la derecha y que mejor se adapte al jugador.

### Modo de juego:

¡Lanza los cubos y agrupa las fichas dependiendo de lo que te indiquen! Estos te dirán la **cantidad, el color o la forma** que tendrás que buscar entre las fichas del juego.

### Preguntas:

En este nivel las preguntas se irán realizando a lo largo de la partida, de forma libre. Cuando se quiera preguntar, se lanzará el **cubo forma** para decidir de cuál de las 5 categorías se preguntará.



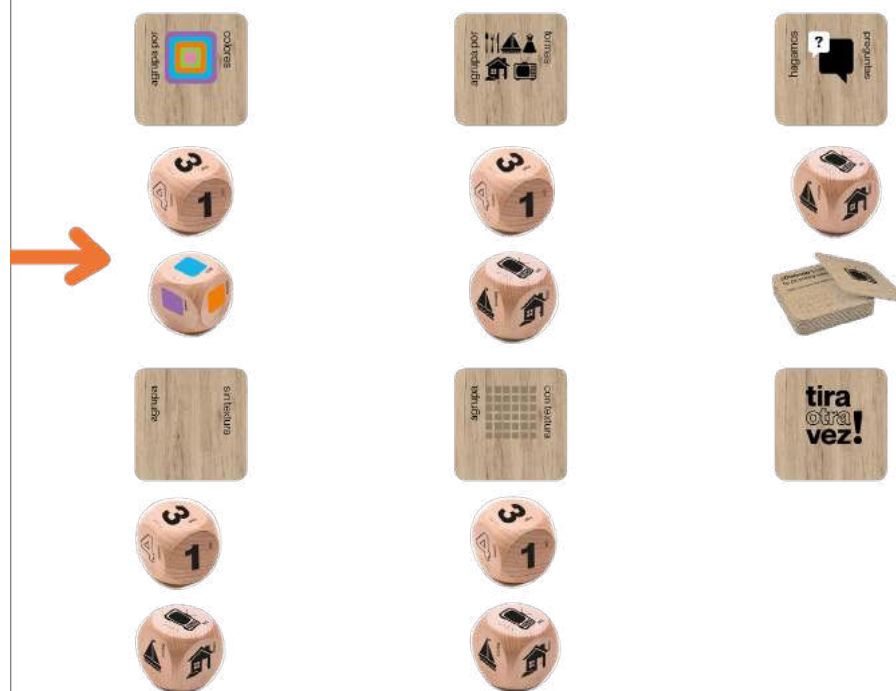
## 2 Nivel avanzado. Cubo acción.

Lanza el **cubo acción** que te guiará e indicará cómo vas a jugar. Seguidamente tendrás que escoger el cubo que corresponda a esa orden, como puedes ver en la parte derecha. Tendrás que seguir la orden marcada, sin tener en cuenta las demás características

El **cubo acción** te indicará si debes agrupar las fichas del juego por **colores, formas y texturas**, además del apartado de preguntas, con **fichas de las 5 categorías del juego** para mantener una conversación fluida entre los jugadores.



## Formas de juego y sus cubos





## **Adaptación Braille**

Cubizink tiene como característica la adaptación a diferentes habilidades de cada persona, es por ello que nuestro juego cuenta con el uso del Braille en todas sus fichas y cubos para así conseguir inclusividad y además autonomía a la hora de jugar.

La tipografía ha sido adquirida desde la once, la cual ofrece la tipografía de forma totalmente gratuita. Además, para un buen uso de este, el tamaño mínimo que tendrá que tener es una altura de 6 mm, la utilizada en nuestra marca.

En cuanto a las instrucciones, estas estarán disponibles para las personas con discapacidad visual a través de la página web, en forma de audio.

La impresión de este material será mediante una impresión especial para Braille.





## Página web

Neurozink contará en un futuro con una página web que proporcione todo tipo de información sobre la marca y venta de los materiales didácticos que ofrece, entre ellos, Cubizink.

La página web deberá seguir estas pautas:

- Responsive
- Tipografía sans serif para una mayor legibilidad
- Evita uso de colores como el amarillo.
- Adaptada a personas ciegas, incluyendo videos con audio y subtítulos de todas las instrucciones y demás informaciones de los juegos.
- Utilizar bold sólo para destacar y subrayar únicamente los links.
- Crear una página sencilla e intuitiva.
- Evitar cualquier tipo de anuncio o información sin relevancia para evitar la desconcentración.



05

**Opinión personal**

Opinión personal



Es necesaria una opinión personal acerca de este proyecto ya que ha sido uno de los proyectos más importantes y que más me han motivado a lo largo de mi carrera, además de no poder evitar emocionarme al recordar que también será el último en una de las mejores etapas de la vida.

Finalmente he quedado muy contenta con el resultado y con muchas ganas de seguir adelante con este proyecto. En cuanto esto último, AFATE estaba dispuesto a probar mi juego y testarlo con personas del centro, pero por desgracia tuve que volver a mi isla de residencia y no se pudo llevar a cabo. Esto no significa que el proyecto no pueda ser probado, ya que una de las intenciones es volver a ponerme en contacto con AFATE y recuperar esa oportunidad.

Sin duda alguna, este proyecto le hace especial por las personas hacia las que va dirigida, personas que están pasando por un mal momento de la vida y que, gracias a Neurozink, podrán pasar un buen rato junto a sus seres queridos a la vez que ejercitan la memoria, algo importante para ellos. No puedo expresar la felicidad que me causa ver cómo el diseño puede ayudar a muchísimas personas, a devolverles la sonrisa e incluso a mejorar su salud.

Además de tomar este proyecto como un trabajo final, también lo he utilizado como disfrute propio y como una meta para poder crear a pesar de desconocer el tema, a pesar de ser algo difícil.

Durante este proyecto hubieron lágrimas, risas, estrés, emoción, siempre con la ayuda que me han brindado tanto asociaciones, mi tutor y mis compañeras, porque sin ellos esto no habría podido salir adelante. Gracias a todos.

A pesar de que poco a poco vamos siendo conscientes del gran problema que existe a día de hoy con este tipo de enfermedades, sé que nos queda mucho por entender.

**Ojalá que Neurozink nos consiga hacer entender que el olvido, no es causa de la vejez.**



06

**Links**

Links





## **Bibliografía**

Caballero, T., (2009). El gran libro de las cajas. Editorial EVERGREEN.

Boku, S., (2007). Package Form and Design (Encyclopedia of paper-folding designs) Editorial Pie Books

Capsule (2009). Claves del diseño Packaging. Editorial Gustavo Gili, S.L.

Dhairya (2008). Package and p.o.p Structures. Editorial Index Books S.L.

Lupton, E. (2012). Intuición, acción, creación. Editorial Gustavo Gili.

O'Grady, V. (2020). MANUAL DE INVESTIGACION PARA DISEÑADORES. BLUME (Naturart).

D. (2008). Package and P.o.p. Structures (Pap/Com ed.). Index Books S L.

Valdez Miyar M. Manual Diagnóstico y Estadístico de los Transtornos Mentales (DSM-IV ). Ciencia y Cultura Lati- noamericana S.A de C.V.; 1996. American Psychiatric Assoc. (1995): Diagnosticc and Statistical Manual of Mental Disorders- DMS-IV, Versión Española de la 4a. Edición de la obra original en lengua inglesa. MASSON, S.A. Reimpresión 1996.



## Webgrafía

AFAV | Asociación Familiares Alzheimer Valencia (s.f). AFAV. Recuperado de <http://www.afav.org/>

FEVAFA | Federación Valenciana de Asociaciones de Familiares de personas con Alzheimer. (s.f). Recuperado de <http://www.fevafa.org/>

FAFAC | Federació de familiars de malalts d'Alzheimer (s.f). Recuperado de <https://www.fafac.cat/es/>

AFALL | Asociación de Familiares de Alzheimer Lleida (s.f). Recuperado de <https://sites.google.com/site/alzheimerlleida/>

AFAMUR | Asociación de Familiares de Enfermos de Alzheimer de la Región de Murcia (s.f). Recuperado de <http://afamur.es/>

FAFAL | Federación Alzheimer de la Comunidad de Madrid (s.f). Recuperado de <https://fafal.org/>

AFEAM | Asociación de Familiares de Enfermos de Alzheimer de Madrid (s.f). Recuperado de <http://afeammadrid.org/>

AL.CA | Alzheimer Canarias. (s.f). Recuperado de <http://www.alzheimer-canarias.org/>

AFA | Asociación Alzheimer Asturias. (s.f). Recuperado de <https://www.asociacionalzheimer.com/>

Afacayle | Federacion Asociaciones Familiares Enfermos Alzheimer. (s.f). Recuperado de <https://www.afacayle.es/>

AFA LF | Asociación de Familiares de enfermos de Alzheimer y otras demencias de Lanzarote y Fuerteventura. (s.f) Recuperado de <http://www.afalanzarote.com/>

Alzheimersevilla | Asociación Alzheimer "Santa Elena". (s.f). Recuperado de <https://www.alzheimer-sevilla.com/>

AFATE | Asociación de familiares y cuidadores de enfermos de Alzheimer y otras demencias de Tenerife (s.f) Recuperado de <http://www.afate.es/inicio>

AFA La Palma | Asociación de Familiares de enfermos de Alzheimer y otras demencias de La Palma (s.f) Recuperado de <https://afalapalma.net/>

Akros. (s.f). Alzheimer. Recuperado de <https://akros-educational.es/juegos/especiales/alzheimer/>

Aiudo. (2016, 1 agosto). Asociaciones de Alzheimer, centros de ayuda en toda España. Recuperado de <https://aiudo.es/asociaciones-de-alzheimer-y-centros>

Asociación Alzheimer "Santa Elena" (s.f) Cuadernillo de Psicoestimulación Cognitiva [Archivo PDF]. Recuperado de [https://d8efa332-ddff-40bf-b13b-6bb078bffd72.filesusr.com/ugd/6a9c90\\_edc78a9b-0ffd47379fe761a295b1b74f.pdf](https://d8efa332-ddff-40bf-b13b-6bb078bffd72.filesusr.com/ugd/6a9c90_edc78a9b-0ffd47379fe761a295b1b74f.pdf)

Asociación Alzheimer "Santa Elena" (s.f) Cuadernillo Memoria [Archivo PDF]. Recuperado de [https://d8efa332-ddff-40bf-b13b-6bb078bffd72.filesusr.com/ugd/6a9c90\\_a4b5d1f5d0104898b3484a9b-9b12e574.pdf](https://d8efa332-ddff-40bf-b13b-6bb078bffd72.filesusr.com/ugd/6a9c90_a4b5d1f5d0104898b3484a9b-9b12e574.pdf)

Asociación Alzheimer "Santa Elena" (s.f) Ejercicios prácticos de estimulación cognitiva para enfermos de Alzheimer en fase leve [Archivo PDF]. Recuperado de [https://d8efa332-ddff-40bf-b13b-6bb078bffd72.filesusr.com/ugd/6a9c90\\_c0624f0486ca-407faa5a4291027af307.pdf](https://d8efa332-ddff-40bf-b13b-6bb078bffd72.filesusr.com/ugd/6a9c90_c0624f0486ca-407faa5a4291027af307.pdf)

Amazon. (s.f). Juegos de mesa: Alzheimer. Recuperado de <https://www.amazon.es/alzheimer-Juegos-mesa-Juguetes/s?k=alzheimer>

Amazon. (2017). Aranaz. Juego Alzheimer. Recuperado de [https://www.amazon.es/Aranaz-Juego-Alzheimer-Mueblear-22750/dp/B076DDQ3XX/ref=sr\\_1\\_10?keywords=Alzheim](https://www.amazon.es/Aranaz-Juego-Alzheimer-Mueblear-22750/dp/B076DDQ3XX/ref=sr_1_10?keywords=Alzheim)

Amazon. (2017). Active Minds Asociación de Imágenes y Texturas: Productos sensoriales y Actividades de reminiscencia Especialmente diseñados para personas con Demencia. Recuperado de [https://www.amazon.es/Asociacion-B3n-Im-C3%Algenes-Texturas-reminiscencia-especialmente/dp/B075TD6932/ref=sr\\_1\\_5?keywords=alzheimer](https://www.amazon.es/Asociacion-B3n-Im-C3%Algenes-Texturas-reminiscencia-especialmente/dp/B075TD6932/ref=sr_1_5?keywords=alzheimer)

Amazon. (2017). Active Minds Bingo de Animales: Juego de Bingo sonoro diseñado para Personas ancianas con Demencia. Recuperado de [https://www.amazon.es/Bingo-Animales-dise-C3%B1a-do-personas-Alzheimers/dp/B0742HPQB4/ref=sr\\_1\\_6?keywords=alzheimer](https://www.amazon.es/Bingo-Animales-dise-C3%B1a-do-personas-Alzheimers/dp/B0742HPQB4/ref=sr_1_6?keywords=alzheimer)

Amazon. (2017). Active Minds Laberinto con Rastro: Juegos y recursos especializados para la Demencia y el Alzheimer. Recuperado de [https://www.amazon.es/Active-Minds-Laberinto-Rastro-especializados/dp/B076HW53H9/ref=sr\\_1\\_1?keywords=alzheimer](https://www.amazon.es/Active-Minds-Laberinto-Rastro-especializados/dp/B076HW53H9/ref=sr_1_1?keywords=alzheimer)

Amazon. (2017). Active Minds Serpientes y Escaleras: Juegos y recursos especializados para la Demencia y el Alzheimer. Recuperado de [https://www.amazon.es/Active-Minds-Serpientes-Escaleras-especializados/dp/B076JHQD2X/ref=sr\\_1\\_7?keywords=alzheimer](https://www.amazon.es/Active-Minds-Serpientes-Escaleras-especializados/dp/B076JHQD2X/ref=sr_1_7?keywords=alzheimer)

Amazon. (2017). Active Minds Álbum De Casa Timeslide: Actividad reminiscente de Cartas diseñado para Personas ancianas con Demencia o Alzheimer. Recuperado de [https://www.amazon.es/%C3%81lbum-Casa-Timeslide-reminiscente-Alzheimers/dp/B01N4S2ID5/ref=sr\\_1\\_4?keywords=alzheimer](https://www.amazon.es/%C3%81lbum-Casa-Timeslide-reminiscente-Alzheimers/dp/B01N4S2ID5/ref=sr_1_4?keywords=alzheimer)

Active Minds. (s.f.). Activities For People With Dementia. Recuperado de <https://www.active-minds.org/uk/>

Jugueterías Lifer. (s.f.).[Juegos y juguetes más adecuados para pequeños y mayores. Recuperado de <https://www.lifer.es/es/>

Desarrollo del proyecto  
KNOW Alzheimer. (2019). Vocabulario útil de Alzheimer. Recuperado de <https://knowalzheimer.com/vocabulario-util-alzheimer/>

Arte Miranda. (s.f.). Cartón gris contra colado grueso. Recuperado de <https://www.artemiranda.es/carton-gris-contracolado-grueso-carton-piedra-105x75-2-mm/5008>

Chuquillanqui Sevillano, S. (2013). Carton Gris o Carton Piedra. Recuperado de <https://es.scribd.com/doc/179468154/Carton-Gris-o-Carton-Piedra>

Amazon. (2015). Dida - Juego de Memoria de Madera de animales. Recuperado de [https://www.amazon.es/DIDA-Juego-Memoria-Madera-Animales/dp/B01BRDCONO/ref=sr\\_1\\_7?keywords=madera](https://www.amazon.es/DIDA-Juego-Memoria-Madera-Animales/dp/B01BRDCONO/ref=sr_1_7?keywords=madera)

AGRpriority. (2015). ¿Qué materiales utilizamos en nuestros juegos de mesa? Recuperado de <https://www.agrpriority.com/post/2015/02/20/-qu%C3%A9-materiales-utilizamos-en-nuestros-juegos-de-mesa>

Design Awards. (s.f.). Toy Box. Recuperado de <https://designawards.core77.com/Open-Design/50812/Toy-Box>

Niubó, E., & Parejo, I. (2017). Guía de materiales de Packaging para diseñadores industriales. Recuperado de [https://issuu.com/eduniubo/docs/niubedu\\_parejo\\_ivette\\_guia\\_mater](https://issuu.com/eduniubo/docs/niubedu_parejo_ivette_guia_mater)

KNOW Alzheimer. (2019). ¿Qué es la enfermedad del Alzheimer? Recuperado de <https://knowalzheimer.com/todo-sobre-el-alzheimer/que-es-alzheimer/>

Mayo Clinic. (2019, 5 febrero). Enfermedad de Alzheimer. Recuperado de <https://www.mayoclinic.org/es-es/diseases-conditions/alzheimers-disease/symptoms-causes/syc-20350447>

García-Alberca, J. M. (2015). Las terapias de intervención cognitiva en el tratamiento de los trastornos de conducta en la enfermedad de Alzheimer. Evidencias sobre su eficacia y correlaciones neurobiológicas. Recuperado de <https://www.elsevier.es/es-revista-neurologia-295-articulo-las-terapias-intervencion-cognitiva-el-S021348531200271X>

KNOW Alzheimer. (2014). Síntomas del Alzheimer [Archivo de vídeo]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=cldt48cc5LU&feature=youtu.be>

CEAFA, & Fundación Sanitas. (2006). El cuidador en España. Contexto actual y perspectivas de futuro. Propuesta de intervención [Archivo PDF]. Recuperado de <https://www.ceafa.es/files/2017/06/Estudio%20Cuidadores-1.pdf>

Sanitas. Data Salud. (2017). Más de 1,2 millones de personas en España sufren Alzheimer. Recuperado de <https://sanitasdatasalud.es/mas-de-12-millones-de-personas-en-espana-sufren-alzheimer/>

Canary Doctor. (2019). Día mundial del Alzheimer en Canarias: datos por Provincia. Recuperado de <https://www.canarydoctor.com/sanus/asociaciones/dia-mundial-del-alzheimer-en-canarias-datos-por-provincia/>

Fundación 'la Caixa'. (s.f.). Activa la Mente. Recuperado de <https://www.activamente.com/>

Fundación 'La Caixa'. (s.f.). El libro de la memoria. Historia de vida [Archivo PDF]. Recuperado de <http://www.sexne.es/downloads/ellibrodelamemoriafundacionlacaixa.pdf>

Familiados. (2018). 20 actividades prácticas para personas con Alzheimer. Recuperado de <https://familiados.com/blog/20-actividades-practicas-para-personas-con-alzheimer/>

Enfermedades neurodegenerativas. (2004, 1 enero). ScienceDirect. Recuperado de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0048712004734878>

C. Rubio, D. González Weller, R. E. Martín-Izquierdo, C. Revert, I. Rodríguez y A. Hardisson (2007) El zinc: oligoelemento esencial. Recuperado de: <http://scielo.isciii.es/pdf/nh/v22n1/alimentos1.pdf>

Los diferentes tipos de cartón ondulado. (2016, 22 febrero). Cuaderno, el blog de Kartox. <https://kartox.com/blog/las-diferentes-tipos-de-carton-ondulado/>

skai Sanremo Oak de Hornschuch | Laminas, Diseños de unas, Adhesivo. (s. f.). Pinterest. <https://www.pinterest.es/pin/559713059918500024/>

Iconos diseñados por [https://www.flaticon.es/icono-gratis/correcto\\_2413486?term=flechas&page=2&position=54](https://www.flaticon.es/icono-gratis/correcto_2413486?term=flechas&page=2&position=54) from <https://www.flaticon.es/> title="Flaticon"> www.flaticon.es</a>

Iconos diseñados por <https://www.flaticon.es/autores/freepik> title="Freepik">Freepik</a> from <https://www.flaticon.es/> title="Flaticon"> www.flaticon.es</a>

Iconos diseñados por <http://www.freepik.com/> title="Freepik">Freepik</a> from <https://www.flaticon.es/> title="Flaticon"> www.flaticon.es</a>

Iconos diseñados por <https://www.flaticon.es/autores/freepik> title="Freepik">Freepik</a> from <https://www.flaticon.es/> title="Flaticon"> www.flaticon.es</a>

Iconos diseñados por <https://www.flaticon.es/autores/darius-dan> title="Darius Dan">Darius Dan</a> from <https://www.flaticon.es/> title="Flaticon"> www.flaticon.es</

Iconos diseñados por <http://www.freepik.com/> title="Freepik">Freepik</a> from <https://www.flaticon.es/> title="Flaticon"> www.flaticon.es</a>

Iconos diseñados por <https://www.flaticon.es/autores/freepik> title="Freepik">Freepik</a> from <https://www.flaticon.es/> title="Flaticon"> www.flaticon.es</a>

Iconos diseñados por <https://www.flaticon.es/autores/smashicons> title="Smashicons">Smashicons</a> from <https://www.flaticon.es/> title="Flaticon"> www.flaticon.es</a>

CIVAT. (s. f.). Civat. Recuperado de: <https://civat.es>

Sinpromi. (s. f.). Sinpromi. Recuperado de <https://sinpromi.es>

Congreso Internacional de Alzheimer. Recuperado de <https://www.congresonacionaldealzheimer.org>

Logotipos. (2020, 10 septiembre). Marca ULL. <https://www.ull.es/portal/marca/logotipos/>

Best Free Mockup PSD Templates. (s. f.). Mockuptree. <https://mockuptree.com>

Download Free & Premium Psd Mockups. (s. f.). Graphic Pear. <https://www.graphicpear.com/mockups/>

Unblast - Selective Free Design Resources to Download. (s. f.). Unblast. <https://unblast.com/>



07

**Anexos**

Anexos



# Manual de Identidad Corporativa

## **Neurozink**







Este manual define las pautas para la correcta aplicación de la identidad corporativa **Neurozink**. Se pretende construir una imagen homogénea, siendo necesario el cuidado de la misma, por lo que estas normas son de uso obligatorio.

Aquellos casos que no estén descritos en el presente documento se registrarán respetando los criterios definidos, protegiendo los intereses de la marca, evitando el uso no autorizado e incorrecto de esta.





# Contenido

## 9 LA MARCA:

- 12 Elementos básicos
- 13 Configuración
- 14 Construcción
- 15 Área de reserva
- 16 Tamaño mínimo y máximo
- 17 Colores corporativos
- 18 Tipografía corporativa
- 19 Versiones
- 20 Usos incorrectos

## 21 APLICACIONES:

- 25 Papelería corporativa y comercial
- 43 Promoción y merchandising
- 51 Vehículos y transporte
- 53 Eventos
- 61 Sistema de publicidad



**LA MARCA**



La marca Neurozink refleja los objetivos y valores centrales de la misma, utilizando para ello la tipografía en su logotipo. Un diseño gradual entre letras que a pesar de la eliminación, consigue una alta legibilidad.

**Neurozink** trata de proporcionar a todas aquellas personas que sufran enfermedades neurodegenerativas, materiales didácticos para el desarrollo y ejercicio de la mente. Nuestra identidad busca transmitir que la omisión de ciertos detalles, como sería en este caso partes en blanco, no son un obstáculo para nosotros, sino una motivación para conseguir adaptarse a diferentes situaciones.

La identidad cuenta con unos elementos básicos que deberán estar siempre presentes en sus aplicaciones. Estos son la marca, el color y la tipografía.

## Elementos básicos

Marca

---

neurozink  
Play and think

Color

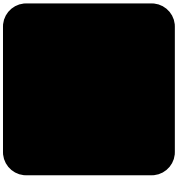
Tipografía

---



Neue Montreal Regular

v  
PQESTUVWXYZ  
1234567890



# Configuración

Principal

---

neurozink  
Play and think

Secundaria

---

neurozink

La marca se utilizará preferentemente en su conjunto principal. En aquellos casos que no sea posible debido a una justificación de espacio o diseño, se podrá hacer uso de su configuración secundaria.

## Construcción



La creación se basa en el juego tipográfico de la eliminación. Este efecto de desaparición se aplica únicamente en las 5 primeras letras, siguiendo las presentes guías.

Para facilitar su correcta construcción se proporciona una explicación de su creación.



## Área de reserva



Es importante mantener la marca alejada de cualquier otro elemento gráfico para una buena visibilidad de la misma. Para regular esto se ha establecido una zona de reserva alrededor de la marca corporativa.

## Tamaño mínimo



## Tamaño máximo



Establecer el tamaño mínimo es importante para no perder la legibilidad de la marca en diversos formatos.

Por ello se ha establecido que el logotipo junto con el tagline podrá usarse a un tamaño mínimo de 15 mm de alto. A partir de esta, deberá usarse sin tagline, hasta 5mm.

Para evitar un uso desproporcionado en formatos grandes, se establece que la marca deberá medir hasta un máximo de 1/3 del ancho del soporte, sin superar nunca a esta. Es recomendable proporcionar un espacio ancho alrededor de la misma.

## Tipografía corporativa

### **Neue Montreal** Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890 ! # \$ % & = ? / · Ç ^ . \* ;

### **Neue Montreal** Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890 ! # \$ % & = ? / · Ç ^ . \* ;

Neue Montreal es la tipografía corporativa de la marca. Ha sido cuidadosamente elegida por su estilo moderno y su alta legibilidad.

Esta fuente posee una gran variedad de pesos. Es por ello que para evitar un mal uso identificativo, en sus aplicaciones se utilizarán Regular, Light y Bold.

Neue Montreal Light  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
QRSTUVWXYZ123

Neue Montreal Regular  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
QRSTUVWXYZ123

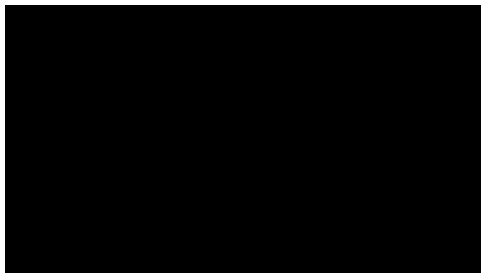
Neue Montreal Bold  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
QRSTUVWXYZ123

## Colores corporativos



CMYK: 90/0/48/11  
RGB: 0/150/140  
#v  
Pantone: P-127-15 U

La paleta corporativa de Neurozink consiste únicamente en sus dos colores corporativos, evitando así disminuir la integridad de la marca.



CMYK: 0/0/0/100  
RGB: 29/29/27  
#1d1d1b

# Versiones

Principal



BYN



Fondos no corporativos



Fondos fotográficos



Siempre que sea posible se aplicará la marca en su versión principal. En el caso que no sea posible por razones técnicas se utilizará las siguientes versiones.

La máxima visibilidad, legibilidad y contraste tienen que asegurarse en todas las aplicaciones. Si el logotipo se tiene que aplicar sobre fondos no corporativos o fotografías, debe aplicarse en blanco, o negro, dependiendo de la luminosidad del fondo.

## Usos incorrectos

No está permitido cualquier uso de la marca que no respete las normas establecidas en el presente manual.

Por consiguiente, no se podrá realizar ningún tipo de cambios, ya sea en el color, disposición, o transformaciones de la marca.

# APLICACIONES





Es muy importante el correcto uso tanto de la marca como también de sus aplicaciones. Es por ello que a continuación se muestran ejemplos de las posibles aplicaciones futuras esta.



# Papelería corporativa



Las medidas señaladas a continuación están descritas siguiendo las medidas establecida del área de reserva nombrado anteriormente.

Para ello, se utilizará la altura  $x$  del logotipo de la marca en cada una de las aplicaciones para definir los anchos.

## Primera hoja de carta

### Tipografía:

Cuerpo de texto: Neue Montreal Light | 11 pt

Pie de página: Neue Montreal Light | 8 pt

### Impresión:

Tintas: 4/0 (cmyk)

Papel Offset 80gr



# Segunda hoja de carta

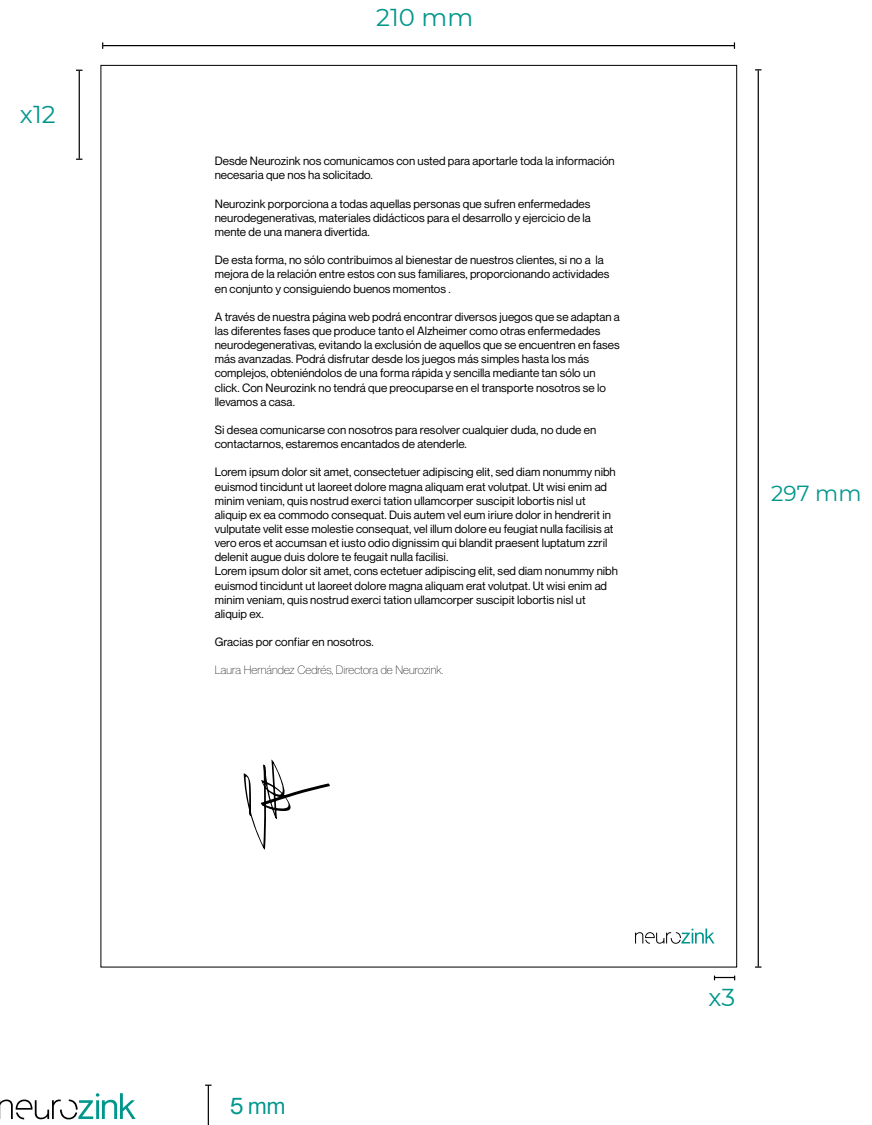
## Tipografía:

Cuerpo de texto: Neue Montreal Light | 11 pt

## Impresión:

Tintas: 4/0 (cmyk)

Papel Offset 80gr



neurozink

5 mm

## Sobre liso apaisado

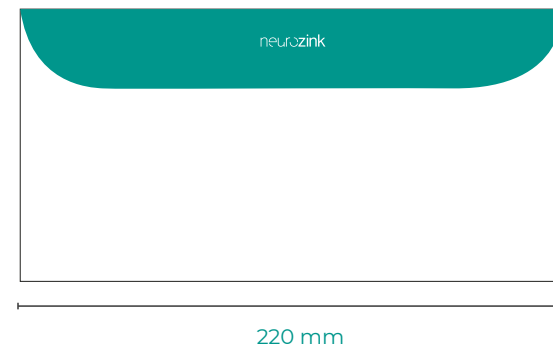
### Tipografía:

Cuerpo de texto: Neue Montreal Light | 10 pt

### Impresión:

Tintas: 4/0 (cmyk)

Papel Offset 120gr



neurozink | 15 mm  
Play and think

neurozink | 5 mm



# Sobre liso apaisado con ventanilla

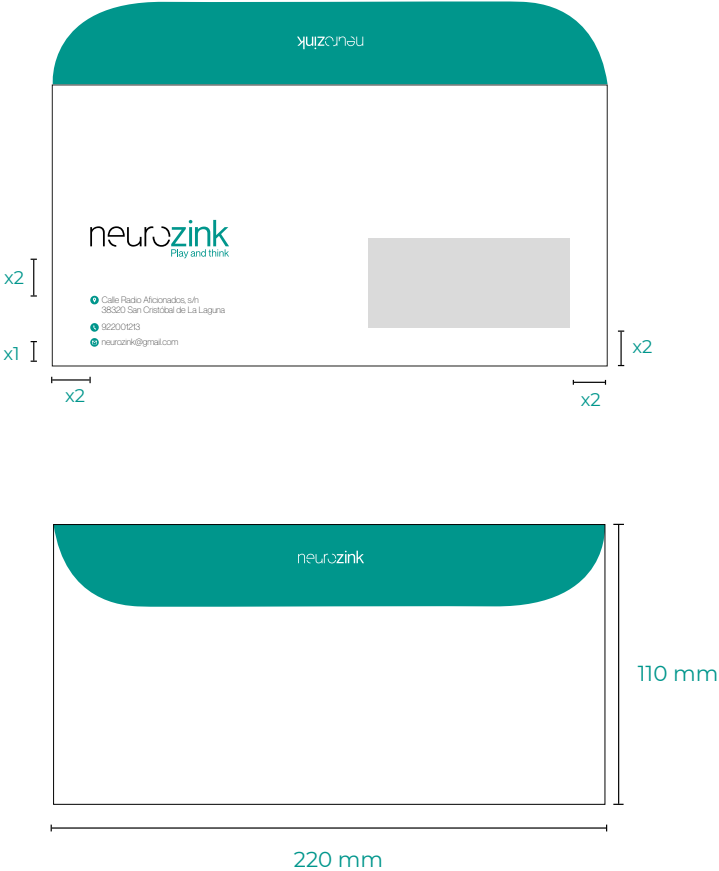
**Tipografía:**

Cuerpo de texto: Neue Montreal Light | 10 pt

**Impresión:**

Tintas: 4/0 (cmyk)

Papel Offset 120gr



## Sobre bolsa

### Tipografía:

Cuerpo de texto: Neue Montreal Light | 12 pt

### Impresión:

Tintas: 4/0 (cmyk)

Papel Offset 120gr



neurozink | 15 mm  
Play and think

neurozink | 5 mm

# Tarjeta de visita

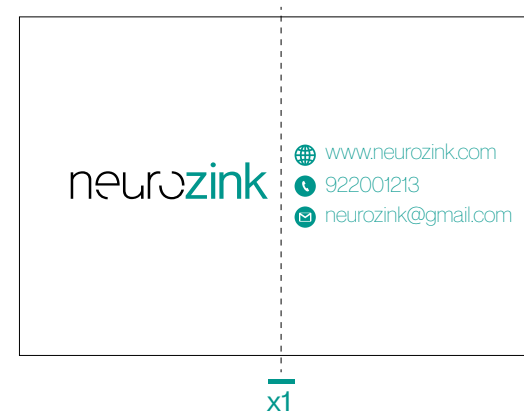
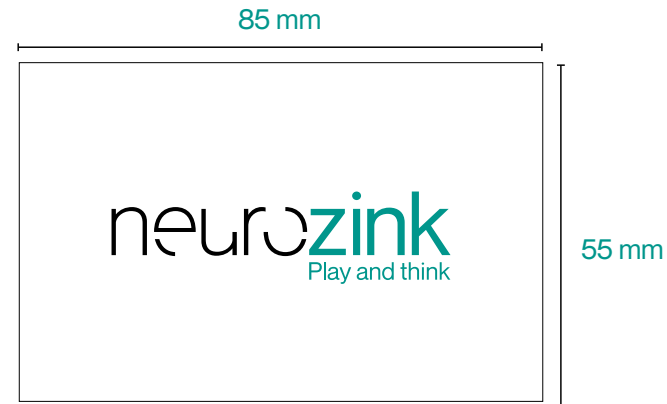
## Tipografía:

Cuerpo de texto: Neue Montreal Light | 10 pt

## Impresión:

Tintas: 4/4 (cmyk)

Papel estucado mate 300gr



# Tarjetón

## Tipografía:

Cuerpo de texto: Neue Montreal Light | 21 pt

## Impresión:

Tintas: 4/4 (cmyk)

Papel estucado mate 300gr

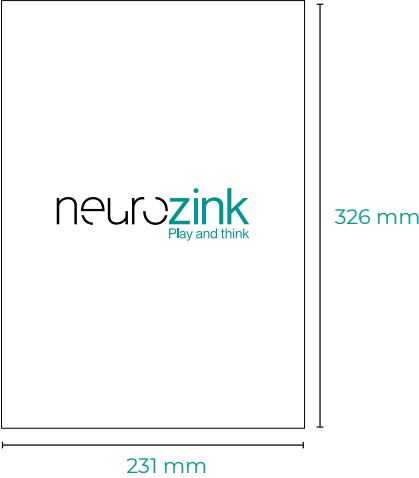
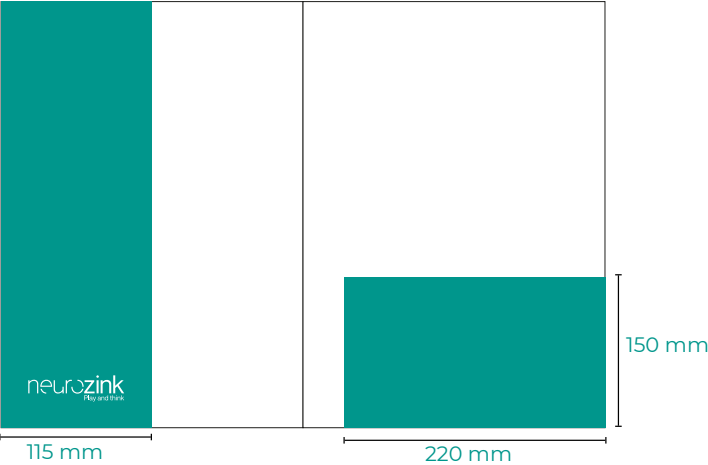


# Carpeta

**Impresión:**

Tintas: 4/4 (cmyk)

Papel estucado mate 350gr









neurozink  
Play and think

neurozink

neurozink  
Play and think

neurozink  
www.neurozink.com  
90033340  
neurozink@neurozink.com

neurozink  
Play and think

Marta Lora  
Comunicación

Desde Neurozink nos comunicamos con usted para  
necesidades que no se solucionan.

Neurozink proporciona a todos aquellos personas  
neurodegenerativas, mediante actividades para el  
mente de una manera divertida.

De esta forma, no sólo contribuimos al bienestar de  
los diferentes tipos de personas que se encuentran en estos  
momentos, sino también a mejorar la calidad de vida de  
nuestros colaboradores de una forma rápida y sencilla  
mediante un clic. Con Neurozink no tendrá que preocuparse  
en el transcurso de su vida.

A través de nuestra página web podrá encontrar  
diversos juegos que probará usted mismo, así como  
también los encontrará en los diferentes eventos que  
organizamos en todo el mundo. Si desea comunicarse  
con nosotros para resolver cualquier duda, no dude en  
contactarnos, estaremos encantados de atenderle.

Si desea comunicarse con nosotros para resolver cualquier duda, no dude en  
contactarnos, estaremos encantados de atenderle.

Gracias por confiar en nosotros.  
Laura Herrero Caballero, Directora de Neurozink.



www.neurozink.com  
neurozink@neurozink.com  
90033340





Manuel López  
Gerente de Marketing

Desde Neurozink nos comunicamos con usted para aportarle toda la información necesaria que nos ha solicitado.

Neurozink proporciona a todas aquellas personas que sufren enfermedades neurodegenerativas, materiales didácticos para el desarrollo y ejercicio de la mente de una manera divertida.

De esta forma, no sólo contribuimos al bienestar de nuestros clientes, si no a la mejora de la relación entre estos con sus familiares, proporcionando actividades en conjunto y consiguiendo buenos momentos.

A través de nuestra página web podrá encontrar diversos juegos que se adaptan a las diferentes fases que produce tanto el Alzheimer como otras enfermedades neurodegenerativas, evitando la exclusión de aquellos que se encuentran en fases más avanzadas. Podrá disfrutar desde los juegos más simples hasta los más complejos, obteniéndolos de una forma rápida y sencilla mediante tan sólo un click. Con Neurozink no tendrá que preocuparse en el transporte nosotros se lo llevamos a casa.

Si desea comunicarse con nosotros para resolver cualquier duda, no dude en contactarnos, estaremos encantados de atenderle.

Gracias por confiar en nosotros.

neurozink  
Play and think

neurozink

- www.neurozink.com
- 922001213
- neurozink@gmail.com

neurozink

 [www.neurozink.com](http://www.neurozink.com)  
 922001213  
 [neurozink@gmail.com](mailto:neurozink@gmail.com)

neurozink  
Play and think

neurozink

 [www.neurozink.com](http://www.neurozink.com)  
 922001213  
 [neurozink@gmail.com](mailto:neurozink@gmail.com)

neurozink  
Play and think

neurozink

 [www.neurozink.com](http://www.neurozink.com)  
 922001213  
 [neurozink@gmail.com](mailto:neurozink@gmail.com)

neurozink  
Play and think

neurozink

 [www.neurozink.com](http://www.neurozink.com)  
 922001213  
 [neurozink@gmail.com](mailto:neurozink@gmail.com)

neurozink  
Play and think

neurozink

 [www.neurozink.com](http://www.neurozink.com)  
 922001213  
 [neurozink@gmail.com](mailto:neurozink@gmail.com)

# Promoción y merchandising

















# Vehículos y transporte











# Eventos y congresos







neurozink  
Play and think



neurozink  
Play and think

Play  
and  
think

neurozink

Play  
and  
think

neurozink  
Play and think

Play  
and  
think

neurozink  
Play and think

Distribuidor de materiales  
didácticos para el  
desarrollo de la mente

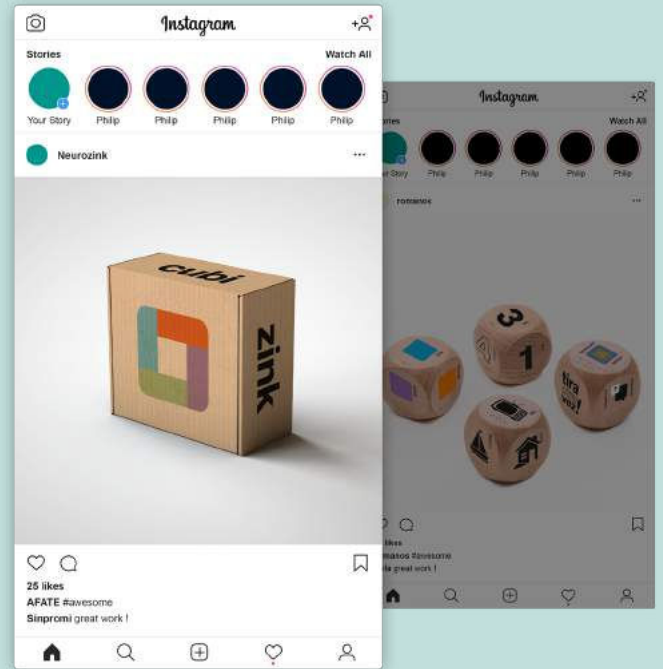
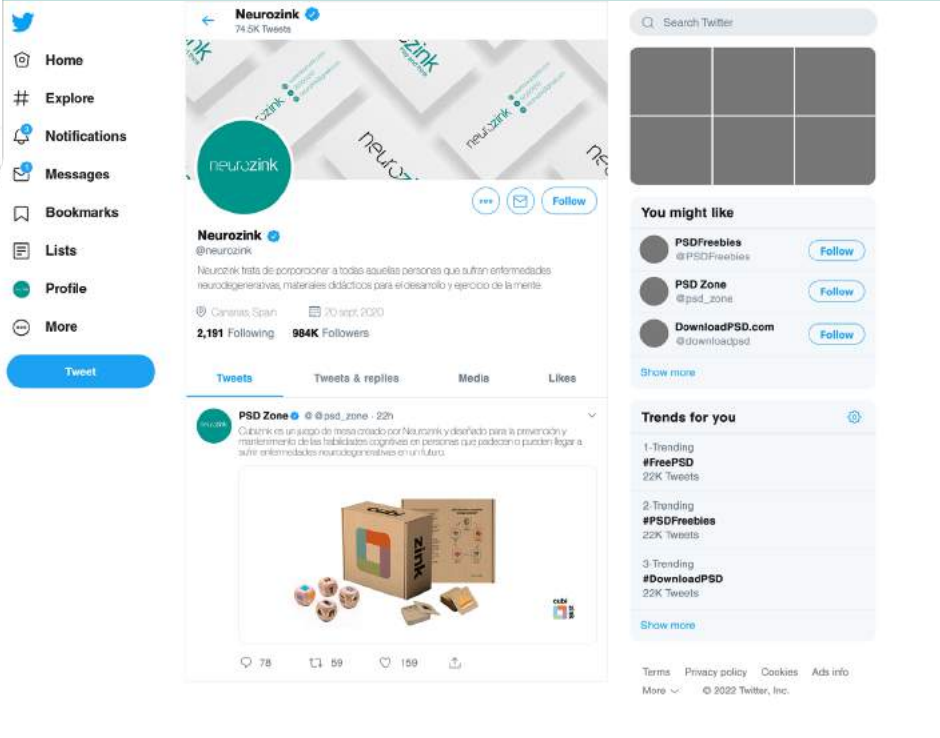
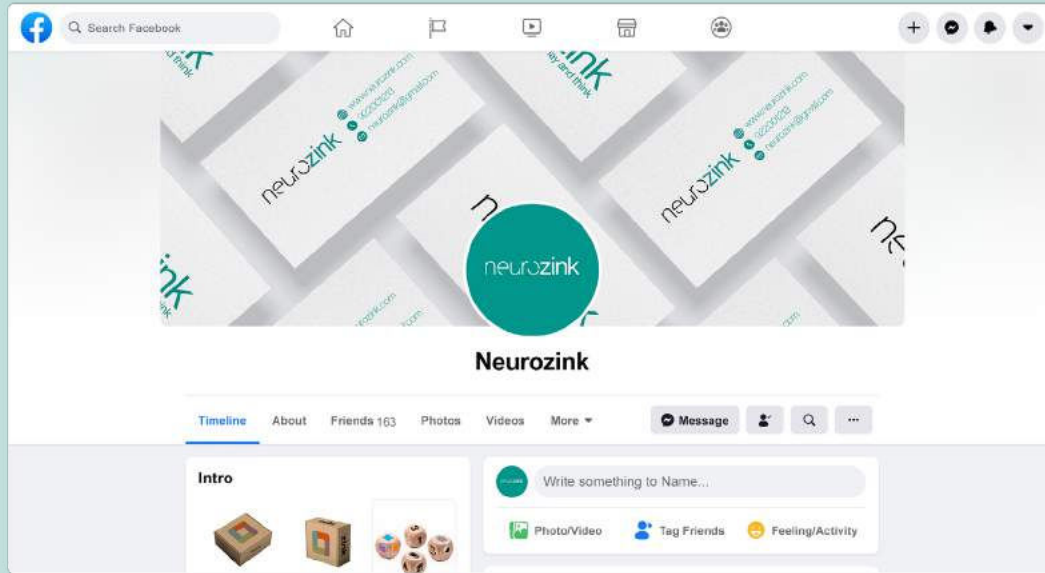
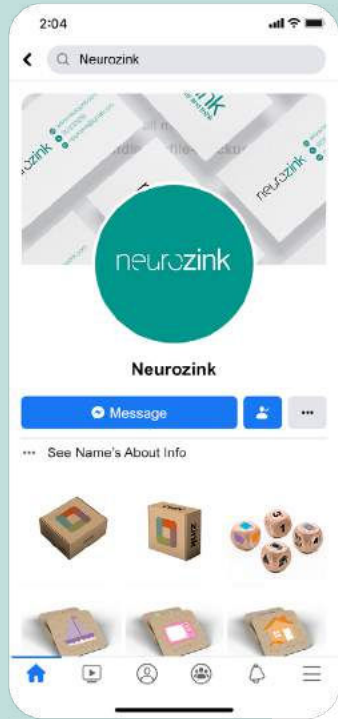
Destinado a personas con demencia

neurozink  
Play and think

# Sistema de **publicidad**







Play  
and  
think

Play  
and  
think

neurozink  
Play and think







neurozink  
Play and think

Play  
and  
think



neurozink  
Play and think



neurozink  
Play and think









# Manual de Identidad Corporativa

## **Cubizink**



Este manual define las pautas para la correcta aplicación de la identidad corporativa **Neurozink**. Se pretende construir una imagen homogénea, siendo necesario el cuidado de la misma, por lo que estas normas son de uso obligatorio.

Aquellos casos que no estén descritos en el presente documento se regirán respetando los criterios definidos, protegiendo los intereses de la marca, evitando el uso no autorizado e incorrecto de esta.



# Contenido

## 9 LA MARCA:

- 12 Elementos básicos
- 13 Configuración
- 14 Construcción
- 15 Área de reserva
- 16 Tamaño mínimo y máximo
- 17 Colores corporativos
- 18 Tipografía corporativa
- 19 Versiones
- 20 Usos incorrectos

## 21 APLICACIONES:

- 25 Promoción y merchandising
- 35 Vehículos y transporte
- 39 Eventos y congresos
- 45 Sistema de publicidad



**LA MARCA**





Cubizink es un juego de mesa creado por Neurozink y diseñado para la prevención y mantenimiento de las habilidades cognitivas en personas que padecen o pueden llegar a sufrir enfermedades neurodegenerativas en un futuro. La marca nace con el propósito de acabar con la falta de juegos para estas personas, alejado de cualquier característica infantil.

Por ello, se utiliza como símbolo principal un cuadrado con puntas redondeadas, la misma forma que los elementos del juego, a su vez que se aplican los colores presentes en este.

Cubizink, es el juego completo que recoge las actividades recomendadas a estas personas y que fomenta tanto el ejercicio de la mente como también las relaciones interpersonales entre jugador y familia/cuidadores.

## Elementos básicos

Marca

---



Color

Tipografía

---



**Neue Montreal Bold**

**ABCDEFGHIJKLMNÑO**

**PQESTUVWXYZ**

**1234567890**

# Configuración

Principal

---



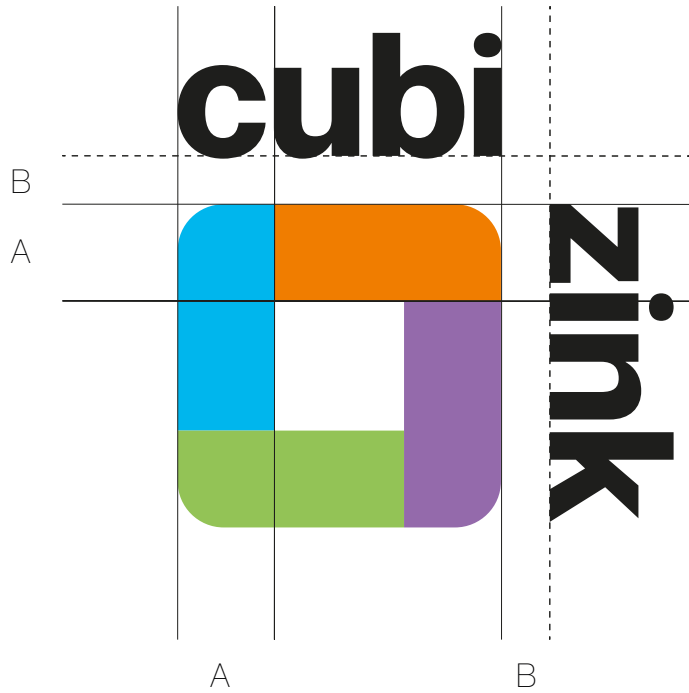
Secundaria

---



La marca se utilizará preferentemente en su conjunto principal, el imagotipo. En aquellos casos que no sea posible debido a una justificación de diseño, se podrá hacer uso de su configuración secundaria, el isotipo.

## Construcción



La construcción de la marca se basa en dos medidas, A y B.

La medida A pertenece al ancho de las columnas del cuadrado, mientras que la medida B es la mitad de la medida A, la cual separa la tipografía del isotipo.

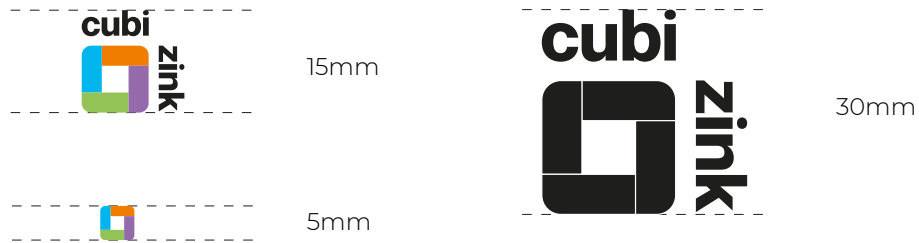
## Área de reserva



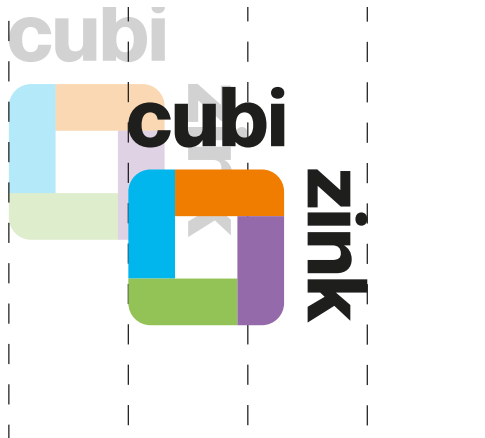
Es importante mantener la marca alejada de cualquier otro elemento gráfico para una buena visibilidad de la misma. Para regular esto se ha establecido una zona de reserva alrededor de dicha marca.

En este caso, la medida A.

## Tamaño mínimo



## Tamaño máximo



Establecer el tamaño mínimo es importante para no perder la legibilidad de la marca en diversos formatos. Por ello se ha establecido que su versión principal podrá usarse a un tamaño mínimo de 15 mm de alto. A partir de esta, deberá usarse sin tipografía, con un máximo de 5mm.

A la hora de utilizar la IVC en blanco o negro, esta tendrá un tamaño mínimo de 30 mm de altura debido al uso del trazo, para así prevenir la mala visibilidad de este.

Para evitar un uso desproporcionado en formatos grandes, se establece que la marca deberá medir hasta un máximo de la mitad del ancho del soporte, sin superar nunca esta. Es recomendable proporcionar un espacio ancho alrededor de la misma.

## Tipografía **corporativa**

### Neue Montreal **Bold**

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ**

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

**1234567890 ! # \$ % & = ? / · Ç ^ . \* ;**

Neue Montreal es la tipografía corporativa de la marca.

Ha sido elegida para utilizar una coherencia estética con la marca principal distribuidora del juego, Neurozink, además de su estilo moderno y su alta legibilidad.

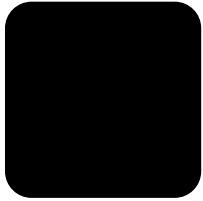
Esta fuente posee una gran variedad de pesos. Es por ello que para evitar un mal uso identificativo, en sus aplicaciones se utilizarán Regular, Light y Bold.

Neue Montreal Light  
abcdefghijklmnop  
QRSTUVWXYZ123

Neue Montreal Regular  
abcdefghijklmnop  
QRSTUVWXYZ123

**Neue Montreal Bold**  
abcdefghijklmnop  
QRSTUVWXYZ123

## Colores corporativos



CMYK: 0/0/0/100  
RGB: 29/29/27  
#1d1d1b



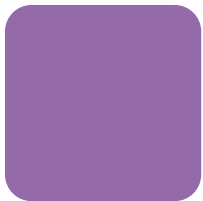
CMYK: 50/0/80/0  
RGB: 148/195/86  
#94c356  
Pantone: P 154-7 U



CMYK: 75/0/0/0  
RGB: 0/182/237  
#00b6ed  
Pantone: P 115-7 U



CMYK: 0/60/100/0  
RGB: 239/125/0  
#ef7d00  
Pantone: P 27-8 U



CMYK: 50/65/0/0  
RGB: 148/106/171  
#946aab  
Pantone: P 93-6 U

La paleta corporativa Cubizink es amplia debido los diversos colores de su isotipo

No está permitido el uso colores no presentes, conservando así la integridad de la marca.



# Versiones

## Principal

---



## BYN

---



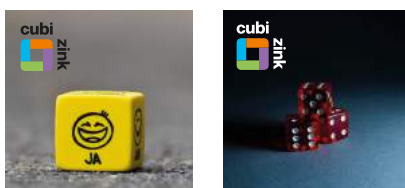
## Fondos no corporativos

---



## Fondos fotográficos

---



Siempre que sea posible se aplicará la marca en su versión principal. En el caso de la imposibilidad por razones técnicas se utilizará las versiones en blanco o negro.

La máxima visibilidad, legibilidad y contraste tienen que asegurarse en todas las aplicaciones. Si el logotipo se tiene que aplicar sobre fondos no corporativos o fotografías, debe aplicarse con la tipografía en blanco, o negro, dependiendo de la luminosidad del fondo, como bien se muestra en la parte izquierda.

## Usos **incorrectos**

No está permitido cualquier uso de la marca que no respete las normas establecidas en el presente manual.

Por consiguiente, no se podrá realizar ningún tipo de cambios, ya sea en el color, disposición, o transformaciones de la marca.

# APLICACIONES



**Es muy importante el correcto uso tanto de la marca como también de sus aplicaciones.**

**Es por ello que a continuación se muestran ejemplos de las posibles aplicaciones futuras esta.**



# Promoción y merchandising























# Vehículos y transporte

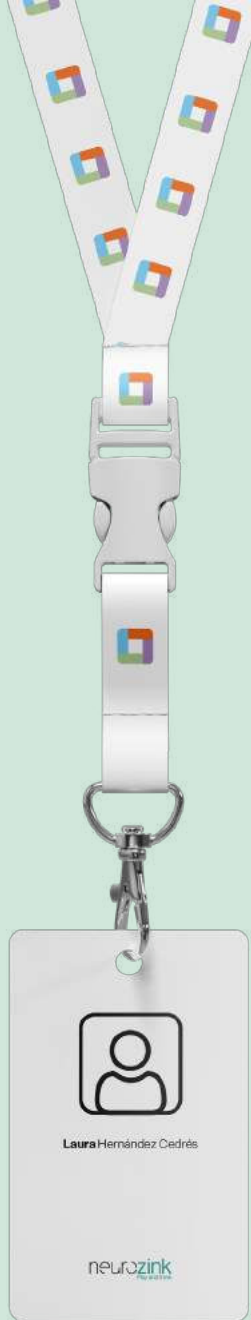






# Eventos y congresos









Porque los mayores  
**también juegan**



cubi  
zink

## Desarrolla tus habilidades cognitivas con Cubizink

Porque los mayores también juegan



Un juego creado por  
neurozink



## Porque los mayores también juegan

neurozink  
cubi zink



# Sistema de **publicidad**







# Porque los mayores también juegan

neurozink





# Desarrolla tus habilidades cognitivas con Cubizink

Porque los mayores también juegan



Un juego creado por neurozink





ESCAPE







The advertisement is set against a background of a corkboard with several square icons pinned to it. The icons include a blue television, a pink house, a green sailboat, a pink bikini, a green square with a white grid, a blue house, and a purple house. The text is centered on the board.

**cubi**  
**zink**

Un juego para personas  
**con demencia.**

Porque los mayores **también juegan**

ESCAPE





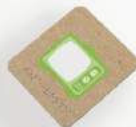
**Porque los mayores  
también juegan**





# Un juego para personas **con demencia.**

Adaptado a las habilidades  
de cada persona



Un juego creado por  
neurozink



