

Consulta la buena práctica



- **Envejecimiento en red**
- **Fundación Pilares**
- **HelpAge International**
- **Grandes Amigos**
- **Matia Fundazioa**

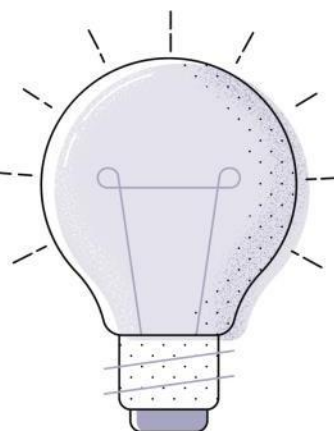
Soy mayor, Soy como tú

ÍNDICE

1. RESUMEN DE LA BUENA PRÁCTICA	3
2. ÁMBITO DE ACTUACIÓN.....	3
3. PERSONAS BENEFICIARIAS	4
4. TIPO DE ACTIVIDAD	4
5. ÁMBITO TERRITORIAL.....	5
6. DESCRIPCIÓN DE LA BUENA PRÁCTICA	5
7. JUSTIFICACIÓN	6
8. OBJETIVOS	8
9. PALABRAS CLAVES.....	9
10. TEMPORALIZACIÓN	10
11. HITOS	10
12. RECURSOS	11
13. FINANCIACIÓN	11
14. COHERENCIA CON LOS PRINCIPIOS DEL MODELO DE ATENCIÓN INTEGRAL Y CENTRADA EN LA PERSONA (AICP).....	12
15. COHERENCIA CON LOS CRITERIOS COMPLEMENTARIOS	15

1. RESUMEN DE LA BUENA PRÁCTICA

SOY MAYOR, SOY COMO TÚ es una iniciativa de comunicación anual creada por cinco entidades que se unen para sensibilizar y poner en valor la contribución de las personas mayores. El proyecto nació en 2017 y desde entonces denuncia la desigualdad que acompaña el envejecimiento, luchando activamente contra el edadismo a través de campañas temáticas como la solidaridad intergeneracional y la falta de datos. La iniciativa promueve el Modelo de Atención Integral y Centrada en la Persona (AICP) y utiliza recursos como su página web y el podcast «Cuenta conmigo» para la defensa de los derechos de las personas mayores.



2. ÁMBITO DE ACTUACIÓN

Detallar el ámbito de actuación marcando con una X la opción u opciones que correspondan de la siguiente tabla:

Personalización, integralidad y coordinación: experiencias aplicadas de atención o de intervención que favorezcan la autonomía personal, la independencia funcional, el bienestar y la participación de las personas que tienen necesidad de apoyos.	
Productos de apoyo y TIC: diseño y/o implementación de tecnologías, productos de apoyo y TIC para favorecer la autonomía, la independencia, el bienestar y la seguridad, tanto de las personas que tiene necesidad de apoyos como de las personas que les atienden o cuidan.	
Entorno físico y comunitario: experiencias que desarrollen el diseño arquitectónico, mejoras relacionadas con el entorno residencial de la persona, actuaciones ambientales dirigidas a favorecer la accesibilidad, etc.	
Desarrollo organizativo y profesional: Innovaciones organizativas, metodológicas o normativas que medien o favorezcan la aplicación del modelo, a través de cambios normativos, instrumentos de evaluación, adaptaciones en los sistemas de organización y gestión de los centros y recursos, coordinación sociosanitaria, metodologías e instrumentos de atención personalizada, adaptación de perfiles profesionales y formas de actuación.	
Acciones de comunicación: aquellas experiencias relacionadas con medios de comunicación dirigidas a romper los estereotipos e imágenes erróneas sobre la vejez, discapacidad, enfermedad, etc., que propongan una visión que ponga en valor a las personas.	x
Generación de conocimiento: iniciativas dirigidas a la investigación, evaluación, publicaciones, entornos académicos que favorezcan la generación de conocimiento y visibilicen los avances en nuevos modelos de atención y/o cuidados.	
COVID-19: se refiere a aquellas iniciativas que hayan nacido o se hayan tenido que ajustar específicamente en el marco de la pandemia del virus de la COVID-19.	

3. PERSONAS BENEFICIARIAS

Detallar las características de las personas beneficiarias marcando con una X la opción u opciones que correspondan:

Personas mayores	X
Personas con discapacidad	
Personas en situación de dependencia	
Familias	
Profesionales	
Sociedad en general	X
Otro/s	
<p>Describa las características principales de las personas beneficiarias de la experiencia: La iniciativa se centra en el colectivo de personas mayores, abordando los prejuicios que pesan sobre ellas y promoviendo el envejecimiento activo y la solidaridad intergeneracional.</p>	

4. TIPO DE ACTIVIDAD

Detallar el tipo de actividad de su entidad marcando con una X la opción u opciones que correspondan:

Centro residencial	
Comunidades, viviendas, domicilios	
Centros ocupacionales	
Centros de día	
TAD, SAD	
Escuelas, universidades y otros centros educativos	
Lugares y centros de trabajo	
Políticas públicas	
Transporte	
Ocio	
Cultura	
Deporte	
Otro/s	X
<p>Describa el tipo de actividad de la entidad que lleva a cabo la buena práctica: Campaña de comunicación, sensibilización y divulgación en redes sociales y medios (a través de manifiestos, vídeos y el podcast "Cuenta conmigo").</p>	

5. ÁMBITO TERRITORIAL

Detallar el ámbito territorial de su entidad marcando con una X la opción que corresponda, especificando la zona de actuación:

Local (Especificar municipio):	
Provincial (Especificar provincia):	
Autonómico y regional (Especificar comunidad autónoma y/o región):	
Estatal	X
Unión Europea	
Internacional	
Indique el lugar/es en los que se desarrolla la buena práctica: Se desarrolla principalmente en España, a través de plataformas digitales	

6. DESCRIPCIÓN DE LA BUENA PRÁCTICA

Describa a continuación, de forma detallada, en qué consiste la buena práctica, metodología empleada, fases de implementación, etc. (máximo 2.000 palabras):

Se desarrolla anualmente a través de una página web que recopila las campañas, compuestas por un manifiesto, un vídeo y una galería de imágenes. La temática se relaciona con el lema propuesto por Naciones Unidas para el Día Internacional de las Personas Mayores (**1 de octubre**). Su enfoque principal es abogar por un modelo de atención y cuidado basado en la Atención Integral y Centrada en la Persona (AICP) que impulse la autonomía personal, el ejercicio de derechos y la participación social. Las campañas recientes se han centrado en la lucha contra el edadismo, la solidaridad intergeneracional y la invisibilidad de las personas mayores por la falta de datos en estudios y estadísticas. Desde 2023 se incluye la producción del podcast «Cuenta conmigo»

La campaña se resume a través de la página web (<https://soymayorsoycomotu.com/>) que contiene los diferentes materiales de comunicación / sensibilización, y donde se incorporan en pestañas las campañas de cada año.

Cada campaña está compuesta de un manifiesto, un vídeo y una galería de imágenes. La temática está relacionada con el Slogan que Naciones Unidas propone para cada año con motivo del 1 de octubre Día Internacional de las Personas Mayores:

2017: "aprovechamiento del talento, la contribución y la participación de las personas mayores en la sociedad"

2018: "compromiso de promover el disfrute pleno e igualitario de todos los derechos humanos y las libertades fundamentales de las personas mayores"

2019: "El camino hacia la igualdad en la vejez"

Sobre el Manifiesto:

A través de un manifiesto, los firmantes abogamos por un modelo de atención y cuidado basado en la atención integral y centrada en la persona que reconozca e impulse la autonomía personal, el ejercicio de derechos, la calidad de la atención y el incremento de la calidad de vida como base para facilitar la participación social y la continuidad de cada proyecto de vida.

También reclamamos a la sociedad un cambio de actitud hacia las personas mayores desterrando estereotipos que asocian vejez con incapacidad, enfermedad o tristeza y que conducen a la exclusión y la soledad no deseada, al tiempo que solicitan el fomento de herramientas ciudadanas y colaborativas como el voluntariado que faciliten un papel activo y protagonista a las personas mayores.

7. JUSTIFICACIÓN

Especifique el motivo o causa que motivó la puesta en marcha de la iniciativa:

Un grupo de instituciones que promueven una imagen positiva de las Personas Mayores que decidieron unir esfuerzos para conseguir un mayor impacto con motivo de la celebración del Día Internacional de las Personas Mayores.

La puesta en marcha de la iniciativa "**SOY MAYOR, SOY COMO TÚ**" en 2017 por parte de un grupo de instituciones clave que promueven una imagen positiva de las personas mayores no fue un hecho casual, sino una respuesta necesaria y urgente a tres fenómenos interconectados que caracterizan a las sociedades desarrolladas: la aceleración del **envejecimiento demográfico**, la persistencia del **edadismo** o la discriminación por edad, y la transición pendiente hacia un **Modelo de Atención Integral y Centrada en la Persona (AICP)**.

El motivo fundamental que impulsó la colaboración de entidades como Fundación Pilares, Matia Fundazioa, Grandes Amigos, Envejecimiento en Red y HelpAge International España fue la convicción de que solo uniendo esfuerzos se podría lograr un **mayor impacto** y contrarrestar la narrativa dominante y a menudo negativa sobre la vejez.

España, al igual que la mayoría de los países europeos, se enfrenta a una transición demográfica sin precedentes. Las personas mayores ya suponen alrededor del **20% de la población** y se estima que en 2050 serán uno de cada tres españoles. Este cambio, lejos de ser una amenaza, representa una **transformación social** que exige adaptar las estructuras, los servicios y, fundamentalmente, la mentalidad colectiva. La persistencia de **estereotipos negativos** que asocian la vejez con **incapacidad**,

enfermedad o tristeza conduce directamente a la **exclusión y a la soledad no deseada**. Estos clichés son profundamente injustos e inexactos, ya que ignoran la enorme **diversidad de perfiles** dentro del envejecimiento y la capacidad de las personas mayores de mantener una identidad plena y activa más allá de la edad. La justificación de estas campañas se centra en **luchar contra esa imagen negativa y estereotipada** en defensa de la normalización, exigiendo un **trato como iguales**. El **edadismo**, o la discriminación por motivos de edad, es la causa principal que motiva esta iniciativa. Se manifiesta de múltiples maneras:

1. **Invisibilidad en la Investigación y la Política:** Como se abordó en la campaña de 2023, existe una alarmante **falta de datos** de las personas mayores en estudios, estadísticas y ensayos clínicos. Esta ausencia de información precisa impide diseñar políticas públicas y medidas de salud que se basen en una visión alejada de los clichés. Las personas mayores ya no pueden ser consideradas un grupo marginal, y esta iniciativa es un **llamamiento a "contar con la población mayor"** para obtener relatos prolijos que reflejen su verdadera diversidad.
2. **Edadismo Digital y Tecnológico:** El avance tecnológico ha creado nuevas barreras que exigen ser abordadas. Campañas como la de 2024 se centran en el **edadismo digital**, que dificulta el acceso de las personas mayores a servicios esenciales, fomentando su exclusión y poniendo en riesgo su autonomía.
3. **Edadismo Intergeneracional:** Se reconoce que los prejuicios no solo afectan a las personas mayores, sino que también existen tensiones entre generaciones. La campaña de 2022 y 2024 se centra en la **Solidaridad Intergeneracional**, buscando promover el **respeto mutuo y la colaboración** entre jóvenes, adultos y ancianos. La iniciativa es una herramienta para mostrar lo que las generaciones aportan y cómo viven el edadismo en primera persona.

El sistema tradicional de atención ha estado históricamente centrado en los servicios y las patologías, limitando la capacidad de decisión de las personas. El modelo AICP, en cambio, se fundamenta en el **respeto a la dignidad y a los derechos** de la persona, sus intereses, preferencias y su **participación efectiva**.

La campaña "SOY MAYOR, SOY COMO TÚ" justifica su existencia como un **vehículo de divulgación** que promueve esta filosofía. Sus manifiestos abogan por un modelo que **reconozca e impulse la autonomía personal**. Al exigir un cambio de actitud social, la iniciativa crea un **ambiente facilitador** que es indispensable para que los principios del AICP (Autonomía, Participación, Inclusión Social e Integralidad) puedan implementarse no solo en centros, sino en la comunidad. Sin una sociedad que reconozca que "cuando una persona cumple 65 años no desaparecen sus deseos, necesidades, preferencias, ni expectativas", la implementación del AICP en la práctica se torna insostenible.

La importancia de esta campaña radica en su **criterio de Trabajo en Red y de Transferibilidad**.

- **Colaboración:** El hecho de que cinco entidades con diferentes enfoques (investigación, asistencia, fundación, acción internacional) unan sus fuerzas es un **valor innovador** y un modelo a seguir. Esta colaboración asegura que el mensaje llegue a más personas, profesionales e investigadores.
- **Transferibilidad:** Al ser una campaña anual y sistemática, y al crear **materiales**

de comunicación (web, vídeos, podcast) que son públicos y fácilmente compartibles, se facilita la **replicabilidad y adaptación** de sus mensajes en diferentes contextos y por otros agentes sociales. La campaña ofrece, además, una oportunidad para que los profesionales y cuidadores utilicen estos recursos para el debate y la sensibilización.

En conclusión, la campaña "**SOY MAYOR, SOY COMO TÚ**" se justifica por ser una herramienta proactiva e indispensable para **desterrar estereotipos, visibilizar la diversidad** de la población mayor, y **movilizar un cambio social** que no solo es justo, sino necesario para alinear la realidad social con los principios de dignidad y derechos del Modelo de Atención Integral y Centrada en la Persona. Su importancia radica en su capacidad de ser el altavoz del colectivo, asegurando que la voz y la contribución de las personas mayores sean "contadas" y valoradas.

8. OBJETIVOS

Indique el Objetivo General y los Objetivos Específicos de la iniciativa:

Objetivo General:

Sensibilizar y poner en valor la capacidad de contribución de las personas mayores y reivindicar su papel protagonista en la sociedad actual

Objetivos Específicos:

- Luchar contra la imagen negativa y estereotipada de la vejez y erradicar el edadismo.
- Promover una sociedad más inclusiva y justa para todas las edades.
- Promover el disfrute pleno e igualitario de todos los derechos y libertades de las personas mayores.

9. PALABRAS CLAVES

Describe cuatro “palabras claves” relacionadas con su buena práctica y por qué tienen importancia, por ejemplo: palabra clave “Personalización”, porque llevamos a cabo una atención personalizada, centrada en las características e idiosincrasia de cada una de las personas, teniendo en cuenta su opinión, intereses, valores, costumbres...

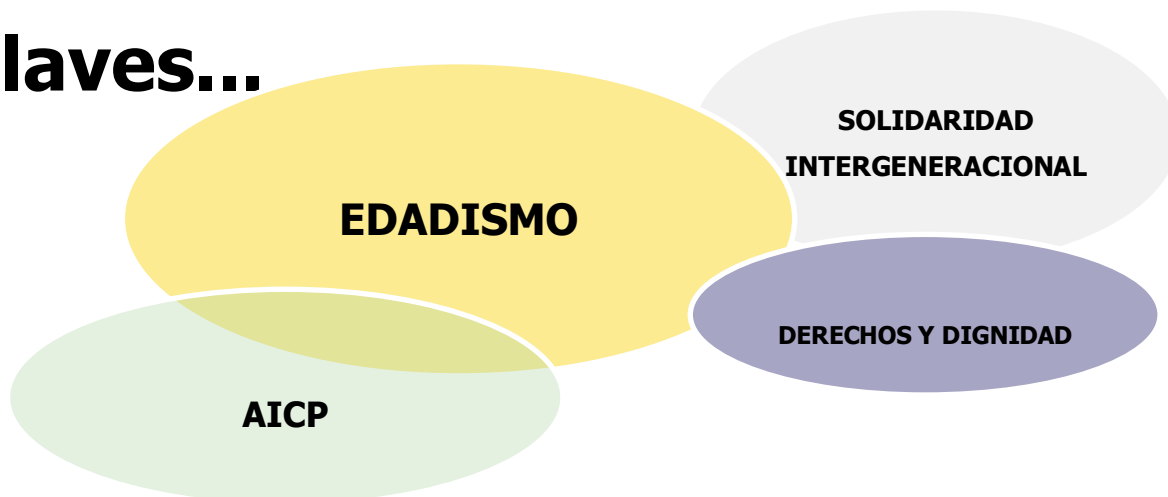
Palabra clave -1-: Edadismo, La campaña está centrada en la lucha contra la discriminación por edad y los estereotipos negativos sobre la vejez.

Palabra clave -2-: AICP, La iniciativa divulga un modelo de atención y cuidado basado en la AICP, donde el Principio de Autonomía es implícito.

Palabra clave -3-: Solidaridad Intergeneracional, las campañas recientes buscan fomentar el respeto mutuo y la colaboración entre las generaciones, abordando los prejuicios en ambas direcciones.

Palabra clave -4-: Derechos y Dignidad, El proyecto busca visibilizar y defender el disfrute pleno e igualitario de los derechos humanos y libertades fundamentales de las personas mayores.

Claves...



10. TEMPORALIZACIÓN

Indique la fecha de inicio de la buena práctica (mes y año):

Año de inicio: 2017
Mes de inicio: Septiembre

11. HITOS

Describir hitos importantes, como, por ejemplo, premios, reconocimientos recibidos por la iniciativa que se presenta. Si no los hubiera, indicar no procede.

- Campaña 1 de octubre 2017: #SoyMayorSoyComoTú
<https://soymayorsoycomotu.com/campanas/campana-2017/>
- Campaña 1 de octubre 2018: #SoyMayor
<https://soymayorsoycomotu.com/campanas/campana-2018/>
- Campaña 1 de octubre 2019: #SoyMayorSoyComoTú / #Igualdad en la Edad/
<https://soymayorsoycomotu.com/>
- Campaña 1 de octubre 2020:
<https://soymayorsoycomotu.com/2020/10/01/campana-2020/>
- Campaña 1 de octubre 2021: <https://soymayorsoycomotu.com/2021/10/01/hola-mundo/>
- Campaña 1 de octubre 2022:
<https://soymayorsoycomotu.com/2022/10/01/campana-2022/>
- Campaña 1 de octubre 2023
<https://soymayorsoycomotu.com/2023/09/28/campana-2023-mas-datos-contra-la-discriminacion/>
- Campaña 1 de octubre 2024: <https://soymayorsoycomotu.com/29-de-abril-dia-europeo-de-la-solidaridad-intergeneracional-2024/>

12. RECURSOS

Describir los recursos necesarios para llevar a cabo la experiencia, en cuanto a personal necesario y recursos materiales:

-Personal necesario:

El proyecto tuvo la participación personal de las 4 instituciones que iniciaron el proyecto (Envejecimiento en red´, Fundación Pilares, HelpAge International, Grandes Amigos,Matia Fundazioa) y un equipo externo de grabación y producción.

- Recursos materiales necesarios para llevar a cabo la experiencia:

Todos los recursos materiales pertenecen a los desarrolladores del proyecto. No hace falta comprar nada en especial.

13. FINANCIACIÓN

Detallar el tipo de financiación con el que cuenta la buena práctica, marcando con una X la opción u opciones que correspondan:

Recursos propios	X
Cuota de personas usuarias	
Ingresos derivados de la prestación de servicios/productos	
Subvenciones	
Otros	
Especificar otras fuentes de financiación diferentes:	

14. COHERENCIA CON LOS PRINCIPIOS DEL MODELO DE ATENCIÓN INTEGRAL Y CENTRADA EN LA PERSONA (AICP)



Principio de Autonomía

Se promueve la capacidad de autogobierno de las personas y su derecho a tomar sus propias decisiones acerca de su plan de vida, así como a que sus preferencias sean atendidas, también cuando presentan situaciones de gran dependencia, pudiendo hacer elecciones entre diferentes alternativas.

(Describir por qué guarda coherencia la buena práctica con este principio):

Todas las campañas cumplen con la vocación de divulgar un modelo de Atención Integral y Centrada en la Persona, donde el Principio de Autonomía va implícito. Por lo tanto, todos los manifiestos difundidos, y en consecuencia los vídeos e imágenes vinculados, tienen el objetivo de favorecer este Principio.

Manifiesto 2017: <https://soymayorsoycomotu.com/campanas/campana-2017/>

Manifiesto 2018: <https://soymayorsoycomotu.com/campanas/campana-2018/>

Manifiesto 2019:
<https://soymayorsoycomotu.com>

Manifiesto 2020: <https://soymayorsoycomotu.com/2020/10/01/campana-2020/>

Manifiesto 2021: <https://soymayorsoycomotu.com/2021/10/01/hola-mundo/>

Manifiesto 2022: <https://soymayorsoycomotu.com/2022/10/01/campana-2022/>

Manifiesto 2023 <https://soymayorsoycomotu.com/2023/09/28/campana-2023-mas-datos-contr-la-discriminacion/>

Manifiesto 2024: <https://soymayorsoycomotu.com/29-de-abril-dia-europeo-de-la-solidaridad-intergeneracional-2024/>

Manifiesto 2025: <https://soymayorsoycomotu.com/podcast-cuenta-conmigo-combatiendo-la-discriminacion-por-edad/>

Principio de Individualidad

Se reconoce que cada persona es única y diferente del resto, por tanto, las actuaciones responden a criterios de personalización y flexibilidad.

(Describir por qué guarda coherencia la buena práctica con este principio):

Aunque los manifiestos hablan sobre las personas mayores como grupo poblacional, la aportación que hacen a la sociedad queda inevitablemente ligada al reconocimiento de cada persona por separado. Por lo tanto, este principio es probable que no se cite directamente en los manifiestos, aunque siempre va implícito en los mensajes.

Principio de Independencia

Se reconoce que todas las personas poseen capacidades que deben ser identificadas, reconocidas y estimuladas con el fin de que, apoyándonos en ellas, se puedan prevenir o minimizar las situaciones de discapacidad o de dependencia.

(Describir por qué guarda coherencia la buena práctica con este principio):

En 2017, la campaña iba enfocado en lo que aportan las personas mayores a la sociedad, más que en promover su independencia personal. En 2018, se enfocaba en los derechos que tienen los mayores, y en 2019, en el camino hacia la igualdad en la vejez... En 2018 y 2019, sí se habla del Principio de Independencia .

Principio de Integralidad

Se contempla a la persona como un ser multidimensional en el que interactúan aspectos biológicos, psicológicos y sociales entendidos como una globalidad a la hora de actuar con las personas. Para garantizar la actuación óptima en todos estos ámbitos, el conjunto de recursos sociosanitarios y de otros sectores deben planificarse, diseñarse y organizarse, no con el eje puesto en los servicios, sino girando alrededor de las personas para que la atención y los apoyos lleguen de manera integrada a quienes los precisan.

Principio de Integralidad

(Describir por qué guarda coherencia la buena práctica con este principio):

El punto 9 del manifiesto de 2017 dice que “Es habitual asociar la innovación a la juventud. La investigación y los hechos demuestran que la creatividad, la inspiración y el talento no son cuestión de edad.”

El punto 7 igualmente dice que:

“Luchamos contra la imagen negativa y estereotipada de la vejez, en defensa de un movimiento a favor de la normalización, del trato como iguales. Cuando una persona cumple 65 años no desaparecen sus deseos, necesidades, preferencias, ni expectativas. Su estilo de vida sigue siendo el mismo. Se sigue siendo la misma persona. La lucha por el mantenimiento de una identidad más allá de la que marca la edad, es la lucha de este grupo de personas que se salen de los estereotipos establecidos. Apostamos por una sociedad en las que las edades se diluyen y las diferencias “basadas en la edad” se desvanecen.”

Principio de Participación

Se reconoce que las personas tienen derecho a participar en la elaboración de sus planes de atención y de apoyo a su proyecto de vida. Y también a disfrutar en su comunidad, de interacciones sociales suficientes y gratificantes y acceder al pleno desarrollo de una vida personal y social plena y libremente elegida.

(Describir por qué guarda coherencia la buena práctica con este principio):

a campaña aboga por la participación social y el fomento de herramientas ciudadanas y colaborativas como el voluntariado, facilitando un papel activo y protagonista.

Principio de Inclusión social

Se reconoce que las personas deben tener la posibilidad de permanecer y participar en su entorno, disfrutar de interacciones positivas y variadas y tener acceso y posibilidad de acceder y gozar de los bienes sociales y culturales.

(Describir por qué guarda coherencia la buena práctica con este principio):

La campaña SoyMayoSoyComoTú está básicamente pensada para promover la inclusión social de las personas mayores. Tanto el vídeo como el manifiesto, así lo intentan, siempre partiendo de que la idea nace a partir del slogan de Naciones Unidas sobre el día 1 de octubre, que este año 2017 era: “aprovechamiento del talento, la contribución y la participación de las personas mayores en la sociedad.

Principio de Inclusión social

Principio de Continuidad de atención

Se reconoce que las personas deben tener acceso a los apoyos que precisan de manera continuada, coordinada y adaptada permanentemente a las circunstancias de su proceso.

(Describir por qué guarda coherencia la buena práctica con este principio):

La campaña SoyMayorSoyComoTú cuestiona los enfoques tradicionales de exclusión de las personas mayores. El objetivo principal de la iniciativa es sensibilizar y poner en valor la capacidad de contribución de las personas mayores y reivindicar su papel protagonista en la sociedad actual.

15. COHERENCIA CON LOS CRITERIOS COMPLEMENTARIOS

Criterio de Innovación

Desde la experiencia se plantean cambios con respecto a los modelos tradicionales de atención o se cuestionan los enfoques clásicos relacionados con la imagen de las personas o con el modo de desarrollar intervenciones o actuaciones.

(Describir por qué guarda coherencia la buena práctica con este criterio complementario):

La campaña #SoyMayorSoyComoTú tiene implícito el cumplimiento del Modelo de Atención Integral y Centrado en la Persona. El valor innovador que podemos dar a la campaña está en la importancia de ser un proyecto colaborativo, donde cinco entidades unen sus fuerzas para conseguir llegar a más personas y así difundir y e

intentar mejorar la visión de la sociedad hacia las personas mayores.

Criterio de Transferibilidad

La experiencia contiene elementos y características que facilitan su generalización, replicabilidad o adaptación.

(Describir por qué guarda coherencia la buena práctica con este criterio complementario):

Como se ha desarrollado en todo este documento, la campaña se repite año tras año desde 2017.

Criterio de Trabajo en Red

Para el desarrollo de la experiencia se han establecido relaciones y acciones conjuntas con distintas entidades y agentes de la comunidad.

(Describir por qué guarda coherencia la buena práctica con este criterio complementario):

Este proyecto se fundamenta en la colaboración entre Entidades.

En 2017 fueron cuatro las participantes y desde entonces son cinco, y siempre abiertas a nuevas colaboraciones.

Los miembros de cada entidad están en contacto continuo y también participan en difusión de los proyectos personales de cada entidad.

Criterio de Perspectiva de Género

La iniciativa considera de forma transversal y sistemática las diferentes situaciones, condiciones, aspiraciones y necesidades de mujeres y hombres, incorpora objetivos y actuaciones específicas de género o contempla su impacto por género (personas destinatarias y profesionales).

(Describir por qué guarda coherencia la buena práctica con este criterio complementario):

La perspectiva de género siempre está implícita en los mensajes, como este del 2019: No contar con las personas mayores... y obviar la perspectiva de género dificulta la

Criterio de Perspectiva de Género

comprensión y el abordaje de situaciones de desigualdad que viven las mujeres mayores en distintas facetas de su vida.
en el desarrollo de acciones y apoyos que garanticen su dignidad, autonomía y bienestar cuando tienen una situación de dependencia, tanto cuando viven en su domicilio como cuando están en residencias.
...genera desigualdad y merma sus derechos.

Criterio de Evaluación y Resultados

La experiencia cuenta con un sistema de evaluación y medición de resultados sobre:

- 1) Efectividad y cumplimiento de objetivos
- 2) Impacto social
- 3) Sostenibilidad y viabilidad técnica y económica

(Describir por qué guarda coherencia la buena práctica con este criterio complementario):

(Describir cómo se han evaluado los resultados de la experiencia?)

Cada organización hace un seguimiento de monitorización de Redes Sociales y Webs, y de impacto en Medios de Comunicación.

(Describir qué resultados se han obtenido?)

Ambiente facilitador y otros criterios

En cuanto al entorno, aspectos socio-espaciales, comunitarios, ergonómicos y de otra tipología.

(Describir por qué guarda coherencia la buena práctica con este criterio complementario):