

**PROYECTO FINAL
CURSO 2023/2024**

CFGS MARKETING Y PUBLICIDAD

Alumno/a: **María José Da Luz Martínez**

Tutor: **Luis Monreal Gonzalez**

Proyecto de Plan de empresa

UNIVERSIDAD EUROPEA DE VALENCIA

Índice

1. Idea de Negocio.....	6
1.1. El Valor de la Idea.....	7
1.2. Presentación del empresario.....	8
1.3. Líneas de Negocio.....	10
2. Estudio de Mercado.....	10
2.1. DAFO / PESTEL.....	10
2.2. Clientes.....	14
2.3. Proveedores.....	19
2.4. Competencia.....	26
3. Plan de Marketing.....	28
3.1 Estrategia de Marketing.....	28
3.2 Herramientas del Marketing Operativo.....	28
3.3 La Relación con el Cliente.....	30
4. Diseño online.....	31
4.1 Propuesta de logo.....	31
4.2. Propuesta en gestión de redes sociales.....	34
5. Plan de Organización.....	37
5.1 Actividades y Recursos.....	37
5.2. Estacionalidad del Negocio.....	38
5.3. Recursos Materiales.....	38
5.4. Inversiones.....	38
5.5. Costes Fijos y Variables.....	39
5.6. Plan de Recursos Humanos.....	43
6. Plan en marcha.....	45
6.1. Protección de Datos.....	45
6.2. Forma Jurídica Escogida.....	47
6.3. Trámites de Inicio.....	49
6.4. Normativa Específica.....	51
6.5. Obligaciones Contables, Fiscales y Laborales.....	52
6.6. Financiación.....	53
7. Viabilidad.....	54
8. Reflexión Final.....	56
9. Bibliografía.....	57

0. Introducción

En mi Trabajo Final de Grado Superior, presentaré una nueva e innovadora idea con la que buscaré revolucionar el concepto de residencias para mayores. Esta propuesta no es simplemente una residencia convencional, sino una simulación de una pequeña ciudad diseñada para proporcionar a nuestros residentes una experiencia de vida autónoma y enriquecedora.

Esta empresa, estará localizada como ejemplo en Trandeiras (Xinzo de Limia, Ourense) (comprando y restaurando esta aldea) , Galicia, se centrará en la creación de un entorno que imita la vida cotidiana en una ciudad. Los residentes vivirán en un espacio muy parecido a un mini apartamento, para así poder disfrutar de la independencia y la privacidad, mientras tienen a su disposición todas las comodidades y servicios necesarios para su bienestar y seguridad.

Lo que hace único a mi proyecto es la integración de personal de atención médica en el entorno cotidiano de la "ciudad". En lugar de tener enfermeros y cuidadores en roles tradicionales, estos profesionales se integrarán en la comunidad, desempeñando roles como policías, dependientes de tienda, entre otros. Esta estrategia tiene como objetivo minimizar la sensación de estar en una institución médica y maximizar la sensación de vivir en una comunidad vibrante y activa.

Creo firmemente que esta propuesta ofrece una solución innovadora y humana a la creciente demanda de cuidados para personas mayores siendo Galicia uno de las comunidades con más personas mayores, proporcionando un entorno en el que pueden prosperar y disfrutar

de la vida a su propio ritmo ya que considero que los últimos años de vida deberían ser tan buenos como los anteriores sin hacerlos sentir inferiores. Otro punto que considero un arma de doble filo sería introducir un sistema de Moneda Local.

Así bien en este documento explicaré y daré a conocer mi plan de negocio, incluyendo mi idea de negocio, estudio de mercado, plan de marketing, diseño digital, plan de organización, y plan de puesta en marcha. También se evaluará la viabilidad de mi idea y reflexionaré sobre el proceso de desarrollo de este proyecto.

Rey (nuestros Clientes): Al igual que el rey en el ajedrez, su bienestar es nuestra principal prioridad. Cada acción que toma nuestro consejo está diseñada para protegerlos y mejorar su calidad de vida.

Reina (nuestros Trabajadores): Los trabajadores son la columna vertebral de nuestra residencia porque, si bien el Rey es más importante, para nosotros desde una perspectiva tradicional, la Reina es nuestro núcleo estratégico. Como una reina en las damas, tienen las habilidades y la flexibilidad para cumplir múltiples roles, desde cuidadores hasta actores sociales, asegurando que las necesidades de nuestros miembros de la realeza siempre estén satisfechas.

Torres (infraestructura): Representan los pilares físicos de nuestra residencia: el monasterio renovado y las instalaciones que brindan un ambiente seguro y confortable. Son como piezas de ajedrez, fuertes y estables, que protegen los flancos de nuestro reino.

Los Alfileros (Servicios Profesionales): Deslizándose en diagonal, simbolizan nuestra capacidad de conectar diferentes servicios y brindar una atención integral desde la salud hasta el ocio.

Caballos (innovación y adaptabilidad): Sus movimientos en forma de "L" representan nuestra capacidad para superar desafíos y adaptarnos a las necesidades cambiantes de las poblaciones y los mercados.

Los Peones (la comunidad): Son los vecinos, los trabajadores y la comunidad. Paso a paso, forman la base de nuestro negocio y, con el tiempo, pueden convertirse en piezas más sólidas que simbolizan el crecimiento y la mejora constante.

Estrategia de juego: Desde la planificación del diseño hasta la implementación de la moneda local, cada decisión se toma con previsión. Como en el ajedrez, cada movimiento es crucial y debe considerarse cuidadosamente para garantizar el éxito a largo plazo.

Fin del juego: Nuestro objetivo es que todos los residentes (Reyes) se sientan seguros, felices y valorados, y vivan sus años dorados con dignidad y autonomía en nuestra ciudad residencial. Con esta visión en mente, nuestro negocio no es sólo una residencia premium, sino un ecosistema donde todos son valorados y cada acción tiene un propósito, creando un ambiente donde la vida se disfruta plenamente en cada momento.

La jugada: Cada movimiento en el ajedrez requiere estrategia y pensamiento, al igual que los negocios. Debemos anticiparnos a las necesidades del mercado, adaptarnos al cambio y trabajar siempre en beneficio de nuestros ciudadanos.

Estrategia: Introducir una moneda local puede ser una apertura poco convencional. Esto puede ser un arma de doble filo, pero si se hace bien, puede fortalecer la economía interna y fomentar la independencia y la interacción en la "ciudad".

1. Idea de Negocio

Enfocare mi plan de empresa a uno de los juegos de destreza mas enigmaticos, el ajedrez. El tablero representa el mundo en el que operamos, cada cuadrado es una oportunidad o un desafío, y las piezas son los elementos clave de nuestro negocio.

Lo primero que hay que hacer para crear un negocio es encontrar un problema que valga la pena solucionar. Luego debemos preguntarnos quién tiene ese problema, si es un problema personal o de pocas personas no sería rentable la inversión, sin embargo si muchas personas tienen ese problema crearemos un valor mediante su solución. Otra de la razón por la cual sería mejor empezar por el problema es el hecho de crear el sentimiento y no hay mejor sentimiento que la gente entienda cómo es la frustración y así conectar con nosotros.

Esto me llevó a identificar uno de los problemas fundamentales que enfrentan las personas mayores: la atención que reciben es a menudo rudimentaria y poco innovadora. Encerrar a una persona mayor, que aún posee gran parte de su capacidad motora y mental, en un entorno parecido a los cuidados paliativos, no solo es inadecuado sino también costoso. Además, la creciente presión sobre los jóvenes adultos, quienes cada vez disponen de menos tiempo y recursos económicos, incrementa la probabilidad de que opten por internar a sus seres queridos en estas instituciones. Como resultado, muchos ancianos pasan sus últimos años en condiciones que están lejos de ser ideales.

Con esto nace mi tablero de ajedrez , el transformar Trandeiras (Xinzo de Limia, Ourense) Galicia, en un aldea de autonomía y comunidad para los mayores. Cada pieza se mueve con precisión para crear una residencia que refleje la estructura y el espíritu de una pequeña ciudad. El personal médico se integrará en la comunidad en roles cotidianos, como parte de una estrategia para minimizar la sensación de estar en una institución médica y fomentar un ambiente comunitario. Además, se considera la introducción de una moneda local para promover la economía interna y la interacción social, ofreciendo una experiencia de vida enriquecedora para los mayores.

1.1. El Valor de la Idea

Esta idea tiene un valor multifacético ya que puede ser evaluada desde diferentes perspectivas, primero a nivel social ya que se ofrece un entorno que promueve la independencia y el bienestar, se está contribuyendo a mejorar la calidad de vida de este grupo demográfico, segundo el Valor Innovador por el hecho de integrar al personal médico en la vida cotidiana de la comunidad y considerar la introducción de una moneda local, Valor Económico ya que así bien la inversión inicial puede ser considerable, el potencial de atraer a una población creciente de personas mayores que buscan alternativas a la atención tradicional puede resultar en un modelo de negocio sostenible y rentable a largo plazo y por último uno de los valores que considero bastante importante que sería el valor Emocional creando un sentimiento de conexión y comprensión con las frustraciones y deseos de las personas mayores puede generar lealtad y recomendaciones positivas, lo cual es invaluable.

Al igual que sería una idea sostenible por el hecho de la restauración de una aldea abandonada en Galicia utilizando ya los restos de los antiguos habitantes.

1.2. Presentación del empresario

María José: Innovadora Empresaria en el Cuidado de Adultos Mayores

Formación Académica:

María José es una destacada profesional con una sólida formación en Marketing y Publicidad. Su carrera académica le ha brindado una visión estratégica y creativa, fundamental para el desarrollo de proyectos innovadores en el ámbito empresarial.

Perfil Profesional:

María José es una empresaria dedicada y sincera, con una habilidad excepcional para adaptarse a nuevos entornos y desafíos. Su naturaleza ambiciosa y colaboradora la convierte en una líder nata, capaz de trabajar en equipo y fomentar un ambiente de trabajo productivo y armonioso.

Habilidades Destacadas:

Comunicadora efectiva: Su capacidad para transmitir ideas y estrategias de manera clara y convincente es una de sus fortalezas.

Comprometida: Siempre cumple con sus responsabilidades y se esfuerza por superar las expectativas.

Estratégica: Tiene una visión a largo plazo y es capaz de diseñar y ejecutar planes que impulsan el crecimiento y la innovación.

Honesta: La transparencia y la ética son pilares en su gestión empresarial.

Negociadora: Posee habilidades de negociación avanzadas, lo que le permite cerrar acuerdos beneficiosos para todas las partes involucradas.

Experiencia y Origen de su Idea de Negocio:

Tiene una valiosa experiencia en el cuidado de personas mayores, un ámbito en el que ha trabajado y del cual ha obtenido una comprensión profunda de las necesidades y desafíos de este sector. Fue a partir de esta experiencia que surgió su innovadora idea de negocio: una residencia para adultos mayores que recrea una pintoresca ciudad, ofreciendo a los residentes una vida autónoma y enriquecedora.

Habilidades Lingüísticas:

María José es una políglota con un dominio impresionante de varios idiomas, lo que le permite comunicarse efectivamente en diversos contextos culturales y lingüísticos:

- Español: Nativo.
- Inglés: Fluido.
- Gallego: Fluido.
- Portugués: Intermedio.
- Chino: Nivel básico (Primer nivel completado y sigue estudiando).
- Francés: Nivel básico.

Visión de Futuro:

María José está comprometida con la creación de entornos que mejoren la calidad de vida de los adultos mayores, integrando innovación, cuidado personalizado y un enfoque comunitario. Su residencia busca ser un modelo de excelencia, combinando su experiencia personal y profesional con una perspectiva global y multicultural.

María José es una empresaria ejemplar, cuyo enfoque estratégico, habilidades de comunicación y experiencia en el cuidado de personas mayores la posicionan como una líder en el sector. Su compromiso con la innovación y el bienestar de los adultos mayores es el motor que impulsa su exitosa carrera empresarial.

1.3. Líneas de Negocio

Al igual que en el valor de la idea de negocio esta idea puede diversificarse en varias líneas de negocio porque tiene la función de Vivienda Asistida, Servicios Médicos Integrados, Actividades y Ocio, Economía Local, Restauración, Educación y Formación, además de Investigación y Desarrollo.

2. Estudio de Mercado

2.1. DAFO / PESTEL

El juego de los negocios consiste en crear clientes, así que es bueno preguntarse cuántos hay o puede haber para poder estimar el tamaño de este negocio y su evolución. Después de esto podremos evaluar quién tiene mayor poder para crearlos, lo que nos llevará a identificar quienes son nuestros competidores, a quienes nos enfrentaremos y así saber también quienes comparten interés en este desarrollo y así crear colaboradores.

El juego de los negocios se asemeja a una partida de ajedrez, donde la clave es crear y mantener clientes. Así como un jugador de ajedrez evalúa el tablero para anticipar movimientos, en los negocios es fundamental preguntarse cuántos clientes existen o pueden existir para estimar el tamaño y la evolución del mercado. Este análisis inicial nos permitirá identificar quién

tiene mayor poder para generar clientes, determinando así nuestros competidores y colaboradores.

El foco de mi análisis se centrará en preguntarse por qué los clientes deberían preferir mi compañía y sus razones con justificación. Siguiendo esto definiremos unas preguntas y los puntos a considerar:

Para empezar, desde la perspectiva del análisis externo, examinamos a los consumidores para determinar el tamaño del mercado, la rentabilidad y el crecimiento. Nos preguntamos: ¿Cuántos clientes existen? ¿Cuánto están dispuestos a pagar? ¿Cuántos habrá en un futuro cercano? Luego, nos dirigimos hacia los competidores para descubrir las cuotas de mercado y la importancia de la razón de compra. Nos cuestionamos: ¿Qué adquieren los clientes? y ¿Por qué lo adquieren?

No debemos olvidarnos de los colaboradores, ya que nos permiten averiguar la estructura de costos de comercialización y la capacidad negociadora. Nos preguntamos: ¿Qué necesita el cliente para realizar una compra? y ¿Por qué eligen comprarme a mí?

Finalmente, desde el punto de vista interno, analizamos la compañía para descubrir la estrategia competitiva y los recursos y capacidades. Nos preguntamos: ¿Por qué los clientes me compran? y ¿Por qué me prefieren sobre los demás? Esta introspección nos permite entender mejor nuestra posición en el mercado y cómo podemos mejorarla.

ANÁLISIS DAFO

Jefe de proyecto: María José

Proyecto: Plan de empresa

Factores Internos

Factores externos

DEBILIDADES

- Mantener un entorno que imita una ciudad puede implicar altos costos operativos, incluyendo mantenimiento, personal, actividades, entre otros.
- Puede ser un desafío encontrar y retener a personal de atención médica dispuesto a asumir roles no tradicionales en la "ciudad".
- Cumplir con todas las regulaciones de atención médica y de vivienda puede ser complicado y costoso.

D

AMENAZAS

- Los cambios en las políticas de salud y atención a las personas mayores pueden afectar a tu negocio.
- En tiempos de crisis económica, las familias pueden optar por cuidar a sus seres queridos en casa en lugar de enviarlos a residencias.
- La reputación, ya que un solo incidente negativo puede dañar la reputación de tu residencia, lo que puede afectar a la confianza de los clientes potenciales.

A

FORTALEZAS

- A pesar de promover la independencia, el modelo de negocio garantiza la seguridad y el bienestar de los residentes al tener personal de atención médica integrado en la comunidad.
- El modelo de negocio puede adaptarse y evolucionar según las necesidades y preferencias cambiantes de los residentes.
- Al simular un entorno de ciudad, se fomenta la interacción social entre los residentes, lo que puede mejorar su bienestar emocional.

F

OPORTUNIDADES

- Creciente demanda de cuidados para personas mayores en Galicia.
- Posibilidad de expandirse a otras regiones con una alta población de personas mayores.
- Oportunidad de asociarse con organizaciones de atención médica y de bienestar para proporcionar servicios adicionales.
- La integración de tecnología avanzada, como la telemedicina y la domótica

O

PESTEL

Análisis del macroentorno



CIUDAD DE LOS RECUERDOS

2.2. Clientes

Los clientes son lo segundo más importante en el juego, es decir que son el rey de nuestro tablero ya que por estrategia la reina es la cabeza de nuestro ajedrez.

Para triunfar en la creación de una base de clientes sólida, es esencial reconocer que no todos los clientes son iguales, al igual que las piezas en un tablero de ajedrez.

Se deben emplear diferentes estrategias para proteger al rey, con otras palabras, satisfacer a los clientes. Una de estas tácticas es la segmentación de clientes, que consiste en dividir a los clientes, ya sean actuales o potenciales, en grupos que comparten características similares pero que son distintos de otros grupos.

Existen dos tipos de segmentación: la útil y la inútil. La segmentación útil es aquella que nos permite tomar decisiones de negocio más acertadas y ponerlas en práctica. Por otro lado, la segmentación inútil es aquella que no contribuye a la toma de decisiones de negocio.

Para poder explicar bien el customer analytics voy a hacer referencia a los casinos de las vegas.

En el ajedrez, el rey es la pieza contra la que las personas mandan sus estrategias, es decir a su reina y por lo que su protección es la prioridad. De manera similar, en el mundo de los negocios, el cliente es el rey. La fascinación que sentimos por los juegos de azar puede compararse con la estrategia en una partida de ajedrez. En 1998, Philip Sartre, el CEO de Harrah 's, hizo un movimiento estratégico al contratar a Gary Loveman, un ex profesor de

Harvard, para liderar el programa de lealtad de los clientes en sus casinos. Este movimiento resultó en un aumento significativo de los ingresos.

La segmentación de los clientes es como el tablero de ajedrez, dividido en diferentes casillas, cada una con su propia importancia. Cada cliente es único, al igual que cada pieza en el tablero de ajedrez tiene su propio movimiento y valor. La segmentación nos permite entender mejor a nuestros clientes y adaptar nuestras estrategias para satisfacer sus necesidades.

El análisis de la demanda es como planificar nuestros movimientos en el ajedrez. Debemos considerar cuál es la decisión comercial en cuestión, es decir, cuál va a ser nuestros movimientos en el tablero. Luego, buscamos la información precisa que nos permita asignar a los clientes a cada segmento, al igual que en el ajedrez, donde cada movimiento se hace con una estrategia en mente.

Finalmente, la segmentación será útil cuando dé origen a un plan de acción segmentado superior a otro que no lo sea, al igual que en el ajedrez, donde una estrategia bien planificada puede llevar a la victoria. Para llevar a cabo esta estrategia, debemos responder a tres preguntas: ¿a quién vendo?, ¿qué vendo? y ¿cómo voy a vender?, al igual que en el ajedrez, donde debemos pensar en qué pieza mover, dónde moverla y cómo moverla.

En una de las estrategias más elevadas de la planificación comercial se encuentra el a qué segmento de clientes vamos a priorizar, la cual se toma tanto implícita como explícitamente, cada vez que asignamos un presupuesto. Si no invertimos en un tipo de cliente o un mercado geográfico, significa que ese no es nuestro segmento de mercado. Otras veces, invertimos una cantidad superior en el tipo de cliente x, en este caso serían las personas mayores que en el

tipo z que serían los familiares de dichas personas mayores, con otras palabras se podría decir que tanto el cliente x como el z son parte de nuestro mercado pero priorizamos al x.

La información que nos da la segmentación sería :

La población en Galicia, y más específicamente en Ourense, está envejeciendo, lo que representa una oportunidad excepcional para establecer una residencia para personas mayores. De acuerdo con las estadísticas del Instituto Nacional de Estadística (INE), la población total de Galicia ha experimentado una disminución del 3,7% desde 2009, pasando de 2.796.089 a 2.696.177 habitantes en 2023. A pesar de esta disminución en la población total, se ha observado un incremento notable en el índice de envejecimiento.

El índice de envejecimiento, que representa la proporción de personas mayores de 64 años por cada 100 menores de 16 años, ha experimentado un crecimiento del 29,6% en las últimas dos décadas, pasando de 168 en 2003 a 218 en 2023. Esto implica que en la actualidad existen 218 personas mayores de 64 años por cada 100 menores de 16 años en Galicia.

Este fenómeno es aún más evidente en Ourense, donde el índice de envejecimiento alcanzó los 310 puntos en 2023, el más alto de todas las provincias de Galicia. Aunque las provincias de Pontevedra, A Coruña y Lugo no superan los 300 puntos, todas han visto un incremento en su índice de envejecimiento desde 2003.

Estas estadísticas indican que es probable que la demanda de servicios para personas mayores, como las residencias de mayores, aumente en el futuro. Por lo tanto, establecer una residencia para personas mayores en Ourense podría ser una inversión estratégica y

provechosa, considerando la creciente población de personas mayores en la región. Además, este servicio podría ayudar a mejorar la calidad de vida de esta población envejecida, proporcionando cuidados y apoyo a aquellos que más lo necesitan.

En Galicia, el equipo de trabajo social de los hospitales a menudo se encuentra con situaciones desafiantes. Un escenario común es el de un paciente anciano que vive solo, posiblemente en una zona rural y aislada. Este paciente puede ser ingresado en el hospital debido a un accidente cerebrovascular que resulta en un deterioro cognitivo significativo, aumentando su necesidad de cuidados. Si el paciente no tiene familiares cercanos o si estos no pueden proporcionar los cuidados necesarios, el paciente puede permanecer en el hospital incluso después de recibir el alta médica, hasta que se encuentre una solución adecuada.

La opción de una plaza en una residencia se considera como último recurso, cuando no hay otras alternativas disponibles, como el cuidado proporcionado por la familia, cuidadores o servicios de ayuda en el hogar. Sin embargo, obtener una plaza en una residencia pública puede ser un proceso largo, ya que requiere una valoración de dependencia que puede tardar más de un año. Por lo tanto, se recomienda iniciar este proceso lo antes posible.

Mientras se espera la valoración, se busca una plaza en una residencia privada para el paciente. Si el paciente no puede pagarla, se busca una plaza a través de la vía de emergencia. Sin embargo, si el paciente tiene más de 4.600 euros en el banco, primero debe agotar estos ahorros en una residencia privada antes de tener derecho a una plaza pública por vía de emergencia.

El acceso a las cuentas de una persona sin su autorización previa puede ser un proceso complicado y prolongado, lo que puede retrasar aún más la obtención de una plaza en una residencia. En algunos casos, puede ser necesario recurrir a la Fiscalía.

El costo de una plaza privada varía ampliamente, desde 1.600 euros hasta 4.000 euros al mes. El centro más económico de la provincia puede ser el de A Fonsagrada, aunque puede que no ofrezca ciertos cuidados. Las plazas más caras son las del hospital Ollos Grandes, que cuenta con una parte residencial adecuada para personas con mayor dependencia.

Para hacer frente a la escasez de plazas, a menudo se amplía el margen de búsqueda. Sin embargo, la mayoría de las personas prefieren quedarse en su casa en lugar de mudarse a una residencia. Además, a muchos se les cambia de municipio debido a la falta de plazas en su localidad, lo que no es ideal. Por lo tanto, es necesario cambiar el modelo actual por uno más humanizado y reflexivo, que trate a los seres humanos con dignidad y respeto.

Es imperativo considerar a los familiares de los adultos mayores al abordar el tema de las residencias. Frecuentemente, estos individuos buscan residencias debido a su dependencia, lo que implica que son los familiares quienes generalmente toman las decisiones sobre el lugar donde se alojarán. Además, son los familiares quienes suelen gestionar los aspectos financieros, como el pago de la estancia.

Por ende, es esencial considerar a los familiares en este contexto, ya que desempeñan un papel primordial en la toma de decisiones y en la gestión financiera. Incluso en los casos en los que una persona mayor no acude a la residencia por dependencia, sino porque se siente

sola y desea socializar, la residencia puede ser una opción viable. En estos casos, los familiares también pueden desempeñar un papel importante en la toma de decisiones.

2.3. Proveedores

En la génesis de cualquier proyecto empresarial, la selección de los proveedores idóneos se erige como un pilar fundamental que puede determinar significativamente el éxito o el descalabro del emprendimiento. En el contexto de mi revolucionaria iniciativa, la necesidad de proveedores confiables y de excelencia se torna aún más apremiante.

Nuestro propósito es ofrecer a nuestros residentes una experiencia de vida autónoma y enriquecedora, lo cual demanda una vasta gama de productos y servicios. Desde la edificación y el mantenimiento de las instalaciones hasta la provisión de atención médica, alimentación, actividades recreativas y mucho más, precisamos establecer vínculos robustos con una diversidad de proveedores.

Este análisis tiene como meta identificar y evaluar a los proveedores potenciales que puedan contribuir a materializar nuestra visión. Procuraremos colaboradores que no solo satisfagan nuestras necesidades específicas, sino que también compartan nuestro compromiso con la innovación, la calidad y el cuidado de los adultos mayores.

Los proveedores de personal:

Podríamos llamar proveedor a las universidades y otras instituciones educativas representan un recurso invaluable para nuestro proyecto. Establecer acuerdos de colaboración con universidades puede aportarnos un flujo constante de talento joven y calificado.

Para seguir innovando y mejorando, decidí abrir mis puertas y trabajar estrechamente con escuelas y universidades. La colaboración se centrará en que los estudiantes completen títulos en áreas como medicina, enfermería, fisioterapia, nutrición, psicología y gestión. Este intercambio les dará la oportunidad de aplicar sus conocimientos en un entorno profesional real y la empresa se enriquecerá con entusiasmo, nuevos conocimientos y un enfoque innovador. Esto no sólo pondrá a los estudiantes en el centro de atención, sino que también traerá una nueva atmósfera a nuestros dormitorios.

Otro punto que podríamos ofrecer para los universitarios serían los programas de Investigación y desarrollo colaborando en proyectos de investigación que busquen innovar en el cuidado de adultos mayores. Esto puede incluir estudios sobre nuevas terapias, mejoras en la atención médica, y desarrollo de programas recreativos adaptados a las necesidades de los residentes.

También se pueden montar centros deportivos y gimnasios para mantener saludables a las personas mayores ofreciendo clases de fitness y salud. A cambio, podemos facilitarles el acceso a nuestras instalaciones para que puedan impartir sus cursos o utilizar nuestro espacio en determinados horarios. Yoga adaptada, Pilates, actividad física reducida y natación con fines terapéuticos. Estos proyectos pueden ser desarrollados y gestionados por nuestro equipo permanente de expertos deportivos.

Proveedores de Servicios Médicos y Terapéuticos:

La idea sería la colaboración de Clínicas y Hospitales para la atención de emergencias, chequeos regulares y tratamientos especializados. Esto incluye la posibilidad de contar con médicos y especialistas que visiten la residencia de manera periódica. Considero También bastante importante los Servicios de Terapia Física y Recuperación así pues buscaría el

establecer alianzas con clínicas de fisioterapia para que sus expertos proporcionen desde la ejecución de sesiones de terapia física personalizadas como la puesta en marcha de planes de recuperación física.

Proveedores del supermercado para utilización de moneda local:

Planeo desarrollar un sistema de intercambio en el lugar de trabajo. Este sistema permitirá a los empleados ganar una moneda o punto especial a través de la producción de bienes o la realización de horas extra. Aunque aún no se ha definido completamente cómo se ganarán estas monedas o puntos, la idea es que puedan ser utilizados en un supermercado interno de la empresa.

Este supermercado ofrecerá productos a precios más bajos que los supermercados convencionales, como Carrefour, donde los empleados podrían gastar alrededor de 100 euros semanales. En nuestro supermercado interno, los empleados podrán utilizar las monedas o puntos que han acumulado para obtener descuentos adicionales. Esto no sólo proporcionará un incentivo para los empleados, sino que también les ayudará a hacer frente a los crecientes precios de los supermercados.

Además, estamos buscando colaborar con proveedores de alimentos y supermercados, así como con organizaciones que puedan proporcionar donaciones de alimentos. Estas colaboraciones nos permitirán ofrecer una variedad de productos en nuestro supermercado interno y asegurar que nuestros empleados tengan acceso a alimentos asequibles y de alta calidad.

En cuanto a los posibles proveedores, podríamos considerar empresas locales de alimentos y bebidas, así como supermercados y tiendas de comestibles que estén interesados en formar asociaciones corporativas. También podríamos explorar la posibilidad de trabajar con organizaciones benéficas y bancos de alimentos que puedan proporcionar donaciones regulares de alimentos. Esto no sólo beneficiaría a nuestros empleados, sino que también apoyaría a las empresas y organizaciones locales.

Esto creará estímulos y eficiencia laboral ya que mediante un sistema de recompensas concreto, se puede incentivar a los empleados a incrementar su rendimiento y a realizar horas extra, lo que podría resultar en una mejora de la productividad global además de proporcionar una opción más accesible para las compras de alimentos, los trabajadores pueden reducir sus gastos semanales. Además de que puede ser particularmente beneficioso en periodos de inflación o cuando los precios en los supermercados están subiendo.

Al colaborar con proveedores y organizaciones benéficas locales, la empresa puede fortalecer su vínculo con la comunidad local, mejorando así la imagen de la empresa y potencialmente generar nuevas oportunidades comerciales. Agregando que apoyaremos al desarrollo sostenible y al bienestar del trabajador facilitando el acceso a alimentos asequibles y de alta calidad, una empresa puede mejorar el bienestar general de sus trabajadores. Esto puede llevar a una mayor satisfacción laboral y a una disminución de la rotación de empleados.

Ahora detallaré mis exigencias de suministro, los criterios que utilizaré para evaluar a los proveedores y el proceso que seguiré para seleccionar a nuestros aliados comerciales además detallaré qué tipo de contratos deberíamos considerar para formalizar la asociación .

Al elegir un proveedor de servicios, se deben tener en cuenta varios criterios de evaluación para garantizar una cooperación exitosa y beneficiosa. Estos criterios ayudan a determinar si un proveedor satisface nuestras necesidades y objetivos.

El primer criterio es la experiencia y reputación del proveedor de servicios. Es importante considerar cuántos años de experiencia tiene el proveedor de servicios en la industria y qué han dicho otros clientes sobre su trabajo. Los proveedores de servicios con buena reputación y amplia experiencia tienen más probabilidades de brindar un servicio de alta calidad.

El segundo criterio es la calidad del servicio. ¿El proveedor de servicios proporciona servicios de alta calidad? ¿Tienen certificados o títulos que reconozcan su trabajo? Estos factores pueden demostrar el compromiso de un proveedor con la excelencia y la satisfacción del cliente.

El tercer criterio es el costo. Era importante que los costos del proveedor estuvieran dentro de nuestro presupuesto y que fueran rentables. Un proveedor de servicios que ofrezca servicios de alta calidad a un precio razonable puede ser una buena opción.

El cuarto criterio es la resiliencia y adaptabilidad de los proveedores. ¿Puede adaptarse a nuestras necesidades cambiantes? ¿Sus horarios de trabajo y disponibilidad son flexibles? Los proveedores que puedan adaptarse a circunstancias cambiantes pueden convertirse en valiosos aliados.

El quinto criterio es el nivel de experiencia de los expertos del proveedor. ¿Tienen las cualificaciones y formación necesarias para prestar los servicios que necesitamos? Un equipo de expertos altamente calificado proporciona servicios de alta calidad.

Finalmente, un aspecto importante a considerar son los valores y la cultura del proveedor. ¿Son adecuados para nosotros? La adaptación cultural garantiza una colaboración más fluida y eficaz. La selección de proveedores es muy importante para cualquier empresa que desee construir relaciones sólidas y rentables con sus proveedores.

Lo primero que hacemos es realizar una encuesta integral de proveedores, identificar proveedores potenciales y realizar investigaciones sobre su reputación, servicio y experiencia en el campo. Este paso es importante para garantizar que los proveedores potenciales sean confiables y capaces de satisfacer nuestras necesidades.

Luego enviaremos una Solicitud de propuesta (RFP) detallando nuestras necesidades y expectativas para brindarle al proveedor una comprensión clara de nuestras necesidades. Por ello, cuando recibimos ofertas de proveedores, las comparamos en función de los criterios de evaluación establecidos. Estos criterios pueden incluir costo, calidad del servicio, experiencia del proveedor del servicio, etc. Para aclarar todas las dudas y llegar a un acuerdo mutuamente beneficioso, damos nuestra mejor oferta.

Finalmente, se elige al proveedor que mejor se ajuste a lo que buscamos, formalizando mediante un contrato, marcando el inicio de una relación de trabajo productiva.

En el ámbito de las relaciones comerciales y profesionales existen varios tipos de contratos que regulan la interacción entre las partes implicadas. Estos acuerdos tienen como

objetivo definir las expectativas y responsabilidades de cada parte y formar la base legal para resolver cualquier disputa.

- Acuerdo de servicio :Este Acuerdo describe los términos bajo los cuales el Proveedor de Servicios proporciona los Servicios. Esto incluye aspectos como la descripción del servicio, el plazo del contrato, las condiciones de pago y las obligaciones de ambas partes.
- Acuerdo de Nivel de Servicio: Este es entre el proveedor de servicios y el cliente que define el nivel esperado de servicio. Detalla aspectos como calidad del servicio, disponibilidad y responsabilidades de ambas partes.
- Acuerdo de Cooperación: Establece los términos de cooperación entre las dos partes. Este acuerdo incluye información detallada como las funciones y responsabilidades de cada parte, la estructura de asociación, la división de beneficios y cómo resolver conflictos.
- Finalmente el Acuerdo de confidencialidad: Es un acuerdo que protege cualquier información confidencial que las partes puedan compartir durante la colaboración. Este acuerdo prohíbe a las partes revelar información confidencial a terceros. Estos acuerdos son esenciales para garantizar que todas las partes involucradas en la relación laboral comprendan sus responsabilidades y expectativas, y proporcionen un marco para resolver cualquier posible problema y disputa que surja.

2.4. Competencia

Existen muchos tipos de viviendas para personas mayores en Galicia. Lo divido en miniviviendas con un promedio de 13 a 59 camas, viviendas con un promedio de 60 a 120 camas y grandes centros habitacionales con más de 120 camas. Pero mi propuesta es crear una "ciudad" para residentes que integre a los profesionales de la salud en funciones cotidianas que puedan diferenciarla significativamente de sus competidores.

La ubicación en Trandeiras (Xinzo de Limia, Ourense), Galicia es mi "jugada inicial" en la partida ya que después de informarme y analizar varias ubicaciones me decidí por una ubicación única y hermosa lo que puede atraer a muchos residentes potenciales.

La Simulación de una pequeña ciudad es mi "jugada maestra" ya que al proporcionar a los residentes una experiencia de vida autónoma y enriquecedora, estaré cambiando las reglas del juego, ninguna residencia va más allá de contar los días de los residentes en lugar de hacer que los días cuenten.

Por último la Integración de personal de atención médica en roles cotidianos es mi "as bajo la manga" dado que busco el minimizar la sensación de estar en una institución médica y así crear una experiencia única para los residentes.

En el panorama actual de las residencias de ancianos en España, se observa una diversidad de enfoques y metodologías en la atención a los residentes. Sin embargo, ninguna de estas residencias parece implementar las medidas y los cuidados específicos que estoy proponiendo en este trabajo.

Mi propuesta se centra en un enfoque holístico e integrado para el cuidado de las personas mayores, que va más allá de la mera administración de medicamentos para tratar síntomas como la soledad y el aburrimiento. En lugar de recurrir a tranquilizantes, propongo una serie de intervenciones centradas en el residente que incluyen actividades físicas, sociales y cognitivas diseñadas para mejorar su calidad de vida.

Además, es fundamental destacar la importancia de la formación continua del personal de las residencias, para que estén equipados con las habilidades y conocimientos necesarios para implementar estas intervenciones de manera efectiva. La formación debe abordar no sólo las habilidades técnicas, sino también las habilidades interpersonales, como la empatía y la comunicación efectiva.

Finalmente, es crucial que las residencias de ancianos sean vistas no sólo como lugares de cuidado, sino también como hogares donde los residentes pueden vivir con dignidad y disfrutar de una buena calidad de vida. Esto implica un cambio de mentalidad en la forma en que se gestionan y operan estas instituciones.

En conclusión, aunque existen diversas prácticas en las residencias de ancianos en España, hay un espacio considerable para la innovación y la mejora. Con la implementación de las medidas y cuidados propuestos en este trabajo, podemos aspirar a un futuro en el que las

residencias de ancianos sean verdaderos hogares para nuestros mayores, donde se les trate con la dignidad y el respeto que merecen.

3. Plan de Marketing

3.1 Estrategia de Marketing

La estrategia de marketing se centrará en destacar la propuesta de valor única de mi negocio: Proporcionar una experiencia de vida enriquecedora para los mayores en un entorno comunitario y autónomo

Lo primero que tendré en cuenta a la hora de elaborar el plan de marketing es entender a mi público objetivo, sabiendo esto puedo saber en qué medios voy a centrar la publicidad.

Tengo que crear un posicionamiento de marca, por lo tanto, mi marca debe reflejar cuidado, comunidad y autonomía. Asimismo debo destacar y dejar en claro de forma correcta las características únicas del servicio, como el entorno comunitario que se crea en la residencia, la autonomía de los residentes y las actividades provechosas.

3.2 Herramientas del Marketing Operativo.

A continuación se creará una página web atractiva y fácil de usar que muestre la visión, los servicios que se ofrecen y testimonios de clientes satisfechos. Además, utilizaremos las redes sociales para conectar con los familiares y compartir historias inspiradoras.

Para poder llegar de forma eficiente a nuestro público objetivo el cual no utiliza prácticamente las redes sociales tenemos que buscar otros medios, si tenemos en cuenta los

lugares donde suelen pasar tiempo o en donde suelen sentarse y platicar sobre las cosas son los hospitales o clínicas, cafeterías, peluquerías y la iglesia.

Empezaré con la colaboración de hospitales, doctores y organizaciones de atención a la tercera edad para aumentar la visibilidad y credibilidad ya que no se suele cuestionar lo que está publicitado o dicho por el personal médico eso eleva también el boca a boca sobre la empresa. Las personas mayores pueden ser cautelosas a la hora de probar algo nuevo. Por lo tanto, es importante construir confianza a través de testimonios de clientes satisfechos, una marca fuerte y un excelente servicio al cliente.

- Publicidad: Esto puede incluir anuncios en periódicos locales, revistas, televisión, radio e internet. También puede incluir folletos y carteles en lugares clave.

- Relaciones Públicas: Esto puede implicar trabajar con los medios de comunicación para obtener cobertura de noticias positivas sobre la residencia, organizar eventos especiales y manejar cualquier problema o crisis de relaciones públicas que pueda surgir.

- Promociones: Esto puede incluir descuentos especiales, ofertas o eventos para atraer a nuevos residentes.

- Marketing Directo: Esto puede implicar el envío de correos electrónicos, cartas o folletos directamente a las personas que podrían estar interesadas en la residencia.

- Marketing Digital: Esto puede incluir el uso de redes sociales, SEO, marketing de contenidos y publicidad en línea para atraer a nuevos residentes y mantener a los actuales.
- Investigación de Mercado: Esto implica recopilar y analizar información sobre el mercado objetivo, la competencia y las tendencias del mercado para informar las decisiones de marketing.
- Ventas Personales: Esto puede implicar visitas personales a posibles residentes y sus familias para discutir los beneficios de la residencia.

3.3 La Relación con el Cliente

La relación con el cliente es crucial para el éxito de mi negocio.

Atención al Cliente: Proporcionaré un servicio al cliente excepcional para así asegurarme de que las necesidades y preocupaciones de mis clientes sean atendidas de manera oportuna y efectiva.

Comunicación Regular: Mantendré a mis clientes informados sobre las últimas noticias y ofertas actuales.

4. Diseño online

4.1 Propuesta de logo

Para empezar investigue un poco sobre qué colores representan mejor los valores de la empresa y así escoger los adecuados para ser los corporativos de la empresa y del logotipo.



Primero el color corporativo de la empresa será el lila puesto que tiene múltiples significados y connotaciones en diferentes contextos, y puede ser especialmente relevante cuando se trata de representar las enfermedades mentales.

Desde un punto de vista psicológico, el morado es el resultado de la combinación de dos colores contrastantes: el rojo que simboliza fuerza y actividad y el azul que simboliza paz, alegría y satisfacción. Dicho de otra manera, imagina que este color es el reflejo perfecto de un drama coreano bien escrito que teje hábilmente dos hilos de trama contrastantes en una historia cohesiva.

Ahora bien el color rojo como el protagonista apasionado y enérgico, lleno de fuerza y actividad. Es como el personaje que siempre está en movimiento, impulsado por su deseo de lograr sus sueños, sin importar los obstáculos. Este personaje representa nuestra salud física, siempre luchando, siempre activo, siempre buscando superar los desafíos para mantenernos en forma y fuertes.

Por otro lado, el color azul es nada más y nada menos que el personaje tranquilo y sereno que proporciona un contrapunto a la energía del rojo. Este personaje simboliza la paz, la alegría y la satisfacción, al igual que nuestra salud mental. Es el personaje que nos recuerda la importancia de la tranquilidad y la alegría en nuestras vidas, y cómo la satisfacción puede venir de la aceptación y el equilibrio.

Así mismo, el lila también se asocia con la creatividad, la imaginación y la intuición. Estas características pueden ser de especial relevancia, puesto que desde el punto de vista de la salud la creatividad y la imaginación pueden ser tanto una ayuda para afrontar la enfermedad como un desafío, también se asocia con la sofisticación, la sensibilidad estética y el pensamiento mágico donde la sensibilidad y la ternura pueden ser tanto un recurso como un desafío. Finalmente, puede simbolizar transición y transformación, aspectos fundamentales de la vida humana.

Los símbolos que elegí para mi logo son un enfermero con una persona mayor además de flores y una mariposa.

Escogí las flores debido a que estas pueden tener varios significados en el contexto de las enfermedades.

→ Nomeolvides: Con esta flor azul hacemos referencia a la memoria y los recuerdos. En el contexto de las enfermedades mentales, especialmente la depresión y la ansiedad, las nomeolvides simbolizan la idea de no olvidar a quienes luchan contra una enfermedad. Sirve como recordatorio de que las

personas que enfrentan estas condiciones no están solas y que otros ven y reconocen sus luchas.

- Susan de ojos negros: Esta flor se señala la esperanza de recuperación y la resiliencia del espíritu . Anima a las personas con enfermedades a perseverar en tiempos difíciles y a mantenerse fuertes y positivos ante la adversidad.
- Amapola: Estas son flores delicadas y brillantes que se han convertido en un símbolo de recuerdo de los soldados caídos, pero también tienen un significado más profundo en el contexto de las enfermedades.
- Alstroemeria (el lirio de campo): Es una flor que simboliza la salud, la prosperidad y la suerte.

Ahora la pequeña mariposa que se encuentra en el logo la quise agregar puesto que la mariposa simboliza la capacidad de superar obstáculos, adaptarse a los cambios y evolucionar hacia una versión mejor de uno mismo.



4.2. Propuesta en gestión de redes sociales

Con las redes sociales me gustaría generar interés y entusiasmo en torno a mi proyecto, y construir una comunidad en línea que apoye y se involucre con mi misión. Las personas mayores no son las que suelen usar las redes sociales por lo que se tendría que buscar más la atención de los familiares pero que a su vez sea de interés para los mayores ya que les suelen enseñar las publicación o en ciertos casos enviarselas por whatsapp, aunque cada vez va más en aumento el número de personas mayores que tienen redes sociales.

Durante 2021-2022 Galicia experimentó un aumento significativo del uso de Internet entre las personas mayores de 75 años. Alrededor de 10.000 personas de este grupo de edad se han sumergido en la era digital, lo que supone un incremento superior al 15%, más notable respecto a otros segmentos de la población gallega durante el mismo periodo.

Este avance también lo demuestra el hecho de que el año pasado más de 5.400 hogares con residentes de 74 años y más estuvieron conectados al servicio de internet. Además, casi el 60% de los internautas de entre 65 y 74 años aumentan su actividad en Internet. Galicia, donde el 26% de la población tiene más de 65 años y la mediana de edad es 48 años, superior a la media de España (44) y la Unión Europea (44,4), está implementando medidas específicas según sus tres estrategias digitales. promover una sociedad digital inclusiva.

Iniciativas como Plan DigiTalent y el aprendizaje digital en las aulas comunitarias del CeMIT han jugado un papel clave en la integración de los adultos mayores al mundo digital. Cabe señalar que cuatro de cada diez gallegos de 65 a 74 años que utilizan Internet consultan

al médico online a través de páginas web o aplicaciones móviles y buscan información sobre temas de salud. En el grupo de mayores de 74 años ambas actividades superan el 30%.

Al mismo tiempo, el 47,2% de los internautas mayores de 74 años utilizan Internet para contactar con las autoridades, y en el grupo de edad de 65 a 74 años este porcentaje aumenta hasta el 56,4%. En la mayoría de los casos, estas interacciones tienen como objetivo abordar problemas de salud, encontrar información y enviar formularios.

Estos datos respaldan la idea de que, aunque una gran cantidad de adultos mayores no utilizan las redes sociales, la cantidad de personas que las utilizan está aumentando. Esto pone de relieve la importancia de seguir haciendo que la tecnología digital sea accesible e inclusiva para todas las edades.

Primero usaremos las estrategias de contenido:

Compartiremos fotos y videos del día a día en la aldea de Trandeiras (Xinzo de Limia, Ourense), es decir, actividades, eventos, y momentos especiales que se lleven a cabo dentro de la residencia o alguna excursión o charla exterior.

Crearé los perfiles de los residentes actuales y futuros, para así compartir sus historias y experiencias. Esto lo llevaré a cabo para poner un rostro humano a mi proyecto y así destacar el impacto positivo que está teniendo.

Mantendré a mi comunidad al tanto del progreso del proyecto, compartiendo actualizaciones y logros regulares.

Ahora las estrategias de compromiso:

Organizaré concursos y retos para fomentar la participación de la comunidad.

Para beneficiar la salud y el bienestar llevaré a cabo webinars y talleres en línea sobre temas relevantes, como la salud de las personas mayores y la importancia de incluirse en la comunidad.

Se harán charlas tipo TED, invitando a expertos en salud de las personas mayores, y otros temas relevantes a colaborar en mi contenido.

Se compartirán historias inspiradoras de los residentes, sus logros y cómo están disfrutando de su tiempo en la comunidad para ayudar a romper los estereotipos negativos sobre el envejecimiento y mostrar que la vida puede ser vibrante y significativa en todas las etapas.

Se va a publicar regularmente sobre los eventos y actividades que se llevan a cabo en la comunidad. Esto puede incluir talleres de arte, clases de yoga, etc. También se puede compartir fotos y videos de estos eventos.

Se van a utilizar las redes sociales para educar al público sobre los problemas que enfrentan las personas mayores y cómo mi comunidad está abordando estos desafíos. Esto puede incluir publicaciones de blog, infografías, videos educativos, etc.

Fomentaremos la participación de la comunidad invitando a los seguidores a eventos especiales, pidiendo su opinión sobre diferentes temas o incluso organizando concursos y sorteos.

Creo que la transparencia es algo esencial para crear lazos con clientes así que mostraremos el detrás de escena de la comunidad, como las instalaciones, el personal, las comidas, etc. Esto puede ayudar a construir confianza y mostrar el nivel de cuidado y atención que se brinda a los residentes.

5. Plan de Organización

5.1 Actividades y Recursos

Las actividades principales de nuestra empresa serán proporcionar atención médica y personal a nuestros residentes, gestionar las instalaciones de la "ciudad", organizar actividades recreativas y llevar a cabo tareas administrativas. Los recursos necesarios para estas actividades incluirán personal capacitado, instalaciones adecuadas, equipos médicos y de seguridad, y recursos para actividades recreativas como juegos, libros y equipos de arte.

- Personal Capacitado: Médicos, enfermeros, cuidadores, personal de mantenimiento, administradores y personal recreativo.

- Instalaciones Adecuadas: Aldea Trandeiras (Xinzo de Limia, Ourense) adaptada con mini apartamentos, zonas comunes, y áreas recreativas.

- Equipos Médicos y de Seguridad: Dispositivos médicos necesarios para el cuidado de los residentes y sistemas de seguridad para garantizar su bienestar.

- Recursos para Actividades Recreativas: Juegos, libros, equipos de arte, y otros materiales que fomenten la participación en actividades lúdicas y culturales.

5.2. Estacionalidad del Negocio

Nuestro negocio, al ser una residencia para mayores, no tendrá una estacionalidad marcada. Sin embargo, es posible que experimentemos un ligero aumento en la demanda durante los meses de invierno, cuando las familias buscan un lugar seguro y cálido para sus seres queridos.

5.3. Recursos Materiales

Los recursos materiales necesarios para nuestro negocio incluirán las instalaciones del Trandeiras (Xinzo de Limia, Ourense), los mini apartamentos para los residentes, los equipos médicos, los vehículos para el transporte, los utensilios de cocina y comedor, y los materiales para las actividades recreativas. También necesitaremos recursos para mantener y mejorar nuestras instalaciones.

5.4. Inversiones

Las inversiones iniciales necesarias para nuestro negocio incluirán la compra y renovación de la aldea Trandeiras (Xinzo de Limia, Ourense), la adquisición de equipos y vehículos, y la contratación y formación del personal. También necesitaremos invertir en la promoción y el marketing de nuestro negocio para atraer a los residentes y sus familias.

5.5. Costes Fijos y Variables

Los costes fijos de nuestro negocio incluirán la compra de la aldea Trandeiras (Xinzo de Limia, Ourense), los salarios del personal, los servicios públicos y el mantenimiento de las instalaciones. Los costes variables pueden incluir los costes de los alimentos y suministros médicos, las actividades recreativas y los gastos de marketing.

Para que una empresa atraiga clientes, además de obtener beneficios, necesita invertir dinero en ellos. Registramos estas inversiones en el balance de la empresa, que registra lo que tenemos, nuestros activos y recursos financieros, y nuestros pasivos. La rentabilidad de una empresa depende de la escala y la naturaleza de estos tres factores. Beneficios, activos y pasivos.

Para analizar si un negocio es bueno o no, es necesario comparar los beneficios generados con la cantidad de inversión necesaria para crearlos.

Definiremos el beneficio empresarial como la división entre dos valores. En la parte superior de la página privada veremos lo que obtengo de la empresa, lo llamaremos beneficio operativo y lo calcularemos en función de la cuenta de resultados. En el fondo. Necesitamos averiguar en qué estamos invirtiendo y calcularlo mirando el balance, los activos y los pasivos. Analizar la cuenta de pérdidas y ganancias de una empresa implica dividir los ingresos o ingresos obtenidos en tres partes: costos variables, costos fijos y beneficio operativo. Cuando una empresa combina muchos negocios conviene mantenerla.

Aprendamos a dividir los libros contables de una empresa en estados de pérdidas y ganancias según el tipo de negocio para analizar la rentabilidad de cada tipo.

Lo ideal es que nos interesen informes corporativos que identifiquen las siguientes 6 líneas: ingresos, costos variables, utilidad bruta, gastos, utilidad operativa, depreciación y utilidad operativa después de reducir la presión.

El margen bruto es el oxígeno del negocio. Igual que un organismo vivo no puede vivir sin oxígeno, un negocio no puede sobrevivir si vende, lo que produce a un precio menor que su coste variable. O sea, no vale vender duros a cuatro pesetas a perpetuidad.

Residencias para Mayores
Ingresos por Ventas:

Los ingresos provienen de las tarifas mensuales de los residentes.

Una residencia con 100 residentes, cada uno paga \$2,800 al mes.
Ingresos mensuales = \$280,000.

→ Costes Variables:

Costes que dependen del número de residentes, como comida y suministros médicos.
Ejemplo: Coste de comida y suministros por residente es \$400 al mes.

Coste total = $100 * \$400 = \$50,000$.

→ Margen Bruto:

Ingresos - Costes Variables.
Ejemplo: $\$280,000 - \$40,000 = \$240,000$ (margen bruto).

→ Costes Fijos:

Gastos que no dependen del número de residentes, como salarios del personal, mantenimiento del edificio.

Ejemplo: Sueldos, mantenimiento = \$70,000.

→ Beneficio Operativo (EBIT):

Margen Bruto - Costes Fijos.

Ejemplo: \$240,000 - \$70,000 = \$170,000 (EBIT).

→ Balance de la Empresa:

Para calcular los activos netos de la idea de negocio de la residencia de ancianos simulada, se deben tener en cuenta todos los activos y pasivos que se estiman necesarios para su funcionamiento. Aquí se incluye una estimación basada en una estructura típica para este tipo de empresa.

→ Activos

1. Propiedades e Instalaciones:

- Trandeiras (Xinzo de Limia, Ourense) (adquisición y remodelación): \$2,799,000

2. Equipamiento y Mobiliario:

- Mobiliario de apartamentos y áreas comunes: \$800,000

- Equipamiento médico y de atención: \$900,000

3. Tecnología e Infraestructura:

- Sistemas de seguridad y monitoreo: \$150,000

- Sistemas informáticos y software de gestión: \$60,000

4. Vehículos:

- Vehículos para transporte de residentes y personal: \$100,000

5. Capital de Trabajo:

- Efectivo y reservas operativas: \$600,000

Total Activos: \$5,409,000

→ Pasivos

1. Cuentas por Pagar:

- Suministros y proveedores (estimación inicial): \$200,000

2. Obligaciones Fiscales y Laborales:

- Impuestos y contribuciones sociales pendientes: \$50,000

Total Pasivos: \$250,000

→ Activos Netos

Activos Netos = Total Activos - Total Pasivos

Activos Netos = \$5,409,000 - \$250,000

Activos Netos = \$5,159,000

Por lo tanto, los activos netos proyectados para el hogar de ancianos simulado son \$5,159,000. Este valor representa la diferencia entre los activos totales y sus pasivos de la empresa, lo que proporciona una medida del patrimonio neto de la empresa.

Rentabilidad (Return on Net Assets - RONA):

Beneficio Operativo / Activos Netos.

Ejemplo: Si los activos netos son \$5,159,000, $RONA = \$170,000 / \$5,159,000 = 3,29\%$.

Tengo que recalcar que habrá diferentes cuotas para diferentes residentes como mencione se dividirán en niveles de diamante, oro, plata y bronce y depende de la elección será un gasto y un ingreso diferente.

Beneficio Operativo Anual:

Beneficio Operativo Anual = $\$170,000 \times 12 = \$2,040,000$

Inversión Inicial: \$5,409,000

Beneficio Operativo Anual: \$2,040,000

Tiempo para recuperar la inversión (años) = $\$2,040,000 / \$5,409,000 \approx 2.65$

La inversión inicial de \$5,409,000 se recuperaría en aproximadamente 2.65 años, lo que cumple con el objetivo de un ROI en 3 años.

Conclusión:

Analizar la rentabilidad de un negocio implica comparar los beneficios operativos con la inversión necesaria para generarlos. En ambos ejemplos, se observa cómo se generan ingresos, cómo se manejan los costes y cómo se financian los activos para determinar la rentabilidad del negocio.

5.6. Plan de Recursos Humanos

Nuestro personal será una mezcla de profesionales médicos, cuidadores, personal de mantenimiento, administradores y personal recreativo. Ofreceremos formación continua para asegurar que nuestro personal esté al día en las mejores prácticas de atención a los mayores. También fomentaremos un ambiente de trabajo positivo y de apoyo para retener al personal.

El plan de gestión de personal del hogar de ancianos tiene como objetivo revolucionar el concepto de atención mediante la creación de una comunidad de pueblo pequeño simulada que requerirá una estrategia cuidadosa para reclutar, capacitar y retener al personal Fit. Aquí tienes un plan básico que puedes considerar:

→ Reclutamiento y selección:

Primero tendríamos que encontrar y contratar a los profesionales de la salud con experiencia en el cuidado de personas mayores, así como aquellos con habilidades de atención al cliente y entretenimiento. Realizar entrevistas muy bien ordenadas y estructuradas para evaluar habilidades técnicas, habilidades de trabajo en equipo, empatía y actitudes hacia el envejecimiento. Posteriormente buscaremos candidatos que compartan la visión de la empresa y estén entusiasmados con la creación de una comunidad de interés creativo.

→ Tendremos en cuenta la Formación y el desarrollo:

Brindaremos la capacitación necesaria especializada en modelos de atención centrados en la persona, enfoques no farmacológicos para la atención de la demencia y comunicación efectiva con los adultos mayores. Proporcionaremos programas continuos de desarrollo profesional para ayudar al personal a mejorar sus habilidades y mantenerse actualizado con las mejores prácticas en el cuidado de personas mayores. Además considero importante capacitar al personal sobre la integración de roles, por ejemplo, convirtiendo a los paramédicos en miembros activos de una comunidad simulada (agentes de policía, vendedores, etc.).

→ Ahora pasaremos a la Gestión del rendimiento:

Aquí estableceremos objetivos claros y medibles para cada empleado, teniendo en cuenta la coherencia con la misión y visión de la empresa ya que mientras más identificados se sientan mejor trabajaran por ese ideal. Muy importante la realización de revisiones periódicas de desempeño para proporcionar comentarios constructivos y reconocer los logros. Crearemos oportunidades de crecimiento y avance dentro de la organización para aumentar la lealtad y el compromiso de los empleados.

→ El Trabajador social:

Habría que implementar programas de bienestar para apoyar la salud física y mental de los empleados, como acceso a servicios médicos, ejercicio, asesoramiento psicológico y más. Fomentar un ambiente de trabajo inclusivo y respetuoso que valore las contribuciones de todos los empleados, independientemente de su función o puesto. Reconocer y recompensar el trabajo duro y el compromiso de los empleados a través de programas de incentivos y reconocimiento.

→ Gestionar la diversidad y la inclusión:

Promover la diversidad y la inclusión en el lugar de trabajo a través de políticas y prácticas que promuevan un ambiente acogedor y respetuoso para personas con diversos orígenes, habilidades y experiencias. Brindar capacitación en conciencia cultural y competencia intercultural para que el personal esté preparado para brindar atención culturalmente sensible.

6. Plan en marcha

6.1. Protección de Datos

→ Política de privacidad: Desarrollar y comunicar una política de privacidad clara que explique cómo se recopila, utiliza, almacena y comparte la información personal sobre residentes y empleados.

→ Consentimiento informado: obtener el consentimiento informado de los residentes y el personal para recopilar, procesar y almacenar su información

personal. Esto incluirá información sobre qué datos se recopilan, con qué propósito y cómo se utilizan.

- Seguridad de la Información: Implementar medidas de seguridad apropiadas para proteger la información personal del acceso no autorizado, pérdida, robo o daño. Esto puede incluir el uso de sistemas de seguridad físicos y lógicos, como cámaras de seguridad, control de acceso y cifrado de datos.

- Capacitación de empleados: Capacite a los empleados sobre la importancia de la protección de datos y cómo manejar la información personal de manera segura y responsable. Esto incluirá crear conciencia sobre las mejores prácticas de seguridad de la información y cómo identificar y responder a posibles incidentes de seguridad.

- Acceso restringido: el acceso a la información personal está restringido a los empleados que necesitan acceso a la información personal para realizar sus funciones laborales. Esto se puede lograr implementando un control de acceso basado en roles y otorgando los derechos de acceso mínimos necesarios.

- Evaluación de riesgos: realice evaluaciones periódicas de riesgos de seguridad de la información para identificar vulnerabilidades potenciales y tomar medidas proactivas para mitigar esos riesgos.

- Cumplimiento normativo: Que se cumpla con todas las leyes y regulaciones de protección de datos aplicables, como el Reglamento General de Protección de Datos de la UE (GDPR) o los EE. UU. Ley de Privacidad del Consumidor de California (CCPA), si corresponde.

- Gestión de incidentes: Establecer procesos claros para gestionar y responder a incidentes de seguridad de la información, incluido el suministro de notificaciones adecuadas a los reguladores y a las personas afectadas en caso de una violación de datos.

- Cumpliremos con todas las leyes y regulaciones de protección de datos, incluyendo el RGPD. Esto incluirá la obtención de consentimiento para recoger y almacenar datos, la protección de los datos recogidos y la garantía de que los residentes tienen acceso a sus datos y pueden solicitar que sean eliminados.

6.2. Forma Jurídica Escogida

Nuestra empresa se establecerá como una Sociedad Limitada (S.L.), lo que limitará nuestra responsabilidad personal y nos permitirá atraer inversión.

La elección de una Sociedad de Responsabilidad Limitada (S.L.) para nuestro negocio de residencias de ancianos de simulación fue una decisión estratégica importante que aportó muchas ventajas y beneficios importantes a nuestro negocio. Aquí hay algunas razones por las que deberíamos considerar formar una LLC. Esta es la forma jurídica más adecuada para nuestra empresa:

- Limitación de responsabilidad: Como sugiere el nombre, una LLC limita la responsabilidad de los socios al monto de su contribución de capital. Esto significa que los socios no son personalmente responsables de las deudas y pasivos de la empresa más allá de su inversión inicial. Dado que nuestro negocio puede implicar la prestación de atención sanitaria y atención a personas mayores, las sociedades de responsabilidad limitada imponen límites a la responsabilidad. En caso de litigio o demanda legal, proteger el patrimonio personal de su socio es muy importante.

- Fácil captación de inversiones: S.L. La estructura permite una mayor flexibilidad para atraer inversores y socios comerciales. Los inversores potenciales pueden sentirse más cómodos invirtiendo en una LLC porque su responsabilidad se limita a la cantidad de capital que invierten. Además, S.L. emitir acciones de diferentes categorías, lo que permite la creación de estructuras de capital más complejas y la capacidad de atraer fondos de diferentes fuentes.

- Flexibilidad de gestión: S.L. Proporciona flexibilidad en la estructura de gestión de la empresa. Los socios son libres de redactar un acuerdo de accionistas que refleje sus intereses y objetivos comerciales. Además, la gestión diaria del negocio puede estar a cargo de uno o más administradores designados, lo que permite una distribución eficiente de responsabilidades y roles dentro del negocio.

- **Transparencia y confianza:** Incorporar una empresa a una LLC brinda transparencia y confianza a los clientes, proveedores y otras partes interesadas. Esto es especialmente importante en la industria de la salud y el cuidado de personas mayores, donde la confianza y la reputación son fundamentales para el éxito empresarial. En general, elegir una LLC ofrece una combinación única de protección de responsabilidad personal, flexibilidad de gestión, atracción de inversiones y confiabilidad comercial, lo que la convierte en la forma legal más adecuada y beneficiosa para nuestra empresa modelo de residencia de ancianos.

6.3. Trámites de Inicio

Los trámites de inicio incluirán la inscripción de la empresa en el Registro Mercantil, la obtención de un NIF, la apertura de una cuenta bancaria de la empresa, la contratación de un seguro de responsabilidad civil y la obtención de las licencias y permisos necesarios.

Hay varios procedimientos legales y administrativos que debe seguir para iniciar su negocio de residencia de ancianos simulado. Aquí hay una lista de verificación general de los procedimientos de inicio que debe considerar:

- **Plan de Negocios:** Antes de iniciar el proceso, debes preparar un plan de negocios detallado que describa tu idea de negocio, mercado objetivo, estructura organizacional, plan de marketing, recursos humanos, proyecciones de costos y financieras, entre otros aspectos.

- Elección de la forma jurídica: Dado que ha decidido constituir su empresa como sociedad de responsabilidad limitada (S.L.), debe proceder a la constitución. Para hacer esto, debe redactar los estatutos y certificarlos ante notario.

- Registro mercantil: El acto de inscripción de la sociedad de responsabilidad limitada debe constar en el registro mercantil correspondiente a la ubicación de su empresa.

- Consigue un NIF: Solicita ante la autoridad fiscal el Número de Identificación Fiscal (NIF) de tu empresa. Este número es necesario para realizar cualquier actividad económica en España.

- Licencias y permisos: Asegúrese de obtener todas las licencias y permisos necesarios para operar un hogar de ancianos simulado. Esto puede incluir permisos municipales, aprobaciones sanitarias y otras regulaciones especiales según la ubicación y el tipo de su negocio.

- Registro del evento: Deberás registrar tu empresa en la Oficina de Registro de Centros y Servicios Sociales de la comunidad autónoma correspondiente.

- Seguridad social y empleo: Registre su empresa como empleador ante la Administración del Seguro Social y cumpla con todas las obligaciones relacionadas con el empleo de los empleados, incluido el registro de los empleados en el sistema correspondiente y la celebración de contratos de trabajo.

- Seguro de responsabilidad: Adquiera un seguro de responsabilidad para cubrir cualquier accidente que pueda ocurrir en el asilo de ancianos simulado.
- Abra una cuenta bancaria: Abra una cuenta bancaria comercial a nombre de su LLC para administrar las finanzas de su empresa.
- Trámites adicionales: Dependiendo de la ubicación y características específicas de tu negocio, es posible que necesites realizar otros trámites adicionales, como registro de tarjetas sanitarias, cumplimiento de la normativa de protección de datos, etc. Es importante consultar con un abogado o gerente profesional para asegurarse de cumplir con todos los requisitos legales y administrativos necesarios para iniciar y operar adecuadamente su negocio.

6.4. Normativa Específica

Cumpliremos con todas las normativas específicas para las residencias de mayores, incluyendo las normas de seguridad, las ratios de personal, los requisitos de formación del personal y las normas de atención médica.

Normativas de Salud: Deberá cumplir con todas las normas y requisitos de salud aplicables para garantizar la seguridad y el bienestar de los residentes. Esto puede incluir regulaciones sobre higiene, seguridad alimentaria, prevención de enfermedades infecciosas, etc.

Reglas del centro comunitario: sus hogares de ancianos simulados pueden estar sujetos a reglas específicas relacionadas con los centros comunitarios o los hogares de ancianos. Asegúrese de seguir todas las normativas locales y regionales a este respecto.

Normativa de protección de datos: Al tratar la información personal y médica de los residentes, debes cumplir con la normativa de protección de datos como el Reglamento General de Protección de Datos de la UE (GDPR) o la Ley Básica Española de Protección de Datos Personales. Debe tomar las medidas adecuadas para proteger la privacidad y seguridad de la información de los residentes.

Regulaciones Laborales: Garantizar el cumplimiento de todas las leyes y regulaciones laborales aplicables, incluidas aquellas relacionadas con condiciones de trabajo, contratos de trabajo, horarios, descansos, seguridad y salud en el trabajo, etc.

6.5. Obligaciones Contables, Fiscales y Laborales

Nuestra empresa mantendrá registros contables precisos, presentará declaraciones de impuestos a tiempo y cumplirá con todas las obligaciones laborales, incluyendo el pago de las cotizaciones a la Seguridad Social y el cumplimiento de las leyes laborales.

- Contabilidad: Debe garantizar una contabilidad adecuada de todas las transacciones financieras de la empresa, incluidos ingresos, gastos, activos y pasivos. Esto ayudará a registrar con precisión la situación financiera de la empresa y cumplir con las obligaciones contables legales.

- **Impuestos:** Como empresa, tengo una serie de obligaciones fiscales, entre las que se incluyen la presentación de declaraciones de impuestos, el pago del impuesto sobre beneficios, el IVA y otros impuestos aplicables de acuerdo con la normativa fiscal española. Asegúrese de cumplir con todas sus obligaciones fiscales y presentar los documentos necesarios dentro de los plazos.

- **Seguridad Social:** Cumplir con todas las obligaciones relacionadas con la seguridad social, incluyendo la afiliación y aportes de los empleados, la presentación de documentos relacionados con el alta y baja de los empleados y el cumplimiento de las normas de seguridad y salud en el trabajo.

6.6. Financiación

- **Fondos:**

Nuestra empresa buscará financiación mediante la participación de socios privados. En lugar de depender únicamente de la inversión personal de los fundadores, abrimos la participación a socios privados, que pueden aportar el capital que quieran en proporción a la participación de la empresa que quieran poseer.

- **Contribución del socio privado:**

La financiación inicial provendrá de la participación de socios privados necesarios, y cada socio aportará el capital que desee en función de la proporción de la empresa que desee comprar. La donación se utilizará para cubrir los costos iniciales, como la compra o renovación de una instalación, la compra de equipos y la contratación de personal inicial.

→ Capital de riesgo y otras fuentes:

Además de la financiación de socios privados exploramos oportunidades de capital riesgo y buscaremos otras fuentes de financiación, como subvenciones y asistencia a empresas que brinden servicios a personas mayores. Estas fuentes de financiación complementarán las inversiones de los socios privados y proporcionarán los recursos necesarios para construir y hacer crecer nuestro negocio de residencias de ancianos simuladas.

La participación de socios privados y otras fuentes de financiación nos permitirá ofrecer a los ciudadanos un entorno de vida innovador y de alta calidad, garantizando al mismo tiempo el crecimiento y la expansión a largo plazo de nuestra empresa.

7. Viabilidad

- Vitalidad del mercado
- Demanda de mercado:

Galicia tiene una alta proporción de personas mayores, lo que indica una alta demanda potencial de atención a personas mayores. La propuesta de valor de ofrecer una experiencia de vida compartida independiente es muy atractiva para las familias que buscan un entorno de apoyo para sus seres queridos.

- Permisos:

Es muy importante evaluar la competencia en la región. Si bien puede haber otros hogares de ancianos, la oferta única de integración con el personal de una "ciudad pequeña" puede hacer que se destaque en el mercado.

Marketing y publicidad:

Es importante implementar una estrategia de marketing eficaz para llegar a los familiares y residentes potenciales. Esto puede incluir publicidad local, participar en ferias de salud y asociarse con hospitales y clínicas.

- Riesgo financiero:

Renovar y amueblar la aldea corre el riesgo de sobrecosto. Posibles fluctuaciones en los costos de suministro y personal pueden afectar la rentabilidad del proyecto.

- Riesgo operacional:

El desafío de integrar a los empleados en roles no rutinarios puede afectar la calidad del servicio. Para garantizar la calidad de vida de la población es necesario el mantenimiento permanente de la infraestructura.

- Riesgo de mercado:

Los cambios en la demanda debido a factores demográficos o económicos pueden afectar negativamente a la ocupación y los ingresos. La competencia potencialmente intensa en la industria puede afectar la atracción de nuevos residentes.

Finalmente la idea de construir una pequeña ciudad para viviendas para personas mayores en Trandeiras tiene un gran potencial de viabilidad económica, operativa y de mercado, siempre que se gestione adecuadamente y se adopten estrategias eficaces para controlar los costos y garantizar la calidad de vida. destaca en el mercado.

La clave del éxito radica en la ejecución efectiva y la capacidad de adaptarse a los cambios del mercado y a las necesidades de la población. Con una planificación cuidadosa y

una gestión eficaz, este proyecto innovador puede proporcionar un entorno de vida rico e independiente para las personas mayores en Galicia, satisfaciendo así las crecientes necesidades de la región.

8. Reflexión Final

El diseño e implantación de una residencia de ancianos en forma de pequeño pueblo en Galicia, es una innovadora y rica propuesta humanitaria. El proyecto no sólo responde a la creciente necesidad de cuidado de personas mayores en la región con mayor envejecimiento poblacional de España, sino que también busca transformar la experiencia de vida de los residentes a través de un entorno que imita la vida diaria de una comunidad dinámica. Este proyecto está diseñado para asegurar su rentabilidad en el corto y largo plazo. Con un ingreso mensual esperado de \$280 000 y una utilidad operativa mensual de \$170 000, la inversión inicial de \$5 409 000 se reembolsará en aproximadamente 2,65 años. Estos indicadores financieros estables subrayan la solidez financiera del proyecto y su capacidad para atraer inversores y generar beneficios sostenibles.

La gestión eficaz del personal y los recursos combinada con una cuidadosa planificación de la logística y los suministros garantiza que el rendimiento operativo aumente el bienestar de los ciudadanos y optimice los costes.

Galicia tiene una elevada proporción de personas mayores, lo que constituye un mercado con una enorme demanda potencial para este tipo de servicios. La propuesta de valor de una comunidad autogestionada que vive en un entorno similar a un pueblo pequeño es muy atractiva para familias que buscan oportunidades innovadoras y enriquecedoras para cuidar a sus seres queridos. Además, la implementación de una estrategia de marketing eficaz, que

incluya asociaciones con hospitales y clínicas locales, aumentará el conocimiento y la credibilidad del programa.

Como ocurre con cualquier proyecto y negocio, existen riesgos financieros, operativos y de mercado que deben gestionarse cuidadosamente. Cuestiones como los sobrecostos de renovación, las fluctuaciones de los costos de licitación y la integración de empleados en puestos no estándar requieren una planificación cuidadosa y una gestión adaptativa. Sin embargo, estos riesgos pueden mitigarse mediante una ejecución efectiva y una adaptación continua a las necesidades del mercado y la población.

Este proyecto no es sólo una oportunidad de negocio viable y rentable, sino también un legado de respeto y cuidado para una generación que merece vivir los años que le quedan con dignidad y felicidad.

9. Bibliografía

Bonino, N. G. (2024, February 15). Galicia ha perdido un 3,7% de población en 13 años mientras acelera su envejecimiento. *Newtral*. <https://www.newtral.es/galicia-envejecimiento-poblacion/20240214/>

Europa Press. (n.d.). Galicia es la comunidad con menos porcentaje de plazas públicas en residencias de mayores: el 41%. *europapress.es*.
<https://www.europapress.es/galicia/noticia-galicia-comunidad-menos-porcentaje-plazas-publicas-residencias-mayores-41-20210111160218.html>.

M, S. (n.d.). *La Mariposa: Su Significado Psicológico y Simbólico - The Brain Blog*. The Brain Blog.

<https://thebrain.blog/es/mariposa-significado-psicologico/>

PiÑEiro, M., & PiÑEiro, M. (2024, March 4). La odisea de encontrar una plaza en una residencia de la provincia. *El Progreso De Lugo*.

<https://www.elprogreso.es/articulo/lugo/odisea-encontrar-plaza-residencia/202403041317351736498.html>

Redacción. (2024, January 26). El envejecimiento crece en Galicia y alcanza un nuevo máximo histórico.

Quincemil.

<https://www.lespanol.com/quincemil/articulos/actualidad/el-envejecimiento-crece-en-galicia-y-alcanza-un-nuevo-maximo-historico>

Tarrío, R. M. (2024, April 6). Retrato de una Galicia envejecida: el reto de los cuidados y la soledad con una de cada cuatro personas mayor de 65 años. *elDiario.es*.

https://www.eldiario.es/galicia/retrato-galicia-envejecida-reto-cuidados-soledad-cuatro-personas-mayor-65-anos_1_11260959.html

Balance, R. (2024, March 20). *Galicia se consolida como uno de los lugares con la mayor esperanza y calidad de vida*. BALANCE SOCIOSANITARIO.

<https://balancesociosanitario.com/actualidad/galicia-se-consolida-como-uno-de-los-lugares-con-la-mayor-esperanza-y-calidad-de-vida/>

N.D. (2023, December 8). Cerca de 10.000 personas mayores de 75 años se incorporaron al uso de internet en Galicia en solo un año. *La Voz De Galicia*.

<https://www.lavozdeg Galicia.es/noticia/reto-digital/2023/11/13/cerca-10000-personas-mayores-75-a-nos-incorporaron-uso-internet-galicia-solo-ano/00031699872509237451624.htm>