

Zaragoza

JO-
VEN

ESTRA- TEGIA JOVEN 2030



Estrategia joven 2030

Estamos inmersos en un mundo de cambios acelerados. En poco más de diez años hemos vivido la crisis económica, la pandemia COVID 19 o la Guerra de Ucrania, a la vez que experimentamos una evolución *tecnológicamente incesante*. Todo ello tiene un impacto en nuestras vidas que genera incertidumbre, pero para los jóvenes este mundo es el único que han conocido, un mundo sin certezas en el que se desenvuelven y relacionan por otros canales y con otros códigos muy distintos a los del mundo adulto.

Entender que la realidad de los jóvenes es muy diferente a la de los adultos es imprescindible para hacer políticas de juventud. Es un hecho que la generalidad de los jóvenes perciben a los poderes

públicos como algo lejano, de los cuales no se sabe muy bien que se puede esperar. Esta percepción de lejanía y desconocimiento da la medida del reto que nos hemos propuesto desde el Ayuntamiento de Zaragoza: *acercarnos y trabajar codo con codo con la adolescencia y juventud de la ciudad*.

Somos perfectamente conscientes de que si no realizamos un serio esfuerzo de cambio corremos el riesgo de crear una distancia entre las administraciones y las generaciones jóvenes que sea muy difícil superar.

La **Estrategia Joven 2030** significa antes que nada un esfuerzo por ponernos **al lado** de los y las jóvenes. Por esta razón queremos explorar nuevos ca-

minos, nuevas maneras de relacionarnos, que nos permitan conseguir una participación de los usuarios real y concreta en todos y cada uno de nuestros proyectos y servicios. Por esta razón mejorar la comunicación y modernizarnos tecnológicamente es imprescindible para conseguir la complicidad que perseguimos.

Por otra parte la **Estrategia Joven 2030** es también el resultado de la larguísima experiencia en el desarrollo de políticas de juventud que ha acumulado el Ayuntamiento de Zaragoza. Baste con señalar que el primer Plan Joven se aprobó ya en el año 1987. Como resultado de lo aprendido hemos in-

troducido novedades como el redimensionamiento de nuestras actuaciones, el alineamiento con otros planes estratégicos de ciudad, el afianzamiento en el trabajo transversal y colaborativo, el perfeccionamiento en la evaluación y fundamentalmente la digitalización y la mejora en la comunicación.

Finalmente me gustaría señalar que la **Estrategia Joven 2030** más que un plan de Juventud al uso, es un punto de partida, una nueva manera de trabajar que pone en el centro la participación de los y las jóvenes, con el propósito de ser verdaderamente útiles y responder a sus demandas y expectativas.

María Fe Antoñanzas García

CONCEJALA DELEGADA DE IGUALDAD Y JUVENTUD

¿Qué es la Estrategia Joven 2030?

Un documento de trabajo que contiene un conjunto de actuaciones, en muy distintos ámbitos, que tienen como denominador común el que son relevantes para el desarrollo personal de los y las jóvenes y que les pueden ayudar a transitar hacia una vida adulta plena y comprometida con su entorno.

Estas actuaciones están clasificadas a partir de diez objetivos estratégicos y están diseñadas con el realismo suficiente para que se puedan llevar a cabo en su totalidad. La Estrategia Joven 2030 no es un desideratum, es un documento que contiene proyectos que se van a ejecutar y evaluar desde el rigor técnico. No obstante, estos proyectos y servicios nacen con la vocación de ser modificados

como consecuencia de la interacción con los usuarios. Pretendemos que las personas participantes o usuarias se impliquen en el diseño, ejecución y evaluación de nuestros proyectos.

La Estrategia Joven 2030 es sobre todo una hoja de ruta que pensamos recorrer de la mano de los y las jóvenes de nuestra ciudad y un esfuerzo de modernización en comunicación y digitalización que nos permita facilitar y estrechar la relación con nuestros públicos.

En definitiva pretendemos ponerlo muy fácil: a un solo click. Como mínimo todos nuestros usuarios desde sus dispositivos móviles podrán tener acceso a la amplísima oferta, que se recoge en la Estrategia

Joven 2030, en concreto podrán inscribirse en actividades, apuntarse a servicios, solicitar subvenciones, pedir información o asesoría y proponer o criticar lo que estimen oportuno con la seguridad de que van a tener una respuesta inmediata y sincera.

La implementación de la Estrategia Joven 2030 la queremos desplegar en un tiempo relativamente corto. Sabemos que no será fácil, y que nos queda mucho que aprender, pero las dificultades no nos harán renunciar, pues en estos tiempos que vivimos estamos convencidos de que la modernización de la Administración en general y especialmente la que

trabaja con jóvenes, ha dejado de ser una opción, para pasar a ser una obligación ineludible.

Raquel Alba López

JEFA DEL SERVICIO DE JUVENTUD

Ignacio José Aguar Polo

JEFE DE PLANIFICACIÓN Y COORDINACIÓN FUNCIONAL

Índice

- 1 Presentación
- 2 Punto de partida
- 3 Nuestros destinatarios
- 4 La participación y la cercanía con las y los jóvenes
- 5 Características de la Estrategia Joven 2030
- 6 Objetivos de la Estrategia Joven 2030
- 7 Actuaciones principales de la Estrategia Joven 2030
- 8 La evaluación de la Estrategia Joven 2030



PRE- SEN- TA- CIÓN

El propósito principal que anima la **Estrategia Joven 2030**, que ahora presentamos, es que los proyectos de **Zaragoza Joven** sean conocidos y reconocidos por la **mayoría** de las y los jóvenes zaragozanos. Queremos hacer masivo el uso y la participación en los proyectos y servicios que impulsa el Servicio de Juventud, en colaboración con otros departamentos y agentes sociales.

Esta perspectiva representa un cambio respecto a los planes jóvenes anteriores y respecto a otras planificaciones estratégicas. Pues no se trata tanto de listar un catálogo completo y larguísimo de actuaciones, que es lo que se ha venido haciendo hasta la fecha, cuanto que éstas sean conocidas y sobre todo utilizadas por sus destinatarios. Pues muy a menudo los planes estratégicos se quedan en el ámbito político y técnico y rara vez son percibidos como propios por sus potenciales usuarios.

Los planes que hemos venido haciendo hasta ahora, han sido el resultado de un proceso de participación más o menos intenso en el momento de la elaboración, pero esta participación se ha quedado

ahí, después, durante la ejecución, la participación se ha pretendido, pero no se ha conseguido en la mayoría de las ocasiones. Con la Estrategia Joven 2030 queremos dar un paso más, creando los mecanismos necesarios para que la participación sea permanente y ligada a los intereses concretos de los y las jóvenes a los que nos dirigimos. En definitiva nos proponemos que **la participación sea el centro y motor de la Estrategia Joven 2030**.

Para conseguir llegar de manera mayoritaria a nuestros destinatarios, será imprescindible ser cercanos, accesibles y nuestra oferta atractiva, dicho de otro modo, comunicarnos bien y a través de los canales que los jóvenes usan, ofreciendo activida-

des de calidad. Por tanto, la comunicación, la digitalización y la calidad de nuestras ofertas serán los ejes claves de nuestro trabajo.

Otra de las características novedosas de la Estrategia Joven es que todas las actuaciones y proyectos están alineados con la Agenda Urbana 2030, derivada de los Objetivos de Desarrollo sostenible y otras planificaciones estratégicas de la ciudad (II Plan Municipal de Adicciones, Plan de Igualdad, Plan Estratégico de Proyección Exterior, etc.) pero no serán fijas e inamovibles durante los años de vigencia de la Estrategia Joven, sino que por el contrario se irán modificando, finalizando o incorporando otras nuevas, precisamente como consecuencia de la interacción permanente con los usuarios. Pues los mecanismos de participación permanente implementados en esta nueva planificación lo van a posibilitar.

Y todo ello haciéndolo con rigor, es decir, **midiendo y evaluando nuestra actuación de manera sistemática, basada en datos recogidos de manera precisa y fiable** (resultado de la implantación de la digitalización). En definitiva, evaluación rigurosa, como

Otra de las características novedosas de la Estrategia Joven es que todas las actuaciones y proyectos están alineados con la Agenda Urbana 2030.

es exigible a cualquier planificación estratégica, puesto que la Estrategia Joven 2030 lo es, aunque sea flexible y abierta, pues como el resto de planes estratégicos proporciona un marco global para la acción de la organización, en este caso del Servicio de Juventud, formulando objetivos a largo plazo y definiendo los pasos que de manera coherente habrá que ir dando para conseguirlos.

Con la Estrategia Joven 2030 estamos haciendo un ejercicio de realismo y de honestidad en el sentido de ofrecer lo que efectivamente podemos dar, que en realidad es mucho. La Estrategia Joven 2030 nace con la vocación de ejecutarse al cien por

cien, haciendo en la práctica todo lo que se dice en el texto de la Estrategia.

Los artículos 37 y 38 referidos a la infancia, adolescencia y juventud recogidos en la Ley 10/2017, de 30 de noviembre, de régimen especial del municipio de Zaragoza como capital de Aragón, dan soporte normativo suficiente para que el Ayuntamiento de Zaragoza, a través de su Servicio de Juventud, pueda implementar todas las actuaciones que se recogen en la Estrategia Joven 2030. Estas actuaciones y proyectos no son nuevos, aunque algunos de ellos se hayan reformulado. Se podría decir que la Estrategia Joven 2030 no es, en cuanto a contenidos, una planificación *ex novo*, sino más bien una reformulación de la anterior, en este caso del 4 Plan Joven. Lo que cambia fundamentalmente es la idea de dar un salto hacia adelante, haciendo masivo el uso de los proyectos y servicios que ofrecemos a partir de la participación permanente de los miles de jóvenes de la ciudad.

La Estrategia Joven 2030 al final tiene que ser útil, para favorecer el desarrollo personal y la emanci-

pación de las personas jóvenes. Para favorecer el desarrollo personal, contamos con una larguísima experiencia en actuaciones, que nos son las más genuinas, centradas en el ocio y la cultura. Pero también en relación con la emancipación, empleo y vivienda, podemos hacer contribuciones reseñables como las ayudas al alquiler de viviendas para jóvenes, que cuentan con una dotación económica muy importante, aunque sabemos que el Ayuntamiento cuenta con organismos especializados en empleo y vivienda, con los que tenemos que colaborar.

En definitiva, queremos hacer más, con lo que realmente disponemos. Ser más eficientes, pues entendemos que con los recursos con los que contamos, o previsiblemente podemos contar, estamos en condiciones de dar un salto cualitativo y cuantitativo muy considerable, a condición de que seamos capaces de implementar una comunicación eficaz, soportada en una digitalización a la altura de los tiempos, que permita poner en el centro la participación de los jóvenes, única manera de conseguir que la Estrategia Joven sea conocida y valorada por sus destinatarios.



PUN- TO DE PAR- TIDA



Evaluación planes anteriores



Misión, visión y valores



En línea con ODS 2030



En línea con otros planes estratégicos municipales

Evaluación planes anteriores.

El Ayuntamiento de Zaragoza es pionero en el impulso de políticas de juventud, si recordamos que el primer Plan Joven se aprobó el 27 de diciembre de 1987. Desde aquella fecha se han ido sucediendo planes y acumulando experiencia. Por tanto aunque esta Estrategia Joven 2030 es resultado directo de la evaluación del 4 Plan Joven (aprobado por el Ayuntamiento el 25 de junio de 2018) no se nos oculta que en las reflexiones referidas a la evaluación de este último Plan también está presente toda la experiencia acumulada a lo largo de los años.

Las lecciones aprendidas en la evaluación del último Plan y la experiencia de los últimos años, nos indican que a partir de ahora tenemos que centrarnos en:

- » **Hacer un plan factible y completo**, es decir, redimensionar el Plan para hacerlo factible (146 acciones son inmanejables), a partir de la categorización de cada una de las acciones que lo conforman, lo que nos permitirá una priorización adecuada.
- » **Seguir profundizando en la transversalidad**. En las dos líneas ya iniciadas. Primero, intensificar la colaboración con otros Servicios en el desarrollo de proyectos destinados a jóvenes y segundo, avanzar en una metodología común entre los distintos planes y servicios, que empiece por com-



partir indicadores de la realidad social, siga con la homologación de las herramientas y procesos de evaluación y que finalice con dar visibilidad, al conjunto de los planes, en la Web municipal y dar así cumplimiento a la Ordenanza de Transparencia.

- » **Avanzar en la digitalización para una evaluación más fácil y fiable.** Implantar sistemas de trabajo internos que nos permitan avanzar en la digitalización de los procesos (inscripción en actividades) y en la recogida de datos automatizada sobre nues-

tros proyectos que permitan una evaluación más rigurosa.

- » **Prever la necesaria colaboración externa.** Definir el Know How del Servicio de Juventud y a partir de ahí planificar a medio plazo las colaboraciones externas necesarias para el completo despliegue del Plan.
- » **Nuestro principal valor el Ocio educativo.** Matisar el marco teórico del Plan, de tal manera que se destaque más lo que nos es genuino, el ocio educativo, y ponga en su lugar nuestras actividades vinculadas con la emancipación.
- » **Indispensable la participación de los usuarios.** Incorporar con determinación la evaluación de la participación de los usuarios en todas y cada una de las acciones del Plan.
- » **Intervenir conociendo la realidad.** Focalizar nuestra intervención en el usuario, que vive en una realidad cambiante, la que tenemos que conocer, para podernos adecuar a ella.

- » **Comunicar eficazmente con nuestros públicos.** Avanzar en la mejora de la comunicación con nuestros públicos potenciales. Partiendo de un análisis de nuestra fortalezas y debilidades, que se traduzca en un plan de comunicación global y fundamentado.
- » **Proyectos de éxito que permitan reconocer el Plan.** Impulsar proyectos estratégicos que sirvan de tractores en el impulso del Plan como Zaragoza 16 (Z16), el Túnel y otros de parecidas características.
- » **Cuidar y renovar los proyectos de Base.** Consolidar y potenciar también proyectos de base como la red Zona Joven.
- » **Y finalmente potenciar la dimensión europea de nuestros proyectos** intensificando el trabajo en este campo a través de la nueva Oficina de Empleo Joven.

Misión, visión y valores.

Además de recoger la experiencia anterior, nos parece oportuno introducir una reflexión estratégica que centre, globalice y le de sentido al conjunto de tareas que tenemos por delante. En consecuencia nos parece oportuno definir cual es la Misión, Visión y los Valores que deben presidir el trabajo del Servicio de Juventud en el futuro, con la intención de unificar al equipo humano del Servicio en pos de objetivos compartidos. **La Misión, Visión y Valores** son:

▶ Misión

Prestar servicios de calidad y recursos, por personal cualificado y motivado, a los adolescentes y jóvenes zaragozanos, contando siempre con su participación, para contribuir a su desarrollo personal y para apoyar su proceso de emancipación.

▶ Visión

El Servicio de Juventud es apoyo y referencia principal para los jóvenes zaragozanos en su proceso de emancipación y crecimiento personal.



▶ Valores

Todas las acciones del Servicio de Juventud se inspiran en los siguientes principios y valores:

-)) **La prevención y el cuidado de la salud.** Nuestras actividades buscarán promover hábitos de vida saludables y prevenir conductas de riesgo, incidiendo especialmente en la sexualidad responsable, la prevención y detección de adicciones, el consumo responsable, la alimentación sana, el incremento de las prácticas deportivas y la superación no violenta de los conflictos personales, culturales y de género a través del diálogo, el respeto y la cooperación.
-)) **La universalidad.** Nuestros servicios y actividades se dirigen a todas y todos los jóvenes sin distinción.

» **La inclusión social.** En colaboración con las entidades sociales y las instituciones educativas de la ciudad procuraremos la integración en nuestras actividades de jóvenes con especiales dificultades o situaciones de mayor riesgo por sus carencias educativas, sociofamiliares, discapacidades, problemas de salud o situaciones de conflicto con la ley penal.

» **El respeto y la diversidad.** La aceptación de las diferencias y la vivencia positiva de la diversidad desde el respeto a las otras personas es un valor esencial del Servicio de Juventud. En nuestros centros conviven, desde el respeto y enriquecimiento mutuo, jóvenes de todos los orígenes sociales, culturas, géneros, orientaciones sexuales e ideologías sin que estas diferencias sean nunca factor de desigualdad. Trabajaremos desde la interculturalidad para la construcción de una ciudadanía global y promoveremos entre las personas jóvenes la cultura de la paz y la solidaridad. Siempre respetaremos la pluralidad de opciones de la juventud y nunca nuestros programas y proyectos adoptarán ni extenderán posicionamientos políticos concretos.

» **La coeducación.** Entendemos por coeducación el conjunto de estrategias y acciones educativas orientadas a promover el pleno desarrollo de las capacidades de cada persona en todas las dimensiones de la vida personal y social, sin que esté limitado o condicionado por estereotipos de género. Se trata de construir una nueva cultura que elimine la división de géneros tradicional garantizando las mismas oportunidades y la misma transmisión de destrezas, conocimientos y valores a chicos y chicas por igual, sin distinción de sexo. En el modelo coeducativo del Servicio de Juventud será un objetivo constante que chicas y chicos participen equitativamente en todas sus actividades, que serán siempre compartidas evitando cualquier segregación de género en las mismas, así como en el uso y disfrute de sus instalaciones, equipamientos y servicios.

» **La educación para la ciudadanía global y los ODS.** Siguiendo la directrices de la ONU, el Servicio de Juventud del Ayuntamiento de Zaragoza contribuirá a alentar en los jóvenes su compromiso en el logro de los los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la humanidad.



La generación actual de adolescentes y jóvenes va a tener que afrontar su itinerario vital en un escenario global de degradación de la biosfera, cambio climático y crisis del modelo ambiental y energético. Como objetivo preferente, debe ser una constante en nuestras actividades preparar a los y las jóvenes para desenvolverse en este contexto estimulando el conocimiento y la preservación del medio ambiente y desarrollando actitudes que contribuyan a la sostenibilidad ambiental desde criterios de ética social y a la extensión de la cultura global de la paz.

» **La educación emocional.** Nuestras actividades fomentan las habilidades y las capacidades personales y sociales de las personas participantes. Han de dar relevancia a cómo se sienten y permitir que puedan comunicarse y expresar sus emociones libremente. Se guían siempre por una metodología activa y participativa.

Buscamos que las actividades sean lúdicas, divertidas, gratificantes, porque el objetivo último no es otro que las personas, a través de experiencias significativas en su etapa juvenil, desarrollen sin límites todas sus capacidades y todos los aspectos de su personalidad para edificar vidas mucho más plenas y felices.

» **La opción por la cultura.** La cultura es, especialmente a partir de los 16 años, nuestra principal herramienta para el desarrollo de la creatividad de los y las jóvenes, el fomento de sus más diversas capacidades y para generar en ellas y ellos hábitos de participación social. Se prestará especial atención a promover todas sus expresiones culturales y artísticas, contribuyendo a renovar la cultura juvenil en nuestra ciudad.

» **La innovación y la creatividad.** Las actividades han de ser de calidad, actuales e innovadoras, adaptadas a las distintas edades e intereses de los y las jóvenes, comprometiéndonos a mantenernos en constante aprendizaje e investigación para poder ofrecer los mejores recursos para promover su creatividad.

» **El pensamiento crítico.** Las actividades deben fomentar el pensamiento crítico, la reflexión, la expresión de ideas propias, el debate y el conocimiento de la realidad, buscando el empoderamiento juvenil. La capacidad de crítica debe hacerse extensiva, muy particularmente, a aquellas producciones y prácticas culturales dirigidas a adolescentes y jóvenes, con contenidos y valores abiertamente contrarios a los principios contenidos en este documento.

» **El aprendizaje permanente.** Nuestros centros y proyectos han de posibilitar experiencias de aprendizaje permanente donde las personas participantes sean conscientes del aprendizaje adquirido y lo compartan. Todas sus actividades han de tener objetivos educativos y pedagógicos y confi-

gurar un itinerario educativo desde las edades de iniciación en la adolescencia (12 a 15 años) hasta la juventud adulta (25 a 30 años).

» **La participación.** Nuestros programas y proyectos buscan potenciar los valores democráticos para el ejercicio activo de los derechos de ciudadanía. Para ello toda su metodología fomentará la participación activa de los y las jóvenes en la programación, ejecución y evaluación de sus actividades y promoverá su compromiso activo con un nivel de implicación adecuado a cada edad.

» **La emancipación.** Todos los proyectos del Servicio de Juventud van orientados como resultado final a facilitar la plena autonomía y la emancipación social de los y las jóvenes. Este principio ha de impregnar específicamente nuestros servicios y actividades en la última etapa de la juventud, donde se estimula la plena autonomía asociativa de los grupos, así como la emancipación de la familia de origen y procesos autónomos de emprendimiento social, cultural y económico.

En línea con ODS 2030

La entrada en vigor en 2015 de la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible, nos plantea un reto mundial a todos los niveles. La implementación de estos 17 ODS, con sus 169 metas y 232 indicadores, en cada una de las esferas se convierte en una prioridad.

La Agenda 2030 debe insertarse en el conjunto de las políticas públicas, por ello es necesario revisar todas las políticas preexistentes y adaptar los objetivos a las prioridades de los ODS. En esta alineación hay que entender la Agenda española, referencia o punto de partida para los trabajos que se están desarrollando en nuestra ciudad.

La Agenda Urbana Española, elaborada en 2019 a través de un diagnóstico inicial del estado de más de 100 ciudades españolas, plantea un marco estratégico estructurado en un Decálogo de Objetivos, que pretende ser la hoja de ruta que marcar

la estrategia y las acciones a llevar a cabo hasta 2030, para conseguir que pueblos y ciudades sean ámbitos de convivencia amables, acogedores, sostenibles, saludables y concienciados.

Efectivamente ante la necesidad de alinearse con las políticas urbanas española y europea, se ve la importancia, desde Ebrópolis y el Ayuntamiento de Zaragoza, de desarrollar la Agenda Urbana para Zaragoza y su Plan de Acción.

En esta Agenda Urbana de Zaragoza se recoge y convergen las planificaciones estratégicas superiores, a saber la Agenda Urbana Española, que a su vez, como hemos señalado, deriva de los Objetivos de Desarrollo Sostenible 2030 (ODS 2030).

La Estrategia Joven 2030, que denominamos así precisamente para subrayar nuestro interés y en alinearla y hacerla coherente con Agenda Urbana.

Por tanto la **Estrategia Joven 2030** tiene que conectarse necesariamente con la Agenda Urbana de Zaragoza que el Ayuntamiento de Zaragoza, ha elaborado y que se concreta en un Plan de Acción con

el horizonte de 2030. Este Plan despliega objetivos, coincidentes con el decálogo de la Agenda Española, pero que los especifica para nuestra ciudad.

Estos son:

OE1 Ordenación Territorial:
Ordenar el territorio y hacer un uso racional del suelo, conservarlo y protegerlo

OE2 Modelo Ciudad:
Evitar la dispersión urbana y revitalizar la ciudad existente

OE3 Medioambiente:
Prevenir y reducir los impactos del cambio climático y mejorar la resiliencia

OE4 Recursos:
Hacer una gestión sostenible de los recursos y favorecer la economía circular

OE5 Movilidad:
Favorecer la proximidad y la movilidad sostenible

OE6 Social:
Fomentar la cohesión social y buscar la equidad

OE7 Economía:
Impulsar y favorecer la Economía Urbana

OE8 Vivienda:
Garantizar el acceso a la Vivienda




OE9 Innovación:
Liderar y fomentar la innovación digital


OE10 Gobernanza:
Mejorar los instrumentos de intervención y la gobernanza

Aunque el conjunto de la Estrategia Joven 2030 tiene que ver, de una u otra manera, con los 10 objetivos generales de la Agenda Urbana de Zaragoza, es cierto que las actuaciones de Juventud se pueden relacionar más específicamente con algunos de ellos. En concreto, existe una relación estrecha con los objetivos siguientes:

 **OBJETIVO ESTRATÉGICO. SOCIAL:**
OE6 Fomentar la cohesión social y buscar la equidad


Donde conecta la Estrategia Joven 2030, especialmente en los objetivos secundarios siguientes:

-  **OE 6.04** Transversalidad del enfoque de género en todas las políticas y programas municipales y promoción de la igualdad
-  **OE 6.05** Desarrollo de políticas y programas que atiendan las necesidades y riesgos específicos de cada etapa del ciclo vital
-  **OE 6.06** Fomento de la interculturalidad y políticas y programas inclusivos que atiendan la diversidad cultural

-  **OE 6.07** Transversalidad de las políticas en materia de discapacidad, que garanticen el desarrollo de los derechos de estas personas.

 **EL OBJETIVO ESTRATÉGICO. ECONOMÍA:**
Impulsar y favorecer la Economía Urbana

Donde conecta a Estrategia Joven 2030, especialmente en el objetivo secundario siguiente:

-  **OE 7.02** Impulso de políticas activas de empleo e inserción laboral: formación profesional y dual, formación de segunda oportunidad, **orientación laboral** y fomento del emprendimiento y el autoempleo. Más en concreto con la actuación Código Ficha OE7.02: “Impulso de políticas activas de empleo e inserción laboral: formación profesional y dual, formación de segunda oportunidad, orientación laboral y fomento del emprendimiento y el autoempleo”

 **EL OBJETIVO ESTRATÉGICO. VIVIENDA:**
Garantizar el acceso a la Vivienda

Donde conecta con la Estrategia Joven 2030, especialmente en el objetivo secundario siguiente:

-)) **OE8.01** Incremento de la oferta de vivienda alquiler asequible

OE9 **EL OBJETIVO ESTRATÉGICO. INNOVACIÓN:**
Liderar y fomentar la innovación digital

Donde conecta con la Estrategia Joven 2030, especialmente en el objetivo secundario siguiente:

-)) **Código Ficha OE.9.04** Desarrollo y consolidación de los espacios municipales de innovación

OE10 **EL OBJETIVO ESTRATÉGICO. GOBERNANZA:**
Mejorar los instrumentos de intervención y la gobernanza

Donde conecta con la Estrategia Joven 2030, especialmente con los objetivos secundarios siguientes:

-)) **OE10.1** Proyecto de digitalización de la administración municipal
-)) **OE10.2** Definición de la Estrategia municipal de Participación ciudadana

-)) **OE10.4** Avance en la gobernanza transversal y multinivel mediante el refuerzo de estructuras de alianzas y cooperación

-)) **OE10.5** Desarrollo de los sistemas de información e indicadores de Zaragoza y entorno

Más en concreto con las siguientes actuaciones:

- ▶ **Código Ficha OE10.1** Proyecto de digitalización de la administración municipal
- ▶ **Código Ficha OE10.2** Definición de la Estrategia municipal de participación ciudadana
- ▶ **Código Ficha OE10.4** Avance en la gobernanza transversal y multinivel mediante el refuerzo de estructuras de alianzas y cooperación

En definitiva y como se verá más adelante en cada una de las fichas de actuación de la Estrategia Joven 2030 aparecerá la relación con los objetivos y actuaciones que acabamos de reseñar.

En línea con otros planes estratégicos municipales

La Estrategia Joven 2030 pretende ser coherente y estar alineada con el resto de la planificación estratégica municipal. En ese sentido hemos desarrollado el punto anterior. Mas con el alineamiento con la Agenda Urbana de Zaragoza no agotamos todas las posibilidades de armonizar la Estrategia Joven. Existen otros planes, que nos son próximos, con los que ya contamos con una experiencia de colaboración que nos parece importante consignar, explicando la relación con cada uno de ellos.

» Plan local de Infancia y Adolescencia de Zaragoza

Zaragoza es Ciudad Amiga de la Infancia y la Adolescencia reconocida por UNICEF desde 2018. Este reconocimiento ha sido respaldado desde el primer momento por la totalidad de los grupos políticos

municipales, y viene a poner en valor la larga trayectoria de esta ciudad en su compromiso con la infancia y la adolescencia.

Este compromiso se desarrolla desde el Plan Local de Infancia y Adolescencia de Zaragoza, el PLIAZ, (que es el resultado de unir el Plan Municipal de Lucha contra la Pobreza Infantil y el 4 Plan Joven), que se presentó a UNICEF para la obtención del citado reconocimiento.

Si bien es cierto que la metodología de los dos planes es muy distinta, sí que las áreas de colaboración son muy claras. Por tanto a partir de este momento, aunque respetando las dinámicas de cada ámbito, el de infancia y el de Juventud, habrá que procurar la homogeneización metodológica y lo que es más importante la colaboración concreta para seguir impulsando el proyecto de participación conjunta como es el Consejo de Infancia y Adolescencia de Zaragoza, que se constituyó el 20 de noviembre de 2021 y que se basa en un modelo que parte de los recursos municipales vinculados a la infancia y adolescencia. Y que ha tomado carta de naturaleza con la aprobación del reglamento que regula su funcionamiento.



II Plan Municipal de Adicciones

Este II Plan Municipal de Adicciones de la ciudad de Zaragoza recoge y articula el conjunto de actuaciones que se desarrollarán en la ciudad en los próximos años (2022 a 2026) en materia de prevención y atención de las adicciones.

Tiene como puntos de referencia la Estrategia Nacional sobre Adicciones 2017-2024 y el III Plan de Adicciones de Aragón, así como la Ley 3/2001, de Prevención, Asistencia y Reinserción social en ma-

teria de drogodependencias de Aragón o la reciente Ley 10/2017, de Régimen Especial del Municipio de Zaragoza como Capital de Aragón, y las competencias municipales que éstas establecen.

Al hablar de adicciones, se engloban los cuatro grupos de elementos que establece la Estrategia Nacional sobre Adicciones 2017-2024: las drogas legales (tabaco y alcohol), los fármacos de prescripción médica y otras sustancias con potencial adictivo, las drogas ilegales, incluidas las nuevas sustancias psicoactivas y las adicciones sin sustancia o comportamentales, haciendo especial énfasis en los juegos de apuesta (presencial y online).

Para conseguir los objetivos generales señalados en el apartado anterior, se han establecido cinco estrategias, que son:

- Hacia un modelo de ciudad saludable.
- Consolidación de la prevención universal y refuerzo de la prevención selectiva e indicada.
- Adaptación a la realidad cambiante en la atención y tratamiento de las adicciones.

- Generación y difusión de conocimiento actualizado y compartido en relación con las adicciones.
- Liderazgo de la coordinación y complementariedad en la intervención preventiva en adicciones.

De este Plan es reseñable que prácticamente toda la programación del Servicio de Juventud en los ámbitos de Cultura, Ocio, Deporte son considerados parte integrante del Plan, y que se integrarían en la LÍNEA 1: Hacia un modelo de ciudad saludable, y la LÍNEA 2: Consolidación de la prevención universal y refuerzo de la prevención selectiva e indicada. También en este caso en cada una de las fichas de actuación de la Estrategia Joven 2030 aparecerá la relación con La Línea 1 y 2 del Plan Municipal de Adicciones.

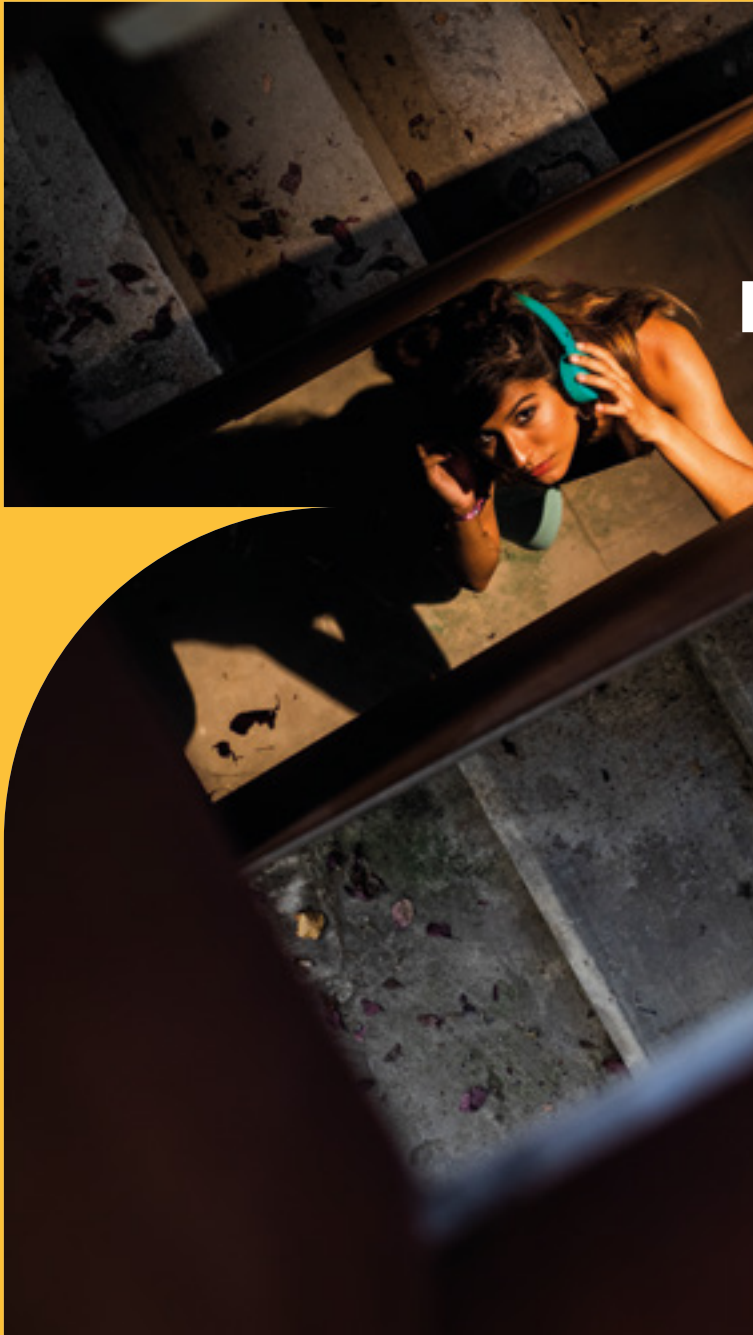
Plan Municipal de Proyección Exterior

Este Plan Estratégico persigue impulsar un **proyecto de transformación** a medio y largo plazo, que permita establecer los **Vectores Estratégicos de Desarrollo** de la ciudad de Zaragoza y los programas, recursos y planes de acción necesarios para contribuir a la **proyección exterior** de la ciudad.

El Servicio de Juventud participa en la Plataforma Colaborativa de este Plan a través del Vector 2. CULTURA, PATRIMONIO Y DEPORTE, entendiendo que la aportación de las políticas de juventud, en cuanto a infraestructuras juveniles y sobre todo oferta y servicios a los jóvenes constituyen un valor, que junto con muchos otros, puede contribuir a mejorar la proyección exterior de nuestra ciudad.

De la misma forma que entendemos que la Estrategia Joven 2030 puede ayudar a la consecución de los objetivos de la Agenda Urbana de Zaragoza, también el hecho de mejorar las políticas de juventud e incrementar su visibilidad puede constituir un valor que conviene no despreciar en nuestra ciudad.





NUES- TROS DESTI- NATA- RIOS

▶ Característica demográficas de la población joven

POR DISTRITOS, EDADES Y NACIONALIDAD

▶ Consumo de drogas. Población joven

ALCOHOL, TABACO Y CANNABIS

Datos de contexto

DESEMPLEO JUVENIL, POBREZA, EMANCIPACIÓN RESIDENCIAL Y OCIO

▶ Nuestros destinatarios desde el punto de vista de la comunicación

MILENIALS, CENTENIALS Y GENERACIÓN ALPHA

▶ Necesidad de estudios para conocer la realidad y la diversidad de nuestra ciudad

POR DISTRITOS, EDADES Y NACIONALIDAD

Características demográficas de la población joven

▶ Número y distribución de la población joven

La población destinataria de la Estrategia Joven 2030 son las personas jóvenes de la ciudad Zaragoza de 12 a 30 años. Según los últimos datos del Padrón municipal a fecha 1 de enero de 2022, esta población asciende a 130.611 personas (63.744 mujeres y 66.867 hombres), que representa el 19,1% del total del censo¹.

¹ La población total de la ciudad de Zaragoza asciende a 684.686 habitantes

Junta	Hombre	Mujer	Total población joven	% población joven
Actur-Rey Fernando	6.875	6.265	13.140	23,3
Casablanca	1.135	990	2.125	21,8
Casco Histórico	4.058	4.056	8.114	18,6
Centro	4.267	4.296	8.563	16,9
El Rabal	8.469	7.977	16.446	21,5
Delicias	8.955	8.597	17.552	18,1
Distrito Sur	2.734	2.648	5.382	13,5
La Almozara	2.733	2.693	5.426	19,0
Las Fuentes	3.855	3.517	7.372	18,2
Miralbueno	1.452	1.390	2.842	21,2
Oliver-Valdefierro	3.475	3.269	6.744	21,3
San Jose	5.586	5.520	11.106	17,6
Santa Isabel	1.598	1.502	3.100	23,3
Torrero-La Paz	3.698	3.649	7.347	17,7
Universidad	4.638	4.411	9.049	19,0
Alfocea	17	20	37	23,6
Casetas	704	631	1.335	19,0
Garrapinillos	653	564	1.217	21,5
Juslibol-El Zorongo	305	229	534	20,8
La Cartuja Baja	211	198	409	19,9
Venta del Olivar	76	80	156	15,8
Montañana	319	321	640	19,6
Monzalbarba	198	181	379	19,6%
Movera	329	267	596	21,9%
Peñaflor	119	108	227	17,9%
San Gregorio	68	68	136	22,3%
San Juan de Mozarrifar	318	282	600	22,4%
Torrecilla de Valmadrid	2	2	4	17,4%
Villarrapa	20	13	33	16,2%
ZARAGOZA	66.867	63.744	130.611	19,1%

Fuente:
Padrón Municipal
de Habitantes de
Zaragoza (2022)

Atendiendo a la distribución geográfica de la población joven en Zaragoza, los distritos de Delicias (17.522), El Rabal (16.446) y Actur-Rey Fernando (13.140) presentan el mayor número de personas jóvenes en términos absolutos (1 de cada 3 jóvenes vive en estos distritos).

Poniendo estas cifras en relación con el total de la población de cada junta, los distritos con mayor concentración de jóvenes de 12 a 30 años son Actur-Rey Fernando (23,3%), Santa Isabel (23,3%), Casablanca (21,8%), Oliver-Valdefiero (21,3%), Miralbueno (21,2%) y los barrios rurales de Alfocea (23,6%), San Juan de Mozarrifar (22,4%) y San Gregorio (22,3%).

Población joven según edad

Una cuestión fundamental a la hora de plantear los distintos proyectos que conforman la Estrategia Joven 2030 es la edad. El gráfico y la tabla que siguen muestran la distribución de las personas jóvenes según las franjas de edad que se consideran significativas para la planificación: de 12 a 16 años, de 17 a 18 años, de 19 a 24 años y de 25 a 30 años.

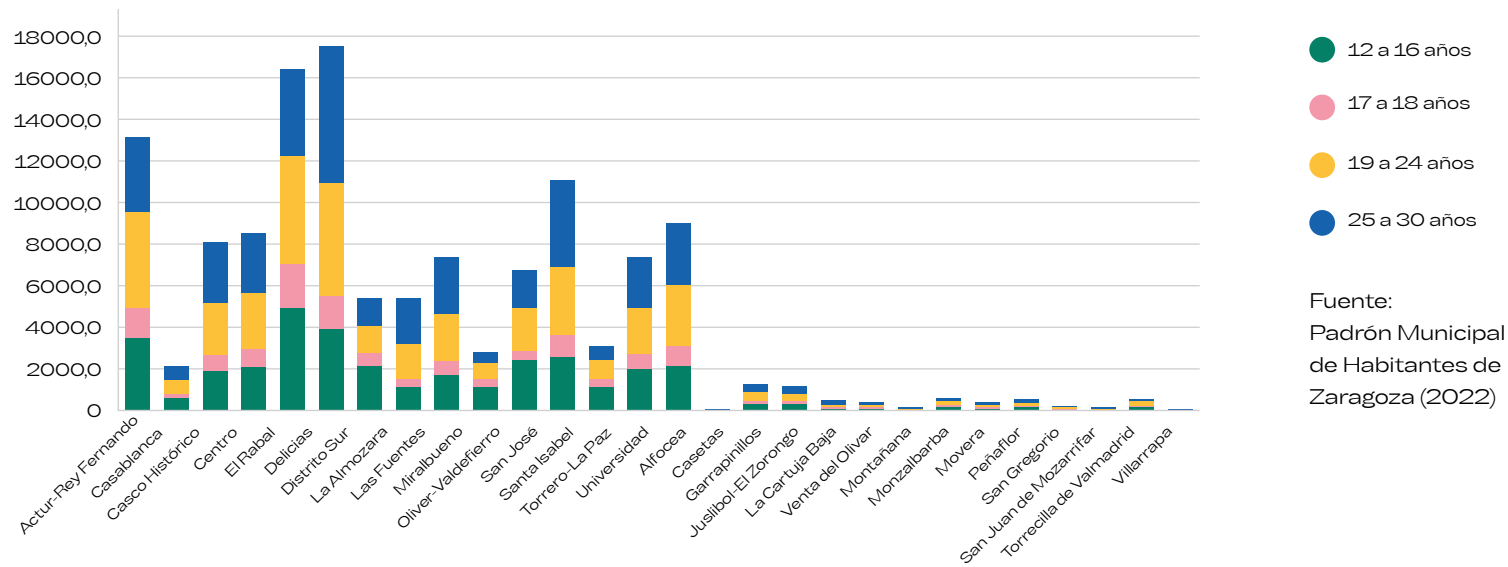
Señalar que más del 50% de la población joven de los barrios periféricos Miralbueno (53,8%) Distrito Sur (51,3%) y Santa Isabel (50,7%) tienen entre 12 y 18 años, mientras que para el conjunto de la ciudad esta cohorte de edad apenas supera el 35%.

De otro lado, destaca la proporción de población joven adulta (de 25 a 30 años) en los distritos de La Almozara, San José, Delicias y Juslibol-El Zorongo, en los que cerca del 40% de las personas jóvenes se encuentran en ese intervalo de edad frente al 31,9% que representan de media.

Población joven según nacionalidad

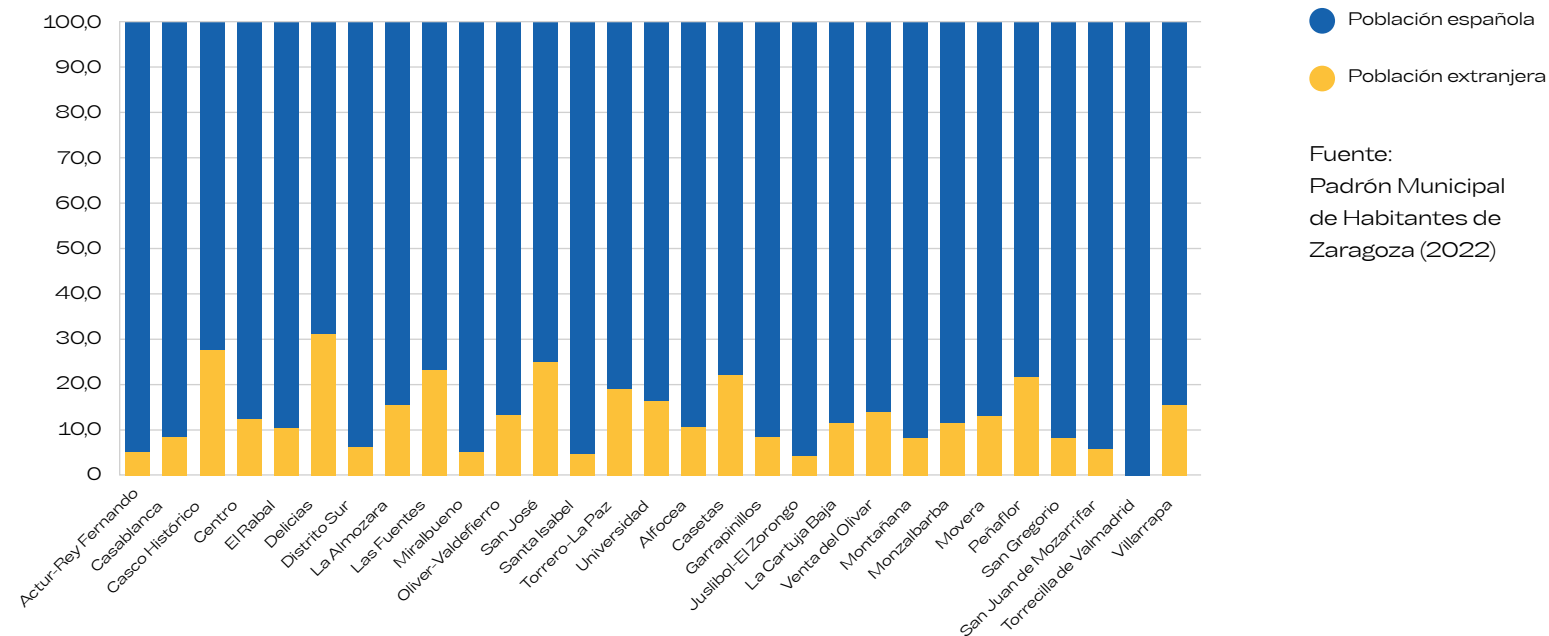
El 16,6% de las personas jóvenes de la ciudad de Zaragoza tienen nacionalidad extranjera (21.886 personas). Casi la mitad de estos jóvenes (el 48%) viven en tres distritos: Delicias (5.446 jóvenes de origen extranjero; el 31% de su población joven), San José (2.770 jóvenes de origen extranjero; el 24,9% de su población joven) y Casco Histórico (2.240 jóvenes de origen extranjero; 27,6% de su población joven).

Población de 12 a 30 años por grupo de edad (N). Juntas Municipales y Vecinales, 2022



Fuente:
Padrón Municipal de Habitantes de Zaragoza (2022)

Población joven (12-30 años) según nacionalidad (%). Juntas Municipales y Vecinales, 2022



Fuente:
Padrón Municipal de Habitantes de Zaragoza (2022)

Junta	12 a 16 años		17 a 18 años		19 a 24 años		25 a 30 años		Total
Actur-Rey Fernando	3.476	26,5%	1.456	11,08 %	4.635	35,3%	3.573	27,19 %	13.140
Casablanca	579	27,2%	230	10,8%	693	32,6%	623	29,3%	2.125
Casco Histórico	1.920	23,7%	787	9,7%	2.468	30,4%	2.939	36,2%	8.114
Centro	2.071	24,2%	892	10,4%	2.651	31,0%	2.949	34,4%	8.563
El Rabal	4.958	30,1%	2.097	12,8%	5.203	31,6%	4.188	25,5%	16.446
Delicias	3.891	22,2%	1.599	9,1%	5.535	31,5%	6.527	37,2%	17.552
Distrito Sur	2.182	40,5%	579	10,8%	1.319	24,5%	1.302	24,2%	5.382
La Almozara	1.102	20,3%	474	8,7%	1.624	29,9%	2.226	41,0%	5.426
Las Fuentes	1.722	23,4%	668	9,1%	2.312	31,4%	2.670	36,2%	7.372
Miralbueno	1.146	40,3%	382	13,4%	772	27,2%	542	19,1%	2.842
Oliver-Valdefierro	2.102	31,2%	791	11,7%	2.013	29,8%	1.838	27,3%	6.744
San José	2.567	23,1%	1.040	9,4%	3.338	30,1%	4.161	37,5%	11.106
Santa Isabel	1.149	37,1%	423	13,6%	914	29,5%	614	19,8%	3.100
Torrero-La Paz	1.985	27,0%	706	9,6%	2.230	30,4%	2.426	33,0%	7.347
Universidad	2.152	23,8%	956	10,6%	2.879	31,8%	3.062	33,8%	9.049
Alfocea	14	37,8%	7	18,9%	7	18,9%	9	24,3%	37
Casetas	337	25,2%	141	10,6%	404	30,3%	453	33,9%	1.335
Garrapinillos	305	25,1%	126	10,4%	401	32,9%	385	31,6%	1.217
Juslibol-El Zorongo	93	17,4%	57	10,7%	141	26,4%	243	45,5%	534
La Cartuja Baja	97	23,7%	47	11,5%	125	30,6%	140	34,2%	409
Venta del Olivar	46	29,5%	20	12,8%	43	27,6%	47	30,1%	156
Montañana	184	28,8%	74	11,6%	211	33,0%	171	26,7%	640
Monzalbarba	101	26,6%	34	9,0%	129	34,0%	115	30,3%	379
Movera	145	24,3%	69	11,6%	212	35,6%	170	28,5%	596
Peñaflor	84	37,0%	22	9,7%	66	29,1%	55	24,2%	227
San Gregorio	42	30,9%	14	10,3%	46	33,8%	34	25,0%	136
San Juan de Mozarrifar	172	28,7%	75	12,5%	193	32,2%	160	26,7%	600
Torrecilla de Valmadrid	1	25,0%	0	0,0%	2	50,0%	1	25,0%	4
Villarrapa	18	54,5%	4	12,1%	6	18,2%	5	15,2%	33
ZARAGOZA	34.641	26,5%	13.770	10,5%	40.572	31,1%	41.628	31,9%	130.611

Junta	Población española		Población extranjera	
	Número	%	Número	%
Actur-Rey Fernando	12.428	94,6	712	5,4
Casablanca	1.946	91,6	179	8,4
Casco Histórico	5.874	72,4	2.240	27,6
Centro	7.492	87,5	1.071	12,5
El Rabal	14.731	89,6	1.715	10,4
Delicias	12.106	69,0	5.446	31,0
Distrito Sur	5.056	93,9	326	6,1
La Almozara	4.562	84,1	864	15,9
Las Fuentes	5.663	76,8	1.709	23,2
Miralbueno	2.684	94,4	158	5,6
Oliver-Valdefierro	5.835	86,5	909	13,5
San José	8.336	75,1	2.770	24,9
Santa Isabel	2.956	95,4	144	4,6
Torrero-La Paz	5.951	81,0	1.396	19,0
Universidad	7.570	83,7	1.479	16,3
Alfocea	33	89,2	4	10,8
Casetas	1.039	77,8	296	22,2
Garrapinillos	1.114	91,5	103	8,5
Juslibol-El Zorongo	511	95,7	23	4,3
La Cartuja Baja	363	88,8	46	11,2
Venta del Olivar	134	85,9	22	14,1
Montañana	588	91,9	52	8,1
Monzalbarba	335	88,4	44	11,6
Movera	518	86,9	78	13,1
Peñaflor	178	78,4	49	21,6
San Gregorio	125	91,9	11	8,1
San Juan de Mozarrifar	565	94,2	35	5,8
Torrecilla de Valmadrid	4	100,0	0	0,0
Villarrapa	28	84,8	5	15,2
ZARAGOZA	108.725	83,2	21.886	16,8

Fuente:
Padrón Municipal
de Habitantes de
Zaragoza (2022)

Consumo de drogas de la población joven en Aragón

Por la importancia de nuestra oferta de ocio saludable, que ocupa un lugar muy destacado en la Estrategia Joven 2030, nos parece oportuno hacer una referencia específica a la realidad del consumo de riesgo entre la población joven de nuestra ciudad. Aunque no dispongamos de datos recientes, o que no se refieran específicamente a nuestra ciudad.

Sobre datos de consumo de drogas específicos para la ciudad de Zaragoza, los más recientes, con suficiente validez científica y representatividad, son los correspondientes a 2005 y que se incluyen como base para el diagnóstico realizado en el Plan Municipal de Drogas 2007-2010.

Evidentemente el escenario de los consumos de drogas, de los consumidores, de los patrones de uso,

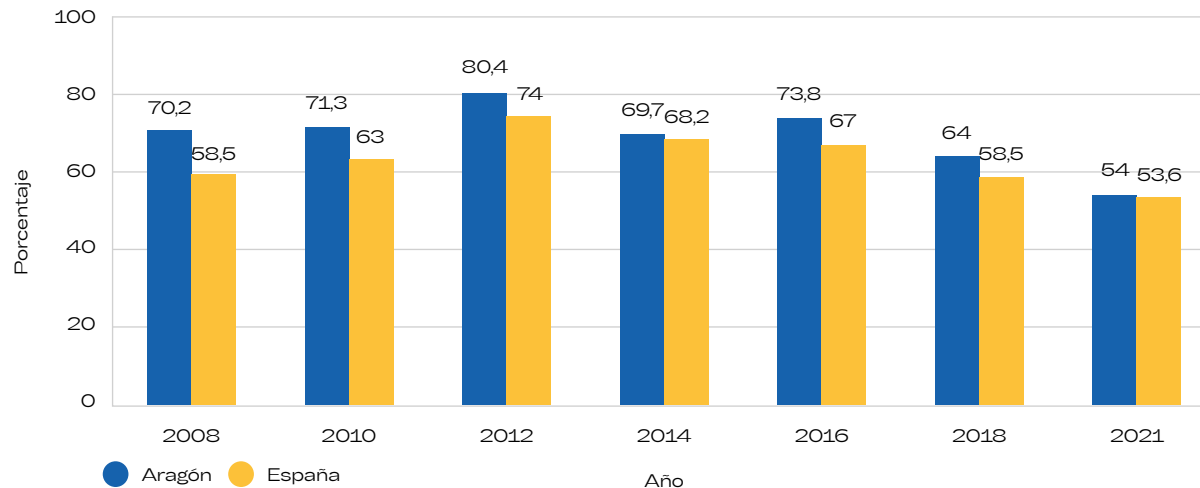
etc. Es tan dinámico que hace imposible su proyección para aplicarlo a la sociedad zaragozana actual. En ausencia de una información equiparable, como marco alternativo para situar el análisis, se propone una revisión de las características esenciales del uso de drogas en los últimos años en España y Aragón.

Estos datos provienen de las dos fuentes principales de información para el seguimiento de la evolución de los consumos de drogas en nuestro país: la Encuesta EDADES (dirigida a población general de 15 a 64 años) y la Encuesta ESTUDES (dirigida a población de enseñanzas secundarias de 14 a 18 años), que se realizan de manera bienal y nos ofrecen datos representativos a nivel estatal y autonómico.

Prevalencia consumo de alcohol

Al igual que ocurre para el conjunto de la población, el alcohol sigue siendo la sustancia más consumida por la población joven. En el caso de la población de 14 a 18 años, la prevalencia de consumo de alcohol en los últimos 30 días presenta una tendencia a aumentar hasta 2012, peor año de la serie, para pasar a disminuir desde entonces. Esta tendencia

Evolución de la prevalencia de consumo de alcohol entre los estudiantes de enseñanzas secundarias de 14 a 18 años (últimos 30 días). Aragón y España, 2008-2021



Fuente: Encuesta sobre uso de drogas en enseñanzas secundarias en España (ESTUDES)

se produce también en Aragón, si bien los datos de consumo se encuentran por encima de la media estatal en todo el periodo aunque convergen en 2021, situándose en el 54%.

Por su parte, siguiendo los datos ofrecidos por la encuesta EDADES para la población joven de 15 a 34 años, la prevalencia de consumo de alcohol a nivel nacional se mantiene relativamente estable tanto

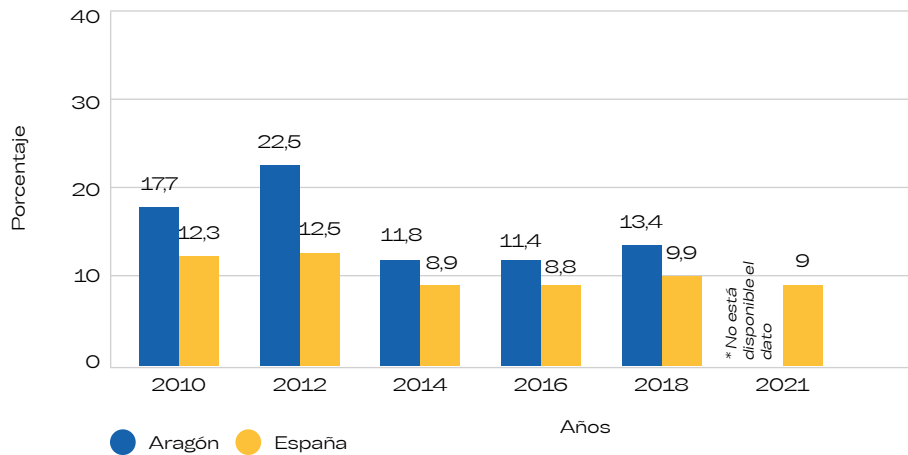
en la cohorte de edad de 15 a 24 años (en torno al 60%) como en la cohorte de 25 a 34 años (alrededor del 64%). En Aragón, sin embargo, observamos distintas tendencias. Mientras que el porcentaje de jóvenes de entre 15 y 24 años que consume alcohol disminuye del 72% en 2015 al 57% en 2019, se produce un aumento en el caso de los y las jóvenes de 25 a 34 años, pasando del 63% al 71%.

Al igual que ocurre para el conjunto de la población, el alcohol sigue siendo la sustancia más consumida por la población joven.

▶ Prevalencia consumo de tabaco

El tabaco continúa siendo la segunda sustancia más consumida entre la población joven tanto en España como en Aragón. En 2014 se da una fuerte disminución de la prevalencia de tabaco consumido a diario entre los 14 y 18 años tanto en Aragón como en España, si bien Aragón partía de datos muy superiores. En 2018, último dato disponible para Aragón, se da un repunte de dos puntos, pasando del 11,4% a 13,4%, superando en 3,6 puntos a la media española.

Evolución de la prevalencia de consumo de tabaco a diario entre los estudiantes de enseñanzas secundarias de 14 a 18 años. Aragón y España, 2010-2021

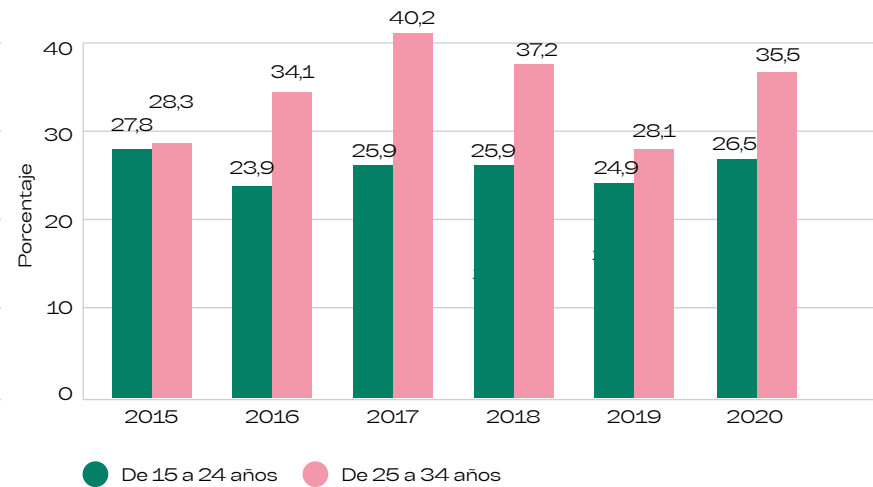


Fuente: Encuesta sobre uso de drogas en enseñanzas secundarias en España (ESTUDES)

En caso de las personas de 15 a 24 años, mientras que en España se produce un incremento constante del consumo diario de tabaco desde el año 2015, en Aragón se observa la tendencia contraria: el porcentaje de jóvenes que fuma todos los días pasa del 27,8% en 2015 al 24,9% en 2019.

Por su parte, en la cohorte de edad de 25 a 34 años, el porcentaje de personas que consumen tabaco a diario es mayor que en la cohorte precedente tanto en España como en Aragón para el periodo analiza-

Evolución de la prevalencia de consumo de tabaco a diario entre población joven de 15 a 34 años. Aragón y España, 2015-2020



Fuente: Encuesta sobre alcohol y otras drogas en España (EDADES)

do. Se observa un aumento significativo del consumo de tabaco entre los años 2015 y 2017, llegando al 37,2% en España y al 40,2% en Aragón. Sin embargo, en el año 2019, se produce una notable caída en el consumo, especialmente en Aragón, donde disminuya más de 10 puntos porcentuales.

▶ Prevalencia consumo de cannabis

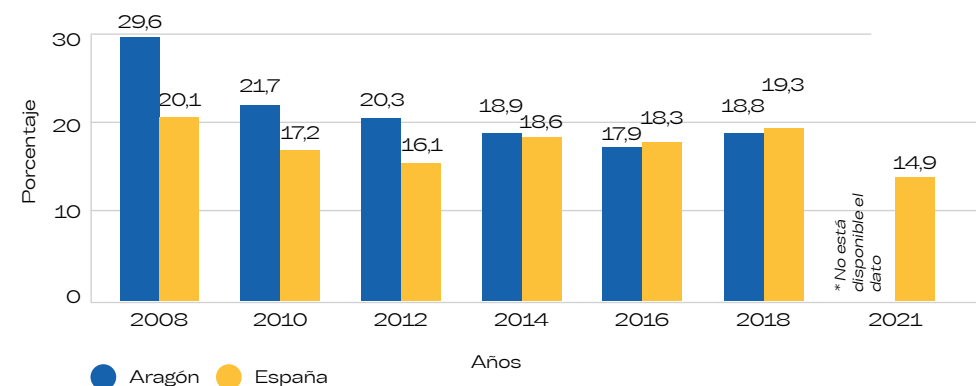
En el caso de las drogas ilegales, destaca la prevalencia del consumo de cannabis. En el caso de los jóvenes adolescentes (estudiantes de enseñanza secundaria), la tendencia del consumo de cannabis en los últimos 30 días en Aragón ha sido la disminución, produciéndose un fuerte descenso de 2008 a 2010. Sin embargo, en el último dato disponible (2018) se da un ligero aumento de un punto. En comparación con España, se pasa de estar en niveles superiores a irse igualando en 2014 y llegar a quedar ligeramente por debajo. Destacar el descenso de consumo que se produce en el año 2021 en España (no hay datos disponibles para Aragón).

En cuanto a las personas de 15 a 34 años, se observa una mayor prevalencia de consumo de cannabis

en la franja de edad de 15 a 24 que en la de 25 a 34 años tanto en España como en Aragón. En relación a la cohorte más joven, mientras que en España el porcentaje de personas que han consumido cannabis en los últimos 30 días se ha mantenido relativamente estable desde 2015 (en valores cercanos al 15%), en Aragón se ha producido un incremento constante y con valores superiores a la media nacional (del 16,5% en 2015 al 19,7% en 2019).

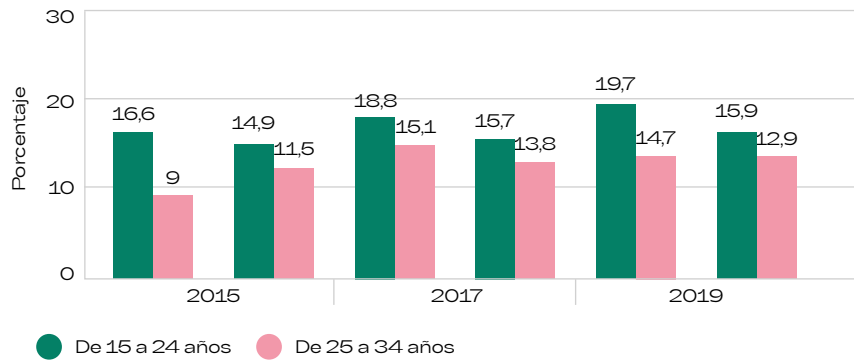
Por su parte, el consumo de cannabis de los jóvenes adultos (de 25 a 34 años) tanto en España como en Aragón aumentó en 2017 y disminuyó ligeramente en 2019, situándose en el 12,9% y el 14,7% respectivamente.

Evolución de la prevalencia de consumo de cannabis entre los estudiantes de enseñanzas secundarias de 14 a 18 años (últimos 30 días). Aragón y España, 2008-2021



Fuente: Encuesta sobre uso de drogas en enseñanzas secundarias en España (ESTUDES)

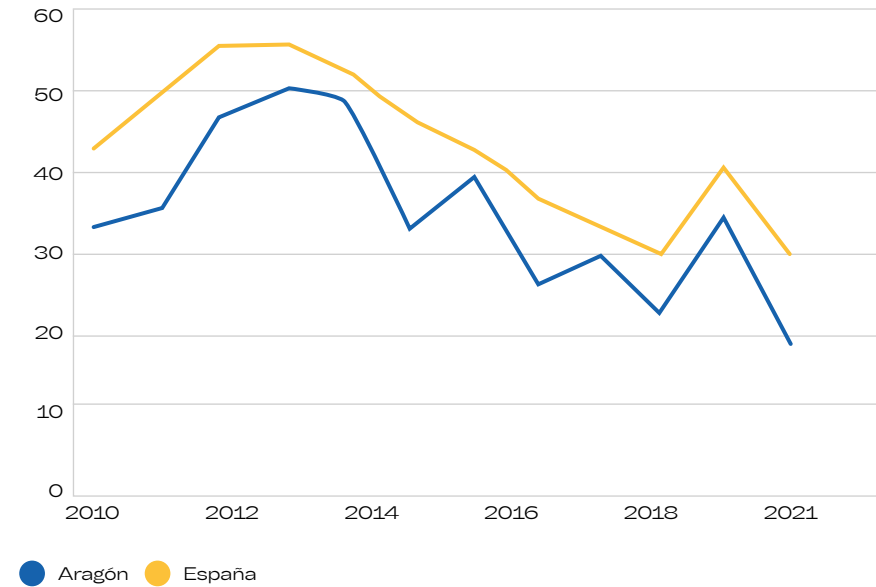
Evolución de la prevalencia de consumo de cannabis entre población joven de 15 a 34 años (últimos 30 días). Aragón y España, 2015-2019



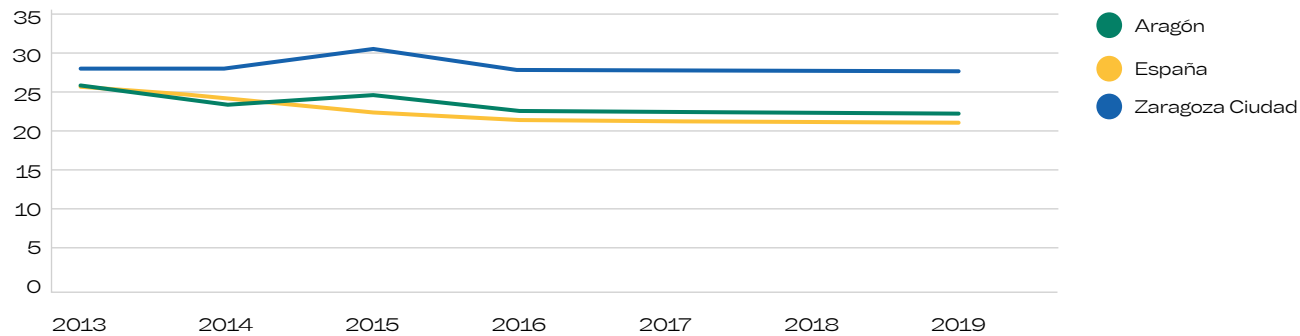
Fuente: Encuesta sobre alcohol y otras drogas en España (EDADES)

Otros datos de contexto

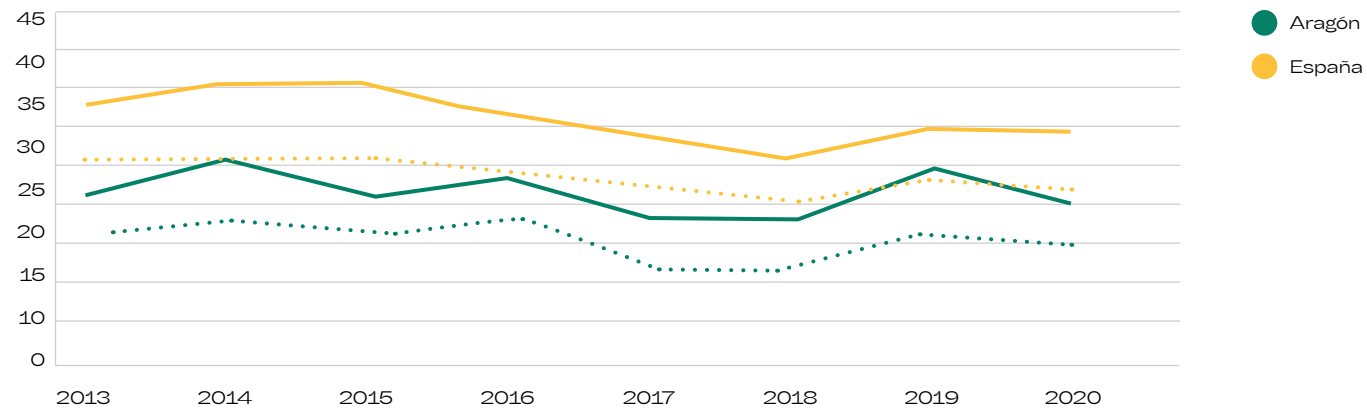
Evolución de la tasa de desempleo juvenil (16 a 25 años). Aragón y España, 2010-2021



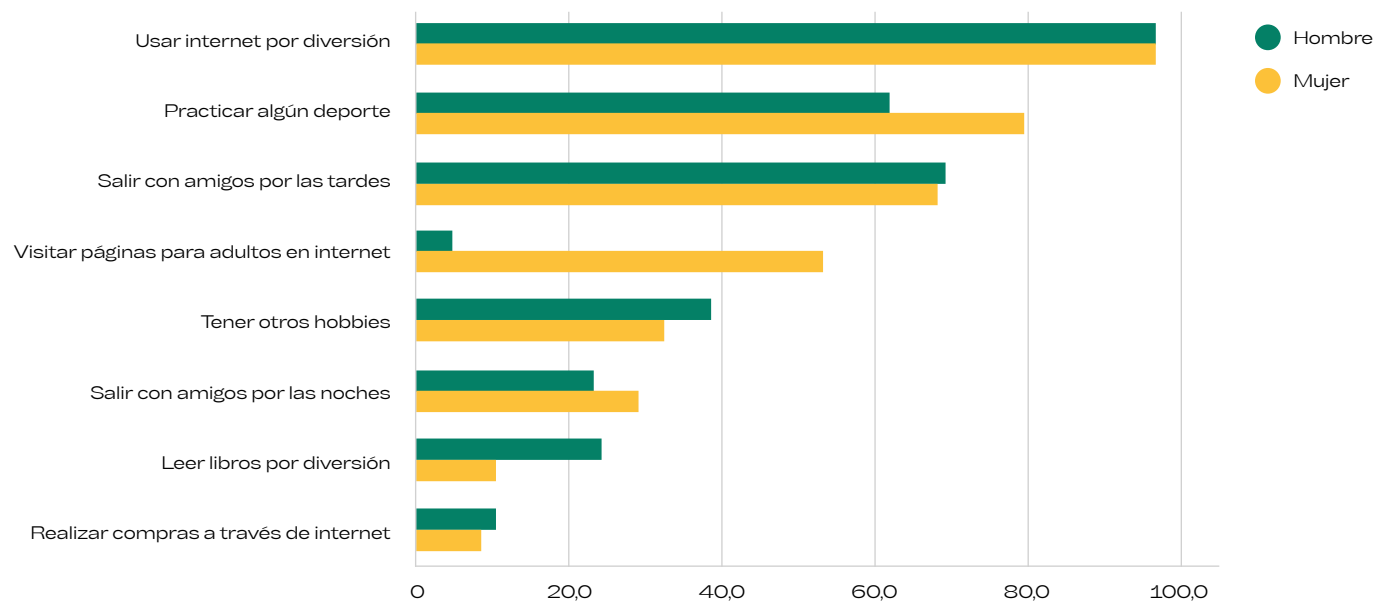
Evolución de la tasa de emancipación residencial (% personas jóvenes emancipadas). Zaragoza, Aragón y España, 2013-2019



Evolución de la tasa de pobreza según edad (60% de la renta mediana). Aragón y España, 2013-2020



Frecuencia actividades de ocio entre estudiantes de Enseñanzas Secundarias de 14 a 18 años (al menos, una vez a la semana). Aragón, 2018



Nuestros destinatarios desde el punto de vista de la comunicación

Como ya hemos señalado la participación de las y los jóvenes en nuestra actividades y servicios es nuestra preocupación principal. Somos conscientes de que para que nuestra oferta sea conocida y reconocida pasa por diseñar una política de comunicación adecuada. Por esta razón nos parece necesario hacer un análisis, aunque sea somero, de la forma que tiene nuestro público objetivo de informarse.

Ciertamente, es difícil acotar conceptos referidos a las generaciones actuales, que son las que constituyen nuestro público objetivo. Demógrafos e investigadores no se acaban de poner de acuerdo sobre cuando empiezan y cuando terminan estas cohortes demográficas, no obstante sí que las podemos caracterizar, aunque sea en términos generales.



GENERACIÓN Y Millennials (1983 – 1995) 27 - 39 años

Son los hijos de la generación del “baby boom” y destacan por su mentalidad abierta, pragmatismo, sociabilidad y pensamiento no lineal. Este colectivo recibe su nombre por ser la generación que nació antes del nuevo siglo pero que alcanzó su edad adulta en el nuevo milenio. Su principal distintivo es que se han desarrollado en la era digital y convirtiendo la tecnología en una forma de vida: Internet, telefonía móvil y redes sociales. Afectados por una alta tasa de paro renuevan profesiones y resurgen negocios clásicos adaptándose a su vida diaria. Tienen un carácter impaciente y consumista, son generadores de ideas destinadas a mejorarlos productos y experiencias y se han convertido en moderadores de opiniones y grandes críticos a la hora de consumir, hasta tal punto de jugar un papel de gran relevancia en la toma de decisiones de algunas marcas. Prefieren experiencias frente a productos de consumo, y destaca su sociabilidad.



GENERACIÓN Z
Centenials (1995-2010)
 12 – 27 años

Han crecido toda su vida en un entorno tecnológico, no conciben el mundo sin teléfonos móviles, Internet o las redes sociales y se sienten más seguros en un entorno digital que en uno físico. Los nacidos dentro de la Generación Z se han desarrollado en plena crisis, esto les ha hecho ser una generación muy madura, autosuficiente y creativa. Están fuertemente ligados a la cultura del DIY (Do it yourself), por eso son muy autodidactas especialmente de manera online. Con perfiles de consumo multi-pantalla, captar su atención es realmente difícil y requiere mucha potencia visual y contenidos más interesantes.



GENERACIÓN Alfa.
Alpha (A partir de 2010)
 0 - 12 años

Con los nacidos a partir de la década de 2010 ya no puede hablarse de “adopción tecnológica”. Estos individuos post-milenio han demostrado su alta

capacidad de integración con la tecnología desde su más tierna infancia y están creciendo rodeados de asistentes virtuales (la tecnología por voz será fundamental para ellos), la inteligencia artificial, y el Internet de las cosas. Estos hijos de lo Millenials contarán con expectativas diferentes, con más cuidado por sus datos personales pero no tanta vigilancia por su privacidad, perfiles hiper-especializados más autosuficientes, emprendedores y formados, y con diferentes identidades online. (Han aprendido a navegar en Youtube antes que a hablar, manejar tablets antes que a pintar con lapiceros, y están conectados completamente a los contenidos generados en la red...)

Estas características generacionales son demasiado genéricas por lo que necesitamos una segmentación mayor para tener más posibilidades de acertar en nuestra comunicación, es decir, para poder elegir el canal, el tono y el mensaje más adecuado.

Si tomamos por jóvenes un público de 12 a 30 años nos encontramos con una horquilla no muy amplia pero con una diversidad mucho más acuciada que en cualquier otro rango de edad. Tenemos los

últimos Millennials a todos los Centenials y nos van apareciendo los Alpha.

Por eso es muy importante definir distintos perfiles de usuario para poder plantear acciones de comunicación mucho más centradas y efectivas para cada uno de ellos.

De manera esquemática podemos caracterizar estas segmentaciones del modo siguiente:



ADIÓS A LA NIÑEZ

Edad: 12-14 años

Educación: 1º y 2º de ESO en centros públicos, concertados y de educación especial. Momento clave ya que muchos deben cambiar de centro y de amigos al pasar del colegio al instituto. Pueden verse las primeras señales de fracaso escolar.

Acceso a Internet: la mayoría tienen su primer acceso a un smartphone propio con acceso a Internet



tutelado por sus padres, sobre todo en familias socioeconómicas media-baja, media, media-alta y alta.

Sin embargo existen problemas reales relacionados con la brecha digital en los adolescentes de familias sin recursos económicos.

Vivienda y emancipación: todos viven con sus padres, no disponen de ingresos propios y aunque comienzan a ganar libertad, todavía necesitan el permiso y la tutela continua de los padres.

Intereses: deportes, videojuegos, manualidades... Quieren ser mayores pero todavía se comportan como niños. Todavía les atraen los mensajes sencillos y coloridos. Tono divertido y jovial.

Redes sociales: Se comunica con sus amigos por Whatsapp y Snapchat, generan contenido ligero en TikTok, y consumen muchísimo contenido en YouTube y Twitch.



PREADOLESCENCIA

Edad: 14-16 años

Educación: 3º y 4º de ESO en centros públicos, concertados y de educación especial. Momento de empezar a cuestionar su futuro escolar, elegir modalidad de Bachillerato, o Formación Profesional. Por lo que esta edad es clave en las situaciones de fracaso escolar.

Acceso a Internet: el uso de su propio smartphone está más que afianzado en la mayoría de familias, pero todavía se dan casos de brecha digital en las familias más desfavorecidas.

Vivienda y emancipación: siguen bajo el techo de sus padres pero empiezan a darse las primeras decisiones individuales, sobre todo en lo que respecta al ocio. Empiezan a tener sus propios espacios, y las figuras materna-paterna empiezan a perder influencia en favor de los grupos de amigos.

Intereses: sus amigos son el centro de todo, han comenzado a salir de fiesta, ya han probado el alcohol y algunos ya han tenido sus primeras experiencias sexuales.

Redes sociales: su vía de comunicación principal es Whatsapp pero ya no tanto Snapchat, cada vez genera más contenido en TikTok, tiene cuenta de Instagram pero suele ser privada y solo sube stories, eso sí sigue a bastantes influencers, YouTubers y streamers (Twitch).





ADOLESCENCIA

Edad: 16-18 años

Educación: 1º y 2º de Bachiller (en centros públicos, concertados y de educación especial), estudios medios de Formación Profesional. Momento crucial para plantearse hacia donde quieren enfocar su futuro.

Acceso a Internet: a partir de esta edad prácticamente todos disponen de smartphone, aunque alguno sigue sin tener conexión propia (sin datos) sobre todo en las familias más desfavorecidas.

Vivienda y emancipación: la mayoría siguen viviendo con sus padres, y dependen económicamente de ellos. Algunos ya tienen algún trabajo esporádico y de poca cualificación (sobre todo de verano) que les permite tener su propio dinero para sus caprichos, aunque sea poca cantidad. Cuentan con una independencia más pronunciada, ya organizan más su tiempo y cada vez dan menos explicaciones.

Intereses: formar su propia identidad, definir quiénes son tanto por fuera (estéticamente) como por dentro (convicciones). Su círculo social es clave. Salir



con sus amigos es una prioridad. Experimentar. Descubrir sus límites. Los que tienen inquietudes artísticas empiezan a ser más marcadas: es el momento de empezar a crear grupos de música, teatro, danza, pintura, grafitti, etc. Sus hobbies: la moda, el deporte, etc. Qué estudiar. Los exámenes, la selectividad. En ese afán de definir su identidad también se interesan y se unen a causas sociales.

Redes sociales: se mantiene el uso diario de Whatsapp, consume y genera mucho contenido de TikTok e Instagram y consume contenido en YouTube y Twitch.



MAYORES DE EDAD

Edad: 18-22 años

Educación: estudios universitarios y estudios superiores de Formación Profesional. En este tramo todavía están definiéndose, por eso algunos cambian de rumbo, deciden cambiar de carrera, pasarse a la Formación Profesional o directamente buscar trabajo.

Acceso a Internet: su móvil es una herramienta más de su vida diaria, y muchos cuentan con ordenador propio debido a sus estudios.

Vivienda y emancipación: La mayoría viven con sus padres, aunque los que son de fuera de Zaragoza comparten piso mientras estudian aquí. Algunos compaginan los estudios con trabajos parciales o temporales fuera de su sector, otros (sobre todo los jóvenes con Formación Profesional) acceden a sus primeras prácticas o puestos de trabajo temporales, la mayoría con un salario bajo.

Otros ya forman parte del amplio grupo de parados juveniles de nuestro país, muchos de ellos no acce-

den a poder generar experiencia laboral o son perfiles en paro con muy baja cualificación al no haber querido estudiar.

Intereses: salir de fiesta, viajar/excursiones (algunos ya cuentan con el carnet de conducir), comer fuera, la sexualidad. Los exámenes, las prácticas, su futuro profesional.

Redes sociales: Whatsapp e Instagram se mantienen en lo alto. TikTok sigue muy presente. YouTube se empieza a relegar a una plataforma de consulta. Consume mucho Twitch sobre todo si le gusta el mundo gamer.



JÓVENES

Edad: 22-26 años

Educación: jóvenes con estudios superiores terminados, que están decidiendo si continúan apostando por su sector con más formación especializada (Masters, Postgrados, Oposiciones...), o se acomodan en otros empleos que nada tiene que ver con su sector para emanciparse. También tenemos jóve-



nes sin formación o con formación menos cualificada, que decidieron dejar los estudios antes.

Vivienda y emancipación: la mayoría están en activo: prácticas (ej: MIR), becas, primeros empleos, o en paro. Algunos ya comparten piso con amigos (alguno con su pareja pero son los menos), apenas ahorran y en muchos casos necesitan el apoyo económico de sus padres.

Intereses: amigos, compañeros de trabajo, pareja. Tienen una vida de ocio activa, basada en las ex-

periencias y no tanto en los productos. Consumen mucho más ocio cultural: cine, conciertos, teatro, exposiciones, etc. Salen a cenar todas las semanas, y viajan todo lo que pueden, tanto a nivel nacional como internacional, siempre buscando ofertas. Buscan ayudas de alquiler, primer empleo, becas en el extranjero...

Redes sociales: Whatsapp se convierte más en una herramienta de comunicación que en una red social propiamente. Instagram es la estrella, todos muestran la mejor versión de su vida en ella. En este tramo de edad están en un punto medio, TikTok les gusta pero la consideran de adolescentes, y consumen Twitter y Facebook (actualidad, hilos polémicos o graciosos...) pero no excesivamente, las consideran redes del pasado.



ADULTOS

Edad: 26-30 años

Educación: jóvenes con estudios medios y superiores terminados, algunos están estudiando Masters o Postgrados. Jóvenes con los estudios básicos

que llevan ya tiempo en el mundo laboral: en activo o en paro.

Vivienda y emancipación: algunos ya tienen pareja estable y empiezan a plantearse formalizarlo. Quieren salir de casa de sus padres o irse a vivir por su cuenta pero sus condiciones laborales son todavía bastante precarias y no siempre lo consiguen.

Muchos no han encontrado trabajo, por lo que han optado por abandonar el sector para el que se habían formado y conformarse con empleos con menos proyección profesional pero con más asentamiento económico.

Intereses: una de sus prioridades es la emancipación. Siguen consumiendo mucho ocio cultural, salen a comer fuera y siguen viajando. Siguen saliendo de fiesta pero ya no tanto como antes.

Redes sociales: siguen usando Whatsapp como herramienta de comunicación universal. Son fieles a las redes sociales más clásicas y consolidadas como Instagram, Twitter y Facebook. Algunos consumen TikTok por el boom que supuso durante la cuarentena COVID-19 pero no les resulta nativo.

Necesidad de estudios para conocer la realidad y la diversidad de nuestra ciudad

▶ Como ya concluimos en la evaluación del 4 Plan Joven:

“Intervenir conociendo la realidad. Focalizar nuestra intervención en el usuario, que vive en una realidad cambiante, la que tenemos que conocer, para podernos adecuar a ella” es muy importante para nuestra intervención.

Por tanto contar con indicadores de esta realidad que nos permitan observar series anuales y por otra parte, conocer realidades concretas referidas a aspectos singulares o colectivos concretos, nos permitiría atinar más en las propuestas y los servicios que diseñamos y en segundo lugar nos permi-

tiría analizar la capacidad transformadora de nuestras intervenciones.

En cuanto a **observar series anuales**, nuestro propósito es contar con un observatorio concertado a nivel interdepartamental, que nos provea de esa información. Para lo cual vamos a trabajar de manera transversal, pues, a nuestro juicio, es lo más adecuado, pues formaríamos parte de una visión más globalizadora y también nos permitiría, desde la óptica municipal ser más eficientes, superando los compartimentos estancos, en que demasiadas veces se convierte el funcionamiento de áreas y servicios municipales.

A continuación señalamos, sin ánimo de contabilizarlos todos, aquellos parámetros, que deberían traducirse en una batería de indicadores para conocer la realidad juvenil de nuestra ciudad.

Estos serían, además de los datos demográficos de los cuales ya disponemos, las siguientes:

- ▶ **Consumos de riesgo** (Alcohol, tabaco, cannabis y adicciones comportamentales)
- ▶ **Tasa de desempleo juvenil en la ciudad**
- ▶ **Tasa de pobreza** de la población juvenil en la ciudad
- ▶ **Tasa de emancipación** residencial de los jóvenes de la ciudad
- ▶ **Hábitos de ocio** de los jóvenes Zaragozanos

En lo relativo a **estudios concretos**, los pondremos en marcha según las necesidades y el momento. Por ejemplo, ahora nos parece interesante conocer las consecuencias de la pandemia en la salud mental de los jóvenes. También podemos necesitar saber el nivel de integración de los jóvenes con diversidad funcional en las actividades de ocio normalizadas que ofrecemos. En otro momento nos parecerá necesario estudiar los hábitos en cuanto a la manera de informarse de los jóvenes y las jóvenes de la ciudad y así un largo etcétera de asuntos.



LA PARTICIPACIÓN Y CERCANÍA CON LOS JÓVENES



Participación



Digitalización



Comunicación



Calidad

La participación

Si hubiera que señalar la aspiración más importante que nos proponemos con la Estrategia Joven 2030 sería sin lugar a dudas **conseguir una participación permanente** de los jóvenes en todas y cada una de las actuaciones que vamos a desarrollar. Por tanto, crear un clima de relación que facilite el acercamiento con nuestros destinatarios es fundamental.

Para conseguir este objetivo vamos a trabajar analizando y evaluando nuestra acción de manera sistemática. Vamos a contar con dos herramientas clave: la Digitalización y la Comunicación profesio-

nal. Efectivamente la participación, la comunicación y la digitalización están estrechamente vinculadas y por esta razón las tratamos de forma conjunta.

Evidentemente para acercarnos a nuestra aspiración principal, que es que los destinatarios de nuestras acciones **participen** en nuestros proyectos, tenemos que **comunicarnos** con ellos de manera eficaz, encontrando los mensajes, el tono y los canales adecuados. Y para hacerlo con inmediatez y facilidad tenemos que **digitalizarnos**, utilizando los recursos tecnológicos que ya pueden estar a nuestra disposición.

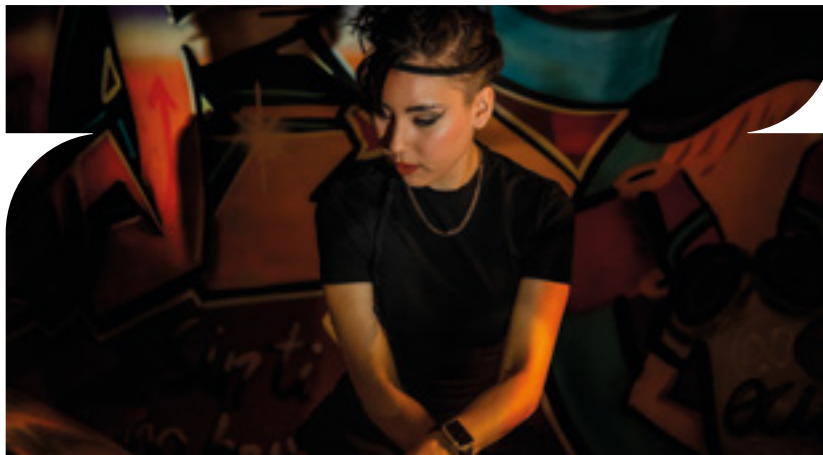
Para impulsar la participación, antes de hablar de la comunicación y la digitalización, partimos de tres premisas:

01 **Situar el foco de la participación de los usuarios en el nivel del proyecto o servicio,** más que en la participación genérica y puntual una vez cada cuatro años en la elaboración de un Plan.

02 **Articular métodos y procedimientos** para facilitar la participación de los usuarios en nuestros proyectos en todas las fases de su desarrollo: diseño, ejecución y evaluación.

03 **Recoger datos fiables** sobre nuestra relación con nuestro público objetivo que nos permitan tomar decisiones en el desarrollo de nuestra intervención.

A partir de ahí sistematizamos las medidas que vamos a implementar de acuerdo con el despliegue temporal de un proyecto o acción:



○ En el momento del diseño de proyecto:

Medida 1. Contrastar los proyectos o servicios que impulsamos con un grupo de jóvenes del perfil de los usuarios definidos. Este contraste se puede materializar en una simple reunión en donde se pediría opinión a partir de la exposición del proyecto, claro está, utilizando metodologías atractivas y adecuadas para el fin y también se podría emplazar al grupo al seguimiento del mismo. O pedir opinión para resolver problemas puntuales en la ejecución de la acción (inscripciones, comunicación, etc.)

Medida 2. También se podrán montar grupos de NO público (reclutados en otros proyectos, como Antenas Informativas, Embajadores del Z16, de centros escolares, de entidades colaboradoras, etc.) para ver otra perspectiva (grado de conocimiento del proyecto, percepción del mismo, etc.)

Medida 3. Se pueden montar grupos de **CoCreación** para el diseño de nueva planta de distintos proyectos o de reformulación de los ya consolidados.

○ Durante la ejecución del proyectos:

Medida 4. Utilizar distintas herramientas de consulta dirigidas a los usuarios por canales ágiles de respuesta inmediata (a partir de la digitalización y de la gamificación) para corregir aspectos concretos durante la ejecución de los proyectos /acciones a partir de los datos obtenidos de los Cuadros de Mando.

Medida 5. Favorecer el *Engagement*² y la interacción con nuestros usuarios a través de las RRSS.

○ En la evaluación final del proyecto:

Medida 6. Integrar a los usuarios en la evaluación de los proyectos. Con distintos grados de intensi-

2. "Engagement" es uno de esos términos ingleses que no tienen una traducción fácil, o al menos no en una sola palabra. Literalmente, significa "compromiso", pero en el mundo del marketing, el engagement simboliza la relación a largo plazo con nuestros usuarios. Una definición sencilla podría ser que el engagement es la capacidad de la marca para involucrar a la audiencia y crear un compromiso a largo plazo que les acabe llevando a convertirse en clientes e influya de manera positiva en los objetivos de la empresa.

dad. Mínimo utilizar las "caritas" o pasar una encuesta fácil con estrellas o breves preguntas y máximo reuniones dinimizadas o *Focus Group*³ que nos permitiera abordar la cuestión con mayor profundidad.

Para implementar estas medidas vamos a crear un **Espacio permanente, un laboratorio, de diseño** de proyectos (centrado en la participación de los usuarios) dentro del Servicio de Juventud, este Espacio se apoyaría en expertos externos que facilitarían las metodologías y herramientas, además de la dinamización de las sesiones para el diseño bien anual o puntual de los proyectos.

La digitalización, la comunicación y la calidad de nuestras actividades serán los pilares sobre los que descansará la participación que pretendemos.

3. Focus Group es un método de investigación cualitativa que tiene la función de analizar y captar feedbacks sobre productos, servicios y campañas de marketing de una empresa. Suele reunir de 5 a 10 personas y siempre cuenta con un moderador que lidera el intercambio de ideas.

La digitalización

Vamos a implementar un sistema integrado de gestión de nueva planta que permita concretar las siguientes aspiraciones:

Externamente:

- Que un o una joven pueda inscribirse en una actividad, solicitar cita, valorar nuestros servicios y actividades, hacer propuestas, etc. **a través de su móvil**. Que pueda acceder a través de una APP Web única, atractiva y fácil de usar a todos nuestros servicios y propuestas.
- Que los ciudadanos, entidades, instituciones y usuarios **identifiquen** con facilidad nuestras actividades y servicios y las entiendan y experimenten cómo útiles y atractivas.
- Que los y las jóvenes encuentren, a través de la APP Web del Servicio de Juventud, **un canal de**

participación para los asuntos que les conciernen creíble y fácil de utilizar.

Internamente:

- Que las **bases de datos** con las que trabajamos sean **amigables y fáciles de usar**, o sea que dispongamos de datos organizados y completos y que nos den cuenta inmediata de la percepción que tienen los usuarios de nuestros servicios y actuaciones.
- Que esté **automatizada** la difusión y **comunicación** de nuestra acciones y eventos a través de herramientas comunes de trabajo.
- Que planifiquemos el año en cada uno de los proyectos o acciones que impulsamos a través de un **formulario común** sencillo de utilizar y a la vez completo en cuanto a los datos que necesitamos. Y que a partir de este formulario obtengamos diferentes informes (que nos sirvan para la solicitud de subvención al Plan Nacional Sobre Drogas, para establecer cronogramas de despliegue de nuestros proyectos, para la implantación del Plan de comunicación, etc.)

- Que dispongamos para cada uno de los proyectos o acciones, y también para cada uno de los ámbitos y del propio Plan Joven, un **cuadro de mando** que nos permita tomar decisiones en tiempo real.
- Que el cuadro de mando citado nos permita disponer de **memorias anuales** de cada uno de los proyectos o acciones, y también para cada uno de los ámbitos y del propio Plan Joven, con un **clik**.
- Que la memoria anual obtenida **con un clic, nos sirva como evaluación del Plan Joven** y para justificar la subvención ante el PNSD, principal fuente de financiación de nuestros proyectos.



La comunicación

Generar cercanía, accesibilidad e interacción es clave para que se puedan producir los procesos participativos que pretendemos, para ello es fundamental trabajar la comunicación de forma prioritaria. Ya hemos dado pasos importantes en esa dirección, que pensamos continuar y ampliar con la puesta en marcha de la Estrategia Joven 2030.

Hicimos un Plan de Comunicación resultado de una Auditoria previa. Las principales conclusiones de esta estrategia de comunicación fueron tomar conciencia de la necesidad de:

Establecer una comunicación más planificada que cuente con tiempo, recursos y acciones destacadas coordinadas por un nuevo perfil comunicativo que apueste por hacer de Zaragoza Joven una marca de identidad propia.

Implantar el Plan de Comunicación dentro de un Plan Estratégico, en este caso la Estrategia Joven 2030, desarrollado a medio plazo y adaptado a los recursos reales del Servicio de Juventud.

Implementar la segmentación de los targets y adaptar los mensajes y tonos a los canales en los que se encuentran activos realizando la labor continuada de detección de nuevos nichos.

Implantar todos los indicadores de medición de procesos y especialmente de resultados para poder medir la efectividad de cada una de las acciones y concretamente los canales en los que se desarrollan.

Estas variables suponen un esfuerzo para el equipo del Servicio de Juventud que deberá contar con una mejor distribución de los recursos económicos con un claro componente publicitario, pero también con una profesionalización externa en su ejecución. Más inversión sí, pero mucho más optimizada, con objetivos más ambiciosos y un mayor impacto y alcance.

A resultas de este Plan de Comunicación encargamos una nueva Marca para el Servicio de Juventud

que se presenta conjuntamente con la Estrategia Joven 2030. También disponemos de una auditoría de la Redes Sociales cuyo resultado abunda y concreta las necesidades señaladas genéricamente en el Plan de Comunicación.

Calidad

Finalmente, no tendría sentido todo lo anterior si no nos esforzamos en ofertar actividades y servicios atractivos y de calidad. Por tanto estableceremos unos parámetros que garanticen una calidad mínima en todos los servicios y actividades que promovemos.

Existe en el mundo de la empresa una extensísima literatura sobre la Calidad y los diferentes modelos para aplicarla. Nosotros no pretendemos, ni muchísimo menos, ser punteros en una materia tan compleja. Por esta razón nos conformaremos por iniciar un camino que parta del establecimiento de criterios que nos sirvan para poder analizar nuestra práctica y así poderla mejorar.

Nuestra idea de calidad se basa en que nuestros usuarios estén satisfechos con los servicios que prestamos. Pero, en todo caso, respetando que nuestra actuación se basa en unos valores que siempre tienen que estar presentes en todas y cada una de nuestras actividades. Y que son los descritos en páginas anteriores, a saber, la prevención y el cuidado de la salud, la universalidad, la inclusión social, el respeto y la diversidad, la coeducación, la educación para la ciudadanía global y los ODS, la educación emocional, la opción por la cultura, la innovación y la creatividad, el pensamiento crítico, el aprendizaje permanente, la participación y la emancipación.

Para acertar en cómo debemos entender la calidad de nuestras actividades y servicios debemos partir de las necesidades, requerimientos y expectativas que tengan nuestros destinatarios. Para ello es fundamental contar con ellos de manera permanente, como hemos explicado en el apartado de la participación, para identificar cuáles son necesidades concretas. También como ya hemos adelantado, vamos a partir de la segmentación de

nuestros públicos ofreciendo a cada segmento servicios diferenciados.

Por otra parte, entendemos que debemos cuidar de manera especial a las personas que atienden a nuestro público, pues los usuarios evalúan un servicio primeramente por la calidad del contacto humano. Es fundamental conseguir la satisfacción del que presta el servicio para alcanzar la satisfacción del usuario. En este sentido promover la formación continua y la responsabilidad es lo determinante. También, para poder manejar, entre otras habilidades, la tecnología de la información. Esencial en las organizaciones modernas de servicios por los altos volúmenes de información que deben procesarse, y por la demanda de los usuarios de servicios de respuesta inmediata.

En resumen la capacitación técnica de las personas que prestan los servicios deben estar en el centro de nuestras preocupaciones, para garantizar que cuentan con capacidad necesaria para la resolución de situaciones o problemas que se presentan durante la ejecución del servicio.

Debemos cuidar de manera especial a las personas que atienden a nuestro público pues los usuarios evalúan un servicio primeramente por la calidad del contacto humano.

En otro orden de cosas, y en referencia directa al diseño de actividades y servicios vamos a asegurar que se cumplen unos requisitos mínimos como son:

- **Confiabilidad:** es la capacidad de ofrecer un servicio o una actividad de una manera exacta, segura y consciente.
- **Respuesta:** es la capacidad para brindar un servicio respuesta a un requerimiento puntual.

- **Seguridad:** conocimiento y cortesía de las personas que prestan el servicio o conducen la actividad, así como la habilidad para transmitir seguridad.
- **Empatía:** atención personalizada y cuidadosa a usuarios.
- **Tangibles:** aspectos físicos del servicio. Es decir, que las dependencias y lugares donde desarrollemos nuestras actividades reúnan el equipamiento necesario y una confortabilidad suficiente y que así sea valorada por los usuarios.

Todos estos elementos deben estar presentes en la evaluación de cada una de nuestras actuaciones, donde la participación de los usuarios, como ya hemos señalado en repetidas ocasiones, resulta insustituible.



CARACTERÍSTICAS DE LA ESTRATEGIA JOVEN



Herramienta de trabajo

La Estrategía Joven 2030 pretende ser una herramienta de trabajo, que sirva para dirigir el despliegue de nuestros proyectos y servicios de manera uniforme y coherente. Que afecta directamente a todas y cada una de las personas implicadas en su desarrollo y que servirá además como mecanismo de mejora permanente.

Queremos dejar atrás los planes que se aprobaban siendo conscientes de que no se podían aplicar en su totalidad y que en consecuencia quedaban relegados a documentos meramente inspiradores, a la vez que el trabajo cotidiano de los servicios discurría por caminos diferentes. La Estrategía Joven 2030 está diseñada para cumplirse en su totalidad.



Dinámica y adaptable al cambio de la realidad juvenil

La realidad sobre la que intervenimos es cambiante. La situación creada tras la pandemia del COVID 19 da buena muestra de ello. Por tanto es indispensable tener capacidad de adaptación a las diferentes situaciones que a lo largo del tiempo se van produciendo, derivadas de cambios políticos, sociales o económicos. Pero de manera muy especial debemos tener capacidad para adecuarnos a las nuevas situaciones y demandas de los jóvenes, con los que pretendemos tener una estrecha interacción. No podemos esperar cuatro o cinco años a modificar una política global de juventud, pues en ese lapso de tiempo la situación de los jóvenes puede haber cambiado sustancialmente.



Rigurosa

Con la Estrategía Joven 2030 aspiramos a poder evaluar nuestra intervención con toda fiabilidad. Conociendo de manera precisa y pormenorizada

nuestro impacto real. A partir de la Digitalización de nuestros procedimientos, que se iniciarán con la inscripción *On Line* de todos nuestros usuarios en las actividades y servicios que promovemos, de esta manera, y con el despliegue de una aplicación de gestión, resultado del proceso de Digitalización en el que estamos inmersos, podremos contar con Cuadros de Mando que nos permitirán, además de unas evaluaciones rigurosas, poder tomar decisiones sobre la marcha de los proyectos en tiempo real.

Experimental y de avance en el codiseño

Con la Estrategia Joven 2030 apostamos por mejorar la comunicación, ponernos a la altura de los tiempos con la digitalización, de tal suerte que nos faciliten una relación más estrecha con nuestros públicos y nos posibilite una participación más intensa de los usuarios, que es el objetivo final.

Mas el camino emprendido para digitalizarnos y comunicarnos mejor, si bien nos abre muchas posi-

bilidades, también nos genera muchas incertidumbres que habrá que ir resolviendo para avanzar en un objetivo todavía más ambicioso: el codiseño de nuestros proyectos y servicios. Lo que convierte a la Estrategia Joven 2030 en un laboratorio experimental de la política de Juventud.

Nos planteamos el **codiseño**, como un objetivo que está en el horizonte, pero para el que habrá que empezar a trabajar en este momento. Entendemos que el diseño participativo, codiseño, que consiste en incorporar en el proceso de diseño a las personas (usuarios, ciudadanos, entidades colaboradoras) que utilizarán un proyecto o servicio, así como también a todas las personas implicadas en él. El codiseño incluye tanto el planteamiento filosófico sobre el diseño, como la incorporación de un conjunto de métodos y actividades en el proceso de diseño. Si todas las personas implicadas en un proyecto participan en el proceso de diseño, este responderá a sus necesidades y será más útil y usable.

Al final con la Estrategia Joven 2030 pretendemos que sirva para crear las condiciones objetivas para poder innovar en las políticas de Juventud.



Abarcable y entendible

Como ya señalamos las planificaciones estratégicas casi siempre, exceptuando el proceso participativo que se produce en la fase inicial, quedan en el ámbito político y técnico exclusivamente. Con la Estrategia Joven 2030 pretendemos que los y las jóvenes a las que va destinada la conozcan, abarquen y entiendan, como condición imprescindible para hacerla suya.

Creemos que con la participación activa y concreta de las y los jóvenes en nuestras actividades, que les permita experimentar que sus opiniones cuentan, pueda nacer un interés para influir en el conjunto de las actuaciones que conforman la Estrategia Joven.

Pensamos que la experiencia personal y directa, siempre que sea positiva, es el camino para la participación y la implicación en la globalidad que representa la Estrategia Joven 2030.



En definitiva se trata de desarrollar una labor pedagógica consistente en transmitir que nuestros proyectos solo tienen sentido si las personas jóvenes de la ciudad son parte activa y que son ellos los que pueden conseguir, junto con otros como ellos, que muchas de sus aspiraciones se hagan realidad.



OBJETIVOS DE LA ESTRATEGIA JOVEN



Objetivos Generales

- **OBJGEN1:** Favorecer el desarrollo personal de los y las jóvenes
- **OBJGEN2:** Contribuir a la emancipación de las personas jóvenes



Objetivos Generales transversales

- **OBJGENTRANS1:** Empoderar a los jóvenes a través de la puesta en marcha de procesos participativos mantenidos en el tiempo
- **OBJGENTRANS2:** Avanzar en la transversalidad dentro del Ayuntamiento y con otras instituciones



Objetivos estratégicos

- **OBJGEN1:** Favorecer el desarrollo personal de los y las jóvenes
 - OBJEST1:** Crear hábitos culturales entre la población joven
 - OBJEST2:** Desarrollar proyectos de creación artística y cultural joven
 - OBJEST3:** Difundir la obra artística y cultural joven
 - OBJEST4:** Promover el ocio saludable y prevenir frente a consumos y comportamientos de riesgo
 - OBJEST5:** Informar y asesorar a los y las jóvenes para que amplíen oportunidades disponibles y fomenten su autonomía y su capacidad de pensar y actuar por sí mismos

OBJEST6: Fomentar la práctica deportiva basada en valores y orientada a la salud

OBJEST7: Promover la participación asociativa e informal de las personas jóvenes

OBJEST8: Promover la participación de las personas jóvenes en programas de movilidad internacional

OBJGEN2: Contribuir a la emancipación de las personas jóvenes

OBJEST9: Mejorar la empleabilidad de las personas jóvenes

OBJEST10: Favorecer el acceso a la vivienda a las personas jóvenes





ACTUACIONES PRINCIPALES DE LA ESTRATEGIA JOVEN



OBJEST1: Crear hábitos culturales entre la población joven

Las actuaciones principales son:

Código actuación	Denominación y breve descripción de la actuación
OBJEST1-1	<p>Rompepuertas</p> <p>Es un proyecto para la participación de jóvenes en los Museos municipales organizado desde el Servicio de Cultura a través de Zaragoza Museos y el Servicio de Juventud del Ayuntamiento de Zaragoza donde 16 jóvenes entre 16 y 21 años forman un equipo en los Museos para generar proyectos culturales y artísticos con el objetivo de atraer a jóvenes a los mismos.</p>
OBJEST1-2	<p>Cambia el Museo</p> <p>Es un concurso juvenil en Instagram donde se versionan una selección de cuadros, imágenes y piezas de los Museos de Zaragoza.</p> <p>Organizado por el Ayuntamiento de Zaragoza a través de los Servicios de Cultura y Juventud busca fomentar el acceso a la cultura mediante el uso de las redes sociales y la promoción del arte a través de los formatos digitales.</p> <p>El objetivo es generar un espacio de creación para jóvenes artistas en las redes sociales, creando lazos entre las tendencias creativas actuales y el patrimonio recogido en los Museos.</p> <p>El concurso cuenta con la participación de los museos municipales de la Ruta de Caesaraugusta y Pablo Gargallo, y los Museos Goya-Colección Ibercaja, CaixaForum Zaragoza y EMOZ, que colaboran en esta iniciativa.</p>
OBJEST1-3	<p>Escape Book</p> <p>Juego de pistas (inspirado en los Escapes Rooms) que de manera atractiva y premiada invita a los jóvenes entre 16 y 30 años a hacer un recorrido por las principales librerías y bibliotecas de la ciudad.</p>



OBJEST2: Desarrollar proyectos de creación artística y cultural joven

Las actuaciones principales son:

Código actuación	Denominación y breve descripción de la actuación
OBJEST2-1	<p>LaYouth Dance Project</p> <p>Creación de un grupo de danza creativa formado por un máximo de 20 jóvenes de 17 a 24 años, que puedan formar parte de un proceso de formación, creación artística, y exhibición de los espectáculos de danza que se generen.</p>
OBJEST2-2	<p>4 Artes</p> <p>Concurso organizado por el Servicio de Juventud en el que se entregan premios valorados en más de 2000 €.</p> <p>Disciplinas en las que se puede concursar: Pintura, Literatura, Danza y Fotografía.</p>
OBJEST2-3	<p>Artistas INFO JOVEN</p> <p>Convocatorias para adquirir material gráfico con el que ilustrar nuestras publicaciones. En estas convocatorias participan jóvenes de 14 a 30 años, que viven o estudian en la ciudad de Zaragoza. Se premian textos, se adquieren portadas, dibujos y fotografías con las que ilustrar la página web, así como cualquier otra publicación, digital o en papel, del Servicio de Juventud.</p>
OBJEST2-4	<p>Rasmia. Festival de Poesía Joven de Zaragoza</p> <p>Busca dar a conocer la poesía como canal de expresión y reivindicación de la población joven de Zaragoza, fomentar la creatividad juvenil a través de la poesía y visibilizar el talento literario de los y las jóvenes poetas de nuestra ciudad, así como permitir el contacto directo de la ciudadanía con la poesía joven de la ciudad mediante su irrupción en espacios populares de la misma.</p>

OBJEST2-5	Experimenta Teatro Creación de un grupo de teatro formado por jóvenes entre 18 y 25 años. Este proyecto pretende dotar de un mayor recorrido a los jóvenes que han participado en la Muestra de Teatro Joven, si bien está abierto a cualquier joven de la ciudad. Proporciona una experiencia artística completa a los jóvenes integrantes del grupo, incidiendo en la calidad a través de la formación específica y los medios profesionales (tanto en la preparación como en la exhibición). Asimismo pretende acercar a los jóvenes al teatro con la producción de obras que aborden temas de su interés.
OBJEST2-6	Concurso 2' de Cine Concurso audiovisual de carácter anual. Su propósito es fomentar las habilidades artísticas y la creatividad de los jóvenes en el ámbito audiovisual y fomentar un uso positivo, creativo y alternativo de las nuevas tecnologías.
OBJEST2-7	Grafiti Joven Ferial Zone Convocatoria abierta a artistas jóvenes de Zaragoza para participar en una intervención artística colectiva en los armarios de electricidad situados en el recinto ferial de Valdespartera.

OBJEST3: Difundir la obra artística y cultural joven

Las actuaciones principales son:

Código actuación	Denominación y breve descripción de la actuación
OBJEST3-1	<p>Muestra de Teatro Joven</p> <p>La Muestra de Teatro, es el resultado de las actividades de teatro realizadas a lo largo del curso escolar por diferentes grupos de jóvenes provenientes de los proyectos Banco de Actividades para Jóvenes, Zona Joven y otros centros educativos de la ciudad. Esta muestra se desarrolla a lo largo de los meses de mayo y junio en diferentes centros cívicos de la ciudad.</p>
OBJEST3-2	<p>Demuestra Danza</p> <p>La Muestra de Danza, es el resultado de las actividades de baile realizadas a lo largo del curso escolar por diferentes grupos de jóvenes provenientes de los proyectos Banco de Actividades para Jóvenes, Zona Joven y otros centros educativos de la ciudad. Esta muestra se desarrolla en el mes de mayo en el Teatro Principal.</p>
OBJEST3-3	<p>Popyrock</p> <p>Concurso de música de carácter anual, que viene realizándose de forma ininterrumpida desde el año 2006, siendo su principal objetivo el de proporcionar a los jóvenes músicos un impulso en su trayectoria musical y un espacio para dar a conocer sus propias composiciones.</p>

 **OBJEST4: Promover el ocio saludable y prevenir frente a consumos y comportamientos de riesgo**

Las actuaciones principales son:

Código actuación	Denominación y breve descripción de la actuación
OBJEST4-1	<p>ZONA JOVEN (RED MUNICIPAL DE ESPACIOS JÓVENES) ZONA JOVEN es el programa que ofrece en los diferentes barrios de la ciudad espacios para el ocio creativo y saludable de los y las jóvenes. Contamos con 28 espacios en la ciudad. La misión de ZONA JOVEN es que, a través de las actividades en estos espacios públicos, los adolescentes y jóvenes vivan experiencias significativas para su desarrollo integral como personas.</p> <p>Los centros que integran ZONA JOVEN desarrollarán una programación de servicios y actividades segmentada por edades, centrada en la atención emocional, la prevención de conductas de riesgo, la escucha activa y la convivencia en grupo a través de actividades diversas de tiempo libre en las edades de la adolescencia. En edades más avanzadas cobra especial relieve la formación y la producción cultural y artística. El Servicio de Juventud va a prestar especial atención a impulsar procesos participativos de calidad en los proyectos de ZONA JOVEN.</p>
OBJEST4-2	<p>Solidarizar El Proyecto SOLIDARIZAR promueve entre los jóvenes los Objetivos de Desarrollo Sostenible incidiendo en la educación ambiental, el consumo responsable y la cultura de la paz y la solidaridad. Cada año programa distintas campañas y acciones educativas, organiza en colaboración con la FAS una feria juvenil de la solidaridad y convoca los premios al Desarrollo Sostenible que reconoce las mejores acciones educativas vinculadas a los ODS. Es un proyecto impulsado desde las Zonas Joven.</p>

<p>OBJEST4-3</p>	<p>Igualarte</p> <p>El proyecto YGUALARTE, impulsado por las Zonas Joven, tiene como objetivos promover la igualdad de género a través de la coeducación y prevenir las violencias machistas entre adolescentes y jóvenes. Anualmente se organiza un encuentro artístico que muestra los trabajos de los centros en materia de igualdad y distintas iniciativas y acciones educativas.</p>
<p>OBJEST4-4</p>	<p>Noche Insomne</p> <p>Tras varias ediciones en la sala multiusos del Auditorio se consolidó como el evento sobre juegos de mesa más importante de Aragón y ocupa un lugar relevante a nivel nacional. Se programa con la finalidad de promover los juegos alternativos de mesa y sociales. Con alternativos nos estamos refiriendo a todos aquellos juegos europeos que comienzan a llegar a España en la década de los noventa y van popularizándose en la década pasada. Son juegos no tan basados en el azar y en los números, que es lo que hasta el momento venían siendo lo habitual en el juego de mesa y social español y norteamericano (MB, Mat-tel, etc.), sino en la gestión de recursos, la estrategia y la negociación, valores que a nuestro juicio fomentan mucho más la interacción y la socialización.</p>
<p>OBJEST4-5</p>	<p>Retro Zaragoza</p> <p>Se trata de un evento que gira entorno al ocio de los años 80 y 90. Además de la retroinformática, que es uno de los ejes fundamentales del evento con la asistencia de numerosos colectivos de la escena dentro del panorama nacional, también se realizan charlas con varios referentes nacionales, proyecciones,... Otra zona importante será la parte comercial, donde se reunirá tiendas especializadas procedentes de diferentes puntos, realización de talleres especializados o un espacio donde se podrá visitar una exposición de juguetes de la época (Playmobil, Lego, Masters del Universo, Barbies, Juegos de Mesa,...). Por último, Videojuegos x Alimentos son el gran protagonista, donde se intercambiarán kilos de comida no perecedera por videojuegos antiguos y diferentes materiales de merchandising.</p>

<p>OBJEST4-6</p>	<p>Clubs Gamer Zaragoza cuenta con los dos únicos clubs de eSports municipales existentes hasta el momento en España: El Club Cierzo (Zona Joven Delicias) y el Club Augua (Zona Joven Las Fuentes). En estos clubs se forma a los y las jóvenes para practicar el juego saludable buscando el rendimiento deportivo pero también el espíritu de equipo y la cooperación.</p>
<p>OBJEST4-7</p>	<p>Batukada Joven El grupo de batukada de Zaragoza Joven, GOZA BATUQUE, nació de las actividades del PILAR JOVEN, como actividad participativa abierta a cuantas personas jóvenes quieren participar en un grupo de percusión. Es un grupo abierto, animado por las Zonas Joven bajo la dirección del percusionista Pablo Ballesteros. Se dirige a jóvenes entre 16 y 35 años de edad. Ha participado en las 3 últimas ediciones del pregón de fiestas y en numerosos eventos juveniles. Ensaya todos los miércoles del curso escolar en la Casa del Circo (Benjamín Frankin, 5).</p>
<p>OBJEST4-8</p>	<p>Musical Joven Nacido de las actividades del PILAR JOVEN, el proyecto MUSICAL JOVEN permite seleccionar cada año a través de un casting público a jóvenes músicos, cantantes, bailarines, que bajo la dirección de un equipo artística produce y estrena una comedia musical. El proyecto está vinculado a la Zona Joven OLIVER y a la Factoría Artística para jóvenes EL TÚNEL.</p>
<p>OBJEST4-9</p>	<p>Zgamer ZGAMER es el mayor evento de Aragón que gira en torno al juego digital y eSports. Se organiza cada año dentro de las actividades del PILAR JOVEN en la sala multiusos del Auditorio de Zaragoza. ZGAMER ofrece distintas arenas de juego, novedades en juego digital y VR, stands comerciales, desafíos y sorteos, zona arcade y actividades con algunos de los más reconocidos streamers del sector a nivel nacional.</p>

OBJEST4-10**ZONA JOVEN ESPACIOS ESCOLARES DE EDUCACIÓN ESPECIAL**

Zona Joven de Espacios Escolares en Centros Públicos de Educación Especial tiene un enfoque de carácter terapéutico y socializador. Su finalidad es convertirse en una alternativa educativa para el ocio y el tiempo libre y la inclusión social de los niños y jóvenes con necesidades educativas especiales escolarizados en centros de Educación Especial y potenciar sus hábitos de participación y utilización de los recursos socioeducativos de su entorno. Está implantado en 4 centros de la ciudad.

OBJEST4-11**ZONA JOVEN ESPACIOS ESCOLARES DE SECUNDARIA**

Actualmente el Servicio de Juventud desarrolla intervenciones de ocio educativo con jóvenes en 34 Institutos de Enseñanza Secundaria (IES) de Zaragoza y en la Enseñanza Secundaria Obligatoria de los 5 Colegios Públicos Integrados que han completado este nivel educativo. En los próximos años el Servicio de Juventud propone extender el PIEE a la totalidad de centros públicos de educación secundaria de la ciudad. Estas actuaciones se desarrollan mediante contratos de prestación de servicios a través del Programa de Integración de Espacios Escolares (PIEE).

El programa contempla los siguientes objetivos:

- Contribuir, en colaboración con el profesorado del centro, al desarrollo de las actividades escolares complementarias del instituto.
- Promover el conocimiento y la utilización de los recursos para jóvenes del Ayuntamiento de Zaragoza.
- Reforzar los objetivos educativos del centro con actividades de ocio educativo en el tiempo libre.

OBJEST4-12

El Túnel, Factoría Artística Juvenil

EL TÚNEL es un espacio de producción y formación artística, de divulgación y de encuentro y cooperación dirigido a los y las jóvenes con inquietudes artísticas y a toda la población juvenil de la ciudad. El Servicio de Juventud pretende en los próximos años a través de EL TÚNEL conformar un espacio creativo de segundo nivel que ayude a consolidar las capacidades de creación y producción artística de los y las jóvenes a través de su formación especializada y de unos recursos y de un asesoramiento que les permita mejorar la calidad de sus proyectos creativos. Al propio tiempo queremos que EL TÚNEL sea un escaparate de toda la cultura joven que se produce en nuestra ciudad y un espacio cultural de encuentro participativo que los/as jóvenes hagan suyo.

OBJEST4-13

Plan de Equipamientos Juveniles

El objetivo del PLAN DE EQUIPAMIENTOS JUVENILES de la ciudad Zaragoza es proyectar a medio y largo plazo las infraestructuras y equipamientos que necesitarán los y las jóvenes en los próximos años. Partiendo de la actual red de espacios se trata de analizar y planificar las necesidades futuras barrio a barrio: cuáles son los equipamientos necesarios, qué características deben tener y cómo deberán ser gestionados, qué espacios va a ser necesario construir y cuáles renovar. El PLAN DE EQUIPAMIENTOS JUVENILES se concretará en un Plan de Inversiones para un plazo de 10 años, que deberá estar listo en 2024.

OBJEST4-14

12 Lunas

Es un conjunto de experiencias de ocio, divulgación, y prevención dirigidas a los y las jóvenes de Zaragoza. Se ofrece la posibilidad de participar en actividades totalmente gratuitas, que trabajan aspectos como el encuentro y la relación con otros y otras jóvenes. Dentro de un programa muy variado donde encontrar diferentes alternativas de ocio: talleres, cocina, viajes, cine, teatro y deporte.

12 Lunas consta de tres ediciones: primavera, verano y otoño. Las actividades están dirigidas a jóvenes entre 14 y 30 años.

Todas las Actividades 12 Lunas son gratuitas y accesibles y tienen un marcado carácter de ocio alternativo a las conductas de riesgo.

Las principales novedades han sido la implantación de un ticket virtual y la aplicación de un sistema de gamificación.

OBJEST4-15**Banco de Actividades**

El Banco de Actividades para Jóvenes es un catálogo abierto de cursos, y actividades de ocio educativo, culturales, deportivas, de desarrollo personal y grupal, especialmente diseñadas para ser utilizadas, en horario extraescolar, por grupos de jóvenes de 12 a 30 años, de Zaragoza.

Con este proyecto el Ayuntamiento de Zaragoza pretende favorecer la iniciación a la práctica de ocio educativo, cultural y deportiva de los jóvenes de Zaragoza en su tiempo libre. Las actividades que componen la oferta del Banco son diseñadas y realizadas por profesionales, asociaciones y entidades culturales de la ciudad y abarcan campos de interés muy diversos (artes escénicas, artes plásticas y manualidades, creación literaria, deporte, gastronomía, ciencia y tecnología, medioambiente y naturaleza, música, desarrollo personal y de grupos, etc.)

Las actividades del Banco pueden ser solicitadas por asociaciones juveniles, centros de enseñanza, Zona Joven, agrupaciones, clubes deportivos y cualquier otra entidad siempre que soliciten una actividad organizada para jóvenes entre 12 y 30 años; también pueden ser solicitadas por grupos de jóvenes que dispongan de la infraestructura mínima requerida para la actividad que quieran solicitar.

OBJEST4-16**Zaragoza 16**

Z16 es un programa del Servicio de Juventud del Ayuntamiento de Zaragoza que permite participar de forma gratuita en cientos de actividades culturales, de ocio o deportivas divididas en 16 categorías (conciertos, exposiciones, eventos deportivos, talleres, etc.). Para ello se ha desarrollado una App para dispositivos móviles que permite tanto la adhesión al programa como la gestión de la participación.

El servicio va dirigido a jóvenes que cumplen 16 años entre el 1 de Enero y el 31 de Diciembre del año en que se ofrece el mismo, y que estén empadronados en la ciudad. También va dirigido a los jóvenes que cumplen 16 años entre el 1 de enero y el 31 de diciembre del año en que se ofrece el mismo y que cursan estudios en un Centro Educativo de Zaragoza Capital, aunque no estén empadronados en Zaragoza.

 **OBJEST5: Informar y asesorar a los y las jóvenes para que amplíen oportunidades disponibles y fomenten su autonomía y su capacidad de pensar y actuar por sí mismos**

Las actuaciones principales son:

Código actuación	Denominación y breve descripción de la actuación
<p>OBJEST5-1</p>	<p>Bases de Datos Info Joven</p> <p>El trabajo de Documentación comprende tareas relacionadas con la gestión de información en bases de datos y la elaboración de selecciones/artículos informativos.</p> <p>Las bases de datos son la herramienta con la que la oficina de información juvenil, recoge, organiza y posteriormente difunde, mediante distintos canales, la información. Nos permiten tener actualizada a tiempo real la información necesaria para elaborar los documentos informativos que se difunden en Info Joven, entre otros: las publicaciones digitales y en papel y las publicaciones en redes sociales.</p> <p>En la actualidad se trabaja con las siguientes bases de datos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bases de datos de Anuncios (clases particulares, compra-venta, empleo, gente, intercambio, prácticas, voluntariado y varios). • Base de datos de Noticias y Convocatorias (incluye noticias de actualidad y convocatorias de becas, premios, subvenciones). • Base de datos de Agenda de Actividades juveniles que se realizan en Zaragoza. • Bases de datos de Alojamiento (esta base se gestiona desde la Unidad de Vivienda Joven). <p>Cualquier entidad o persona interesada puede colaborar con Info Joven insertando en las bases de datos sus actividades, noticias, anuncios y convocatorias.</p>

OBJEST5-1

Se renovarán las bases de datos para que permitan gestionar contenidos textuales y audiovisuales y ofrecerlos de forma directa e instantánea y se mejorará el intercambio de información entre personas jóvenes, entidades juveniles e Info Joven.

Elaboración y publicación de artículos en los que de forma monográfica se trata un tema de interés para las personas jóvenes de Zaragoza, abordado desde todos sus aspectos posibles: servicios, recursos, actividades, direcciones etc. Según su contenido se clasifican en catorce grandes bloques temáticos. Son un recurso informativo muy útil para dar respuesta a cuestiones que nos plantean nuestros usuarios/as. Se difunden a través de los diferentes canales de Info Joven

OBJEST5-2**Atención al público**

Servicio de atención personal a los jóvenes: presencial, por teléfono, whatsapp y por correo electrónico.

Realización de visitas didácticas concertadas con los centros educativos, sociolaborales, asociaciones, etc. de Zaragoza, donde se explican los recursos y servicios, de Info Joven así como el resto de recursos y proyectos del Servicio de Juventud.

El servicio de información directa consiste en la atención directa a la población joven, sin cita previa, de las cuestiones que ellos/as plantean, siendo atendidos por el personal del Servicio de Juventud, especialista en información juvenil.

Renovación de la oficina de información juvenil para ofrecer un espacio de fácil acceso, atractivo y visible para la gente joven.

OBJEST5-3

Asesorías para jóvenes

Las Asesorías para jóvenes orientan, aconsejan y ayudan a tomar decisiones. Es un servicio gratuito, atendido por especialistas y dirigido a jóvenes de 14 a 30 años, previa petición de hora. Actualmente se gestionan cuatro asesorías: jurídica, sexológica, psicológica, y de estudios. Se seguirá reforzando el apoyo personalizado y anónimo a los jóvenes.

Las asesorías colaboran en la creación de contenido, elaboración de artículos especializados en sus ámbitos temáticos, realización de charlas y talleres monográficos sobre un tema de interés para los y las jóvenes y en el programa formativo del proyecto Antenas Informativas.

OBJEST5-4

Publicaciones, web y redes sociales

Info Joven elabora de forma periódica diferentes publicaciones. Algunas de ellas en papel y otras en formato digital. La finalidad de todas ellas es acercar de diferentes formas, información relevante y de interés para los jóvenes. Todas las guías y publicaciones, así como las selecciones o artículos informativos se difunden a través de la sección Info Joven ubicada en la web Zaragoza Joven.

Desde la web se puede acceder además a las bases de datos de noticias, convocatorias, anuncios y agenda, que están permanentemente actualizadas. Asimismo se difunde el resto de proyectos y servicios que se gestionan desde Info Joven, como las Antenas Informativas, Asesorías o Eurodesk entre otros. En las redes sociales de Zaragoza Joven se difunde la información que gestiona la oficina de información juvenil.

<p>OBJEST5-5</p>	<p>Encuentros y eventos de información juvenil</p> <p>Desde Info Joven se organizan de forma periódica encuentros sobre puntos de interés para la población joven. Se fortalecerán estas jornadas informativas en las que las entidades, instituciones y empresas que lo desean muestran sus recursos para los/as jóvenes.</p> <p>Info Joven acerca la información a la población joven participando en ferias y eventos juveniles, con el objeto de ampliar las posibilidades informativas de los jóvenes.</p> <p>Se incentiva la participación de personas jóvenes en las publicaciones de Info Joven a través de concursos. Asimismo los jóvenes que son antenas informativas colaboran en otras actividades e iniciativas participativas del Servicio de Juventud.</p>
<p>OBJEST5-6</p>	<p>Antenas informativas</p> <p>Proyecto participativo con las instituciones educativas, Universidad y entidades juveniles de la ciudad. Las Antenas Informativas son jóvenes que colaboran con Info Joven para facilitar el acceso a la información y servicios de interés juvenil a otros jóvenes de Zaragoza. Este proyecto se desarrolla a través de una convocatoria temporalizada en el curso escolar, en la que pueden participar jóvenes de 16 a 25 años. Los jóvenes seleccionados realizan un programa formativo a lo largo del curso escolar y reciben una beca.</p>
<p>OBJEST5-7</p>	<p>Europa y extranjero</p> <p>Info Joven pertenece a la Eurodesk, red europea colaborativa que ofrece un servicio de información y orientación a los jóvenes. A través de Eurodesk se difunden las oportunidades sobre movilidad europea para el aprendizaje, se promocionan contenidos informativos de interés juvenil y se resuelven consultas individuales que los jóvenes plantean. Se reforzará y actualizará la participación de Info Joven en la Red Eurodesk.</p> <p>Se avanzará en la participación de Info Joven en otros proyectos europeos e internacionales que generen oportunidades de movilidad para los jóvenes.</p>



OBJEST6: Fomentar la práctica deportiva basada en valores y orientada a la salud

Las actuaciones principales son:

Código actuación	Denominación y breve descripción de la actuación
OBJEST6-1	<p>Carrera Sin Humo Es una propuesta para que los centros educativos puedan sensibilizar sobre la importancia de prevenir el consumo de tabaco a través de la promoción de actividad física.</p> <p>Se lleva a cabo desde el CMAPA y el Servicio de Juventud (se encarga de las actividades deportivas y culturales que se programan de forma paralela a la carrera), en colaboración institucional con la Dirección General de Salud Pública del Gobierno de Aragón, Unizar Saludable de la Universidad de Zaragoza y ELKSPORT.</p>
OBJEST6-2	<p>Liga Joven Competición deportiva para usuarios/as de Zona Joven o vinculados/as a los mismos, que comprende varias disciplinas: fútbol sala, baloncesto, voleibol, tenis de mesa y judder y las categorías de infantil, cadete, juvenil y senior</p>
OBJEST6-3	<p>Actividades deportivas. 12 Lunas Dentro del Programa 12 Lunas, que es un proyecto de ocio alternativo, se ofertan actividades deportivas diferentes: (piragüismo, pilates, excursiones a la naturaleza, etc.). Se trata de mostrar las posibilidades de un ocio diferente y saludable. Se produce la oferta en la tres ediciones del programa de 12 lunas: primavera, verano y otoño.</p>

OBJEST7: Promover la participación asociativa e informal de las personas jóvenes

Las actuaciones principales son:

Código actuación	Denominación y breve descripción de la actuación
OBJEST7-1	<p>Subvenciones a Asociaciones para el desarrollo de iniciativas juveniles</p> <p>Se trata de subvencionar proyectos dirigidos a jóvenes entre 12 y 30 años (35 años en el caso de jóvenes con discapacidad) propuestos por asociaciones y entidades sin ánimo de lucro en régimen de concurrencia competitiva (art. 14.2 de la Ley de Subvenciones de Aragón).</p>
OBJEST7-2	<p>Colaboración entre el Servicio de Juventud y el Consejo de Juventud de Zaragoza</p> <p>Se trata, a través de la firma de un convenio de colaboración municipal con el Consejo de la Juventud, realizar una serie de proyectos para la promoción del asociacionismo juvenil en la ciudad de Zaragoza, muy especialmente de las que forman parte del propio Consejo de la Juventud de Zaragoza, con el fin último de impulsar la participación libre y eficaz de los y las jóvenes en el desarrollo social, cultural, económico y político de la ciudad, reconociendo al Consejo de la Juventud de Zaragoza como interlocutor del asociacionismo juvenil, de manera que sea un eficaz colaborador en el desarrollo de la política de juventud en Zaragoza.</p>
OBJEST7-3	<p>Centro de Préstamo</p> <p>El Centro de Préstamo es un proyecto del Consejo de la Juventud de Zaragoza promovido por el Ayuntamiento de Zaragoza mediante la cesión del espacio y la firma de un convenio anual de colaboración.</p> <p>Tiene como finalidad apoyar actuaciones de carácter juvenil a través del préstamo de material diverso de forma gratuita.</p> <p>Facilita y apoya, mediante el préstamo de material, la realización de actividades socioculturales y asociativas en general.</p>

OBJEST7-4	<p>Centro de Servicios</p> <p>El Centro de Servicios para asociaciones juveniles es un proyecto del Consejo de la Juventud de Zaragoza promovido por el Ayuntamiento de Zaragoza mediante la cesión del espacio y la firma de un convenio anual de colaboración.</p> <p>Es un lugar de encuentro para entidades juveniles donde compartir diferentes recursos: espacio, materiales y equipos... en definitiva un lugar para poder dar forma a esas ideas que puedan desarrollar los colectivos juveniles.</p>
OBJEST7-5	<p>El Paraguas</p> <p>Es un programa de apoyo a iniciativas colectivas de jóvenes de entre 14 y 30 años, que residan habitualmente en la ciudad de Zaragoza, sin importar que tengan personalidad jurídica. Lo importante es que puedan encontrar un cauce y una ayuda para el desarrollo de sus ideas e iniciativas.</p>
OBJEST7-6	<p>Consejo de Infancia y Adolescencia de Zaragoza</p> <p>Un órgano con dos cámaras, una infantil y otra juvenil que se nutre de una zonificación de ciudad por juntas municipales. A partir de los recursos municipales: Centros de Tiempo Libre y Zona Joven.</p> <p>Se ha aprobado un reglamento que regula el funcionamiento de dicho Consejo y que se incluye en la reglamentación municipal.</p>

 **OBJEST8: Promover la participación de las personas jóvenes en programas de movilidad internacional**

La actuación principal es:

Código actuación	Denominación y breve descripción de la actuación
OBJEST8-1	<p>Asesoría de movilidad internacional</p> <p>Las funciones son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Orientar y asesorar a los jóvenes de la ciudad en recursos y proyectos para el empleo y el emprendimiento. • Y Asesorar sobre oportunidades de movilidad a nivel europeo.

 **OBJEST9: Mejorar la empleabilidad de las personas jóvenes**

La actuación principal es:

Código actuación	Denominación y breve descripción de la actuación
OBJEST9-1	<p>Empleo joven</p> <p>Actuación para:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Orientar y asesorar a los jóvenes de la ciudad en recursos y proyectos para el empleo y el emprendimiento. • Informar sobre prácticas profesionales en el entorno de Zaragoza. <p>Los servicios que se ofrecen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Información sobre recursos para el empleo y el emprendimiento (webs de empleo especializadas, redes sociales y recursos). • Coordinación con agentes sociales e institucionales para mejorar las oportunidades de empleo en nuestra ciudad

 **OBJEST10: Favorecer el acceso a la vivienda a las personas jóvenes**

Las actuaciones principales son:

Código actuación	Denominación y breve descripción de la actuación
OBJEST10-1	<p>Ayuda a la emancipación joven</p> <p>El objeto de esta ayuda es facilitar la emancipación de las personas jóvenes en la ciudad de Zaragoza mediante una aportación económica que les ayude a realizar dicho proceso</p> <p>Finalidades de esta convocatoria:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Apoyar a la juventud en su proceso de emancipación e incorporación al mundo adulto. • Promover, entre la población joven (menor o igual a 30 años), el acceso a una vivienda en régimen de alquiler en todas las zonas de la ciudad de Zaragoza • Impulsar la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres a través de la emancipación. <p>El presupuesto de la convocatoria de subvenciones asciende a 1.052.950 euros.</p>

<p>OBJEST10-2</p>	<p>Bolsa de Vivienda Joven</p> <p>La Bolsa de Vivienda Joven es un servicio gratuito de intermediación entre jóvenes y propietarios para el alquiler de viviendas con garantías para ambas partes.</p> <p>Para Propietarios/as</p> <p>Ofrecemos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Búsqueda de inquilinos/as jóvenes para tu vivienda • Redacción del contrato de alquiler • Gestión de fianza en Instituto de Vivienda Aragón • Seguimiento del alquiler • Asesoramiento jurídico gratuito <p>Para Jóvenes</p> <p>Ofrecemos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Información y orientación en la búsqueda de vivienda - Bolsa de pisos en alquiler - Asesoramiento legal gratuito sobre arrendamientos, compras e hipotecas - Talleres sobre vivienda
<p>OBJEST10-3</p>	<p>Viviendas compartidas</p> <p>Pretendemos facilitar el acceso a vivienda en alquiler de forma temporal, en un escenario de colaboración, cooperación, responsabilidad y respeto común entre las compañeras y compañeros de piso y con un carácter eminentemente temporal.</p> <p>Este proyecto está diseñado para la población joven sin personas a su cargo, con edades comprendidas entre los 18 y 30 años a la fecha de presentación de la solicitud, que quiera compartir vivienda y que se comprometa a colaborar en las posibles actividades del programa.</p>



EVALUA- CIÓN DE LA ESTRA- TEGIA JO- VEN 2030

- Calendario de evaluación
- Niveles de evaluación
- Ficha de Actuación. Digitalización
- Indicadores comunes
- Indicadores específicos
- Cuadro de Parámetros principales, indicadores comunes y categorías
- Ficha de actuación

Las políticas públicas hay que evaluarlas. La evaluación de una planificación estratégica tiene que ser fiable y rigurosa. Las actuaciones que se desplieguen a consecuencia de la aprobación de esta Estrategia Joven 2030 se tienen que medir. Estos son principios incontrovertibles. Por tanto vamos hacer un serio esfuerzo por aplicarnos a la tarea con toda determinación.

La Digitalización del funcionamiento del Servicio de Juventud va a constituir una base fundamental para la evaluación de la Estrategia Joven 2030, que contemplará dos tipos de evaluación: la Evaluación **Anual** y la Evaluación **Estratégica** que se realizará cada cuatro años.

Efectivamente se realizará una evaluación del periodo anual y otra, la estratégica, cada cuatro años. A tres niveles: **nivel global**, a saber, la evaluación de conjunto de la Estrategia Joven 2030, **nivel de objetivo estratégico** y finalmente **nivel de actuación**.

La recogida de datos en cada una de las actuaciones estará automatizada en el momento en que finalice la implementación de la Aplicación informática resultado del proceso de Digitalización que ya hemos iniciado. Esta implementación se completará en un periodo estimado de una año y medio. Hasta ese momento la recogida de datos será manual y consistirá en consignarlos en la **Ficha de Actuación**, en la Parte Ejecutiva (Ver Ficha de Actuación Parte Ejecutiva).

En primer lugar se medirá la contribución de la Estrategia Joven 2030 a la consecución de los Objetivos Estratégicos de la Agenda Urbana de Zaragoza. A dos niveles: número de actuaciones desarrolladas por la Estrategia Joven 2030 que contribuyen a alcanzar los Objetivos Estratégicos de la Agenda Urbana de Zaragoza y Presupuesto de la EJ2030 dedicado a la consecución de cada Objetivo Estratégico de la AUZ.

En segundo lugar mediremos el grado de consecución de los Objetivos de la Estrategia Joven 2030. Para este fin estableceremos indicadores comunes para realizar la evaluación global de la EJ2030 y de cada uno de los diez Objetivos estratégicos. Tam-

bién se establecerán esos indicadores comunes para el nivel de Actuación que se complementarán con indicadores específicos para facilitar la evaluación de cada una de ellas.



CUADRO DE PARÁMETROS PRINCIPALES, INDICADORES COMUNES

PARÁMETRO	INDICADOR COMÚN	OBSERVACIONES
CONTRIBUCIÓN A AGENDA URBANA	Indicadores de proceso	
Contribución a la consecución objetivos Agenda Urbana de Zaragoza (AUZ).	<ol style="list-style-type: none"> Número de actuaciones de la EJ2030 que trabajan para cada Objetivo Estratégico de la AUZ. Presupuesto por Objetivo Estratégico de AUZ. 	
OBJETIVOS GRALES. TRANSVERSALES	Indicadores de resultado	
Nivel de participación/ satisfacción de los usuarios/as.	<ul style="list-style-type: none"> Puntuación obtenida (de 1 a 10 puntos) en la participación básica. Puntuación obtenida (de 1 a 10 puntos) en la participación especial. 	<ul style="list-style-type: none"> Ver participación básica. Ver participación especial.

	Indicadores de proceso	
Grado de transversalidad conseguido.	Número de colaboraciones completas establecidas. Número de colaboradores implicados (agentes sociales e institucionales).	<ul style="list-style-type: none"> Colaboración completa: en tres momentos: diseño, ejecución y evaluación del proyecto o servicio.
OBJETIVOS GENERALES / ESTRATÉGICOS / ACTUACIÓN	Indicadores de proceso	
Grado de ejecución de la EJ2030.	Número de Actuaciones finalizadas respecto del número total inicialmente previsto.	
Grado de Ejecución presupuestaria.	Cuantía y porcentaje del presupuesto ejecutado.	Respecto del previsto.
Número y características de los jóvenes participantes en proyectos.	Número por edad, sexo, distrito/centro educativo, nivel de estudios, nacionalidad y diversidad funcional.	<ul style="list-style-type: none"> Definición participantes en proyectos: Personas inscritas en la actividad individualmente o en grupo.
Número y características de los jóvenes usuarios de nuestros servicios.	Número por edad, sexo, distrito/centro educativo, nivel de estudios, nacionalidad y diversidad funcional.	<ul style="list-style-type: none"> Definición usuarios de nuestros servicios: Personas inscritas en la actividad individualmente o en grupo.

COMUNICACIÓN	Indicadores de proceso	
Medio por el cual conocen los participantes la actividad	<ul style="list-style-type: none"> • Por amigos % • Por familia % • Por profesores / monitores / otros % • Por Web Municipal % • Por Redes Sociales % • Por Medios de comunicación % 	
Materiales producidos de difusión	<ul style="list-style-type: none"> • núm. carteles • núm. folletos • núm. vídeos • núm. notas de prensa • núm. materiales merchandising • núm. mupis • núm. vallas • núm. otros 	

LA FICHA DE ACTUACIÓN

Como ya hemos señalado la Ficha de Actuación será la base para la evaluación de la Estrategia Joven 2030, los objetivos estratégicos y las actuaciones en sí (proyectos o servicio). También servirá para la digitalización del funcionamiento del Servicio de Juventud.

La Ficha se compone de tres partes. La primera sirve para identificar la actuación, ver a qué objetivos responde, quién la ejecuta y con quién se colabora. Es aquí donde aparece la previsión de la actuación

en cuanto a actividades, financiación, colaboraciones e hitos más importantes.

En la segunda parte se recogen los datos relativos a la ejecución de la actuación, de tal manera que se pueda disponer de los datos necesarios previstos en los indicadores comunes y específicos de la actuación.

Y en la tercera parte se recogen los datos relativos a la comunicación del proyecto o servicio en cuestión.

PARTE DESCRIPTIVA Y PREVISIÓN			
DESCRIPCIÓN			
Denominación:			
Código de la actuación			
Breve descripción de la acción:			
OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DE AGENDA URBANA de Zaragoza a los que responde	EL OBJETIVO ESTRATÉGICO SOCIAL OE6: fomentar la cohesión social y buscar la equidad	OE 6.04 Transversalidad del enfoque de género.	
		OE 6.05 Desarrollo de políticas y programas que atiendan las necesidades y riesgos específicos de cada etapa del ciclo vital.	
		OE 6.06 Fomento de la interculturalidad.	
		OE 6.07 Transversalidad de las políticas en materia de discapacidad.	
	EL OBJETIVO ESTRATÉGICO OE7. ECONOMÍA: Impulsar y favorecer la Economía Urbana	OE 7.02 Impulso de políticas activas de empleo e inserción laboral: formación profesional y dual, formación de segunda oportunidad, orientación laboral y fomento del emprendimiento y el autoempleo.	
	EL OBJETIVO ESTRATÉGICO OE8. VIVIENDA: Garantizar el acceso a la Vivienda	OE8.01 Incremento de la oferta de vivienda alquiler asequible.	
	EL OBJETIVO ESTRATÉGICO OE10. GOBERNANZA: Mejorar los instrumentos de intervención y la gobernanza	OE10.2 Definición de la Estrategia municipal de Participación ciudadana.	
		OE10.4 Avance en la gobernanza transversal y multinivel mediante el refuerzo de estructuras de alianzas y cooperación.	
OBJETIVOS GENERALES de la ESTRATEGIA JOVEN 2030 a los que responde	OBJETIVOS GENERALES	OBJGEN1: Favorecer el desarrollo personal de los y las jóvenes.	
		OBJGEN2: Contribuir a la emancipación de las personas jóvenes.	
	OBJETIVOS GENERALES TRANSVERSALES	OBJGENTRANS1: Empoderar a los jóvenes a través de la puesta en marcha de procesos participativos mantenidos en el tiempo.	
		OBJGENTRANS2: Avanzar en la transversalidad dentro del Ayuntamiento y con otras instituciones.	

PARTE DESCRIPTIVA Y PREVISIÓN			
OBJETIVO ESTRATÉGICO de la ESTRATEGIA JOVEN 2030 al que responde:			
Target: (público objetivo al que se dirige)			
Previsión presupuestaria PROPIA en €: (coste total propio de la acción)			
Aportaciones externas al Presupuesto en €: (total aportaciones externas)			
Fecha de la previsión presupuestaria:			
INDICADORES COMUNES	Contribución a consecución objetivos Agenda Urbana de Zaragoza (AUZ)	1- Número de actuaciones de la EJ2030 que trabajan para cada Objetivo Estratégico de la AUZ	
		2- Presupuesto por Objetivo Estratégico de AUZ	
	OBJETIVOS GENERALES TRANSVERSALES	1- Participación/satisfacción básica* de los usuarios. Puntuación de 1 a 10	
		2- Participación/satisfacción especial* de los usuarios. Puntuación de 1 a 10	
		3- Número de colaboraciones completas* establecidas	
	OBJETIVOS GENERALES / ESTRATÉGICOS / ACTUACIÓN	Grado de ejecución de la EJ2030	1- Número de Actuaciones finalizadas respecto del número total inicialmente previsto
		Grado de Ejecución presupuestaria	2- Cuantía y porcentaje del presupuesto ejecutado
		Número y características de los jóvenes participantes en proyectos	3- Número por edad, sexo, distrito/centro educativo, nivel de estudios, nacionalidad y diversidad funcional
		Número y características de los jóvenes usuarios de nuestros servicios	4- Número por edad, sexo, distrito/centro educativo, nivel de estudios, nacionalidad y diversidad funcional
	COMUNICACIÓN	Medio por el cual conocen los participantes la actividad	1- % por amigos/as - % por Familia - % por profesores /monitores /otros - % por Web Municipal - % por Redes Sociales - % por Medios de comunicación
		2- núm. carteles -- núm. folletos -- núm. vídeos -- núm. notas de prensa -- núm. materiales merchandising -- núm. mupis -- núm. vallas -- núm. otros	
INDICADORES ESPECÍFICOS	Indicador 1:		
	Indicador 2:		
	Indicador 3:		
	Indicador 4:		

PARTE DESCRIPTIVA Y PREVISIÓN	
Unidad / Sección del Servicio de Juventud:	
Persona responsable de la actividad/acción:	
Entidades colaboradoras:	
N.º trabajadores indirectos:	
Ámbito territorial: <i>(Distrito/ Barrio rural/ Ciudad)</i>	
Lugar de realización:	
Horas de realización de la actividad: <i>(total anual)</i>	

CRONOGRAMA PREVISTO 2023 – HITOS PRINCIPALES											
Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre

ACTIVIDAD / ACCIÓN <i>(por cada una de las actividades de cada proyecto)</i>	DESCRIPCIÓN

Notas*: Participación básica: Formulario simple
 Participación especial: Participación en grupo focal
 Colaboración completa: en tres momentos: diseño, ejecución y evaluación del proyecto o servicio
 Participante: actuaciones servicio de Juventud
 Usuario: atención oficina de información , asesorías, vivienda y oficina de empleo

PARTE EJECUTIVA												
CRONOGRAMA REALIZADO 2023 – HITOS PRINCIPALES												
enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	Fuente datos (Planific. Unidad, etc)
PARTICIPACIÓN inscritos / participantes / usuarios												
N.º total	Mujeres	Hombres	Edad	Distrito / Centro educativo	Nivel estudios(cursando) (ESO, Bachiller, FP, Grado Universitario cursando o acabado)			Nacionalidad	JNA* (Jóvenes con necesidades de apoyo)		Fuente datos (Planific. Unidad, etc)	
VALORACIÓN DE SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS						DATOS RELACIONADOS CON LOS INDICADORES						
Participación básica (encuesta / caritas...)	Valoración del 1-10		N.º encuestas	Fuente datos	INDICADOR	DATO	Fuente datos					
							B.datos/otra					
Participación especial (Focus group)	Valoración del 1-10		N.º reuniones									
COLABORACIONES COMPLETAS ESTABLECIDAS												
Entidad												
Núm. de reuniones												
DATOS ECONÓMICOS (con comparativa Previsión – Ejecución)												
N.º RC												Fuente datos
Fecha de Apertura RC												
Partida												

PARTE EJECUTIVA

PARTE EJECUTIVA													
Previsión de gasto Propio			Ejecución presupuestaria Propia										
Total previsto 2023:		0,00 €	Total ejecutado 2023:		0,00 €								
PREVISIÓN POR ÁREAS	Concepto	Gasto previsto	Concepto Factura	Fecha	N.º factura	importe	proveedor	CIF / NIF	RC	Partida	Convenio / Contrato	Fecha Tramitación	Factura a Convalidación
						Total	0,00€						
			Ejecución Aportaciones presupuestarias externas										
			Concepto	Quién aporta	Importe								
						Total	0,00€						

DATOS DE COMUNICACIÓN	
Medio por el cual conocen los participantes la actividad	Número
Amigos/as	
Boletín CIPAJ	
WEB Municipal	
Mediadores juveniles	
Familia	
Redes sociales	
Medios de comunicación	
Sin información	
Fuente datos (encuesta...)	
Materiales de difusión producidos	
Tipo de material: (folletos, carteles, vídeos, roll up, Marketing Promocional...)	
Objetivo de la difusión	
Cantidad	
N.º Registro Formulario Comunicación	
Difusión en medios de comunicación (Heraldo, TV aragón...)	
Fecha aparición	
Adjunto aparición	
Ubicación en el Drive de Comunicación	
Fuente datos (encuesta...)	

DATOS DE COMUNICACIÓN						
Publicaciones INFO JOVEN						
Fecha aparición						Fuente datos (Boletín / Newsletter)
Adjunto aparición						
WEB Servicio Juventud						
Fecha aparición						Fuente datos (Web)
Adjunto aparición						
Nº Visitas página						
RRSS (2*) Generales Servicio Juventud	Fecha aparición	Adjunto aparición	RRSS (2*) Específicas Servicio Juventud	Fecha aparición	Adjunto aparición	Fuente datos (Gestores externos)
Fecha aparición						
Adjunto aparición						
Nº Visitas página						
APARICIONES EN OTROS MEDIOS DE COMUNICACIÓN / WEB						
Fecha aparición						Fuente datos (Web)
Adjunto aparición						
Nº Visitas página						

(2*)Las métricas las suministran los gestores externos

