

fad
Juventud

Patronato

1ª parte

6 junio 2023





Índice

A. Actividades 2022

1. Peso actividades y principales hitos
2. Principales hitos en líneas transversales

B. Datos económicos 2022

1. Evolución ingresos y gastos
2. Cuenta de resultados: por tipo de ingresos y por área de actividad
3. Balance
4. Resultados financieros





13%

Centro Reina Sofía Investigación

- Mantener liderazgo en estudios sociológicos sobre juventud y aumentar visibilidad y divulgación.



- Desafíos educativos, punto de vista de los Centros
- Masculinidades
- Jóvenes y racismo
- Cannabis
- Videojuegos y Ocio digital
- Visualización indicadores



44%

Campus Fad Formación y Programas

- Facilitar recursos, formación y herramientas educativas a NNAJ y su comunidad



- 20 programas (33% incremento sobre 2021)
- Finalización de pilotos y arranque de proyectos a largo plazo
- Crecimiento programas con financiación privada en empleo



38%

Cooperación Incluye EpD

- Mejorar la calidad de vida de las poblaciones desfavorecidas de Latinoamérica.



- Alto porcentaje de aprobación (86%, ~8M€)
- Crecimiento del equipo, consolidación en 2 países por 4 años.



5%

Sensibilización Campañas

- Generar concienciación social, opinión y reflexión sobre temas que afectan a la juventud.



- Campaña 360° sobre Adolescencia
- Diversas campañas digitales: sobre salud mental y violencia de género



Posicionamiento

Ter. año de cambio de denominación social

- Creación de plataforma de marca y video institucional (Pink)
- Presencia institucional como referentes de Juventud (no drogas)



- Envío masivo a BBDD (+ de 120mil registros)
- 1.6M views vídeos nueva identidad. Campaña VdG
- *Stakeholders* y partners institucionales comunicados
- +40 presentaciones nueva identidad en eventos externos.



Digitalización

Customer Relationship Management (CRM)

- Implementación del CRM de Sales Force que cambia la forma de dirigirnos a usuarios en Campus.



- Visualización Indicadores de juventud
- Nueva herramienta de contact center
- Formación equipo en Mkt. automation



Diversificación de ingresos

Apuesta firme por socios

- Nuevas bases para un plan a 5 años cuyo objetivo es conseguir en torno a 15% de los ingresos



- Financiación pública para arrancar el plan (x3 Base Social actual)
- Especialista contratado
- Plan elaborado con apoyo del BCG



Gobernanza

Objetivos a corto y medio plazo

- Definida hoja de ruta para adaptar la organización (incluido su órgano de gobierno) a la nueva Fad Juventud



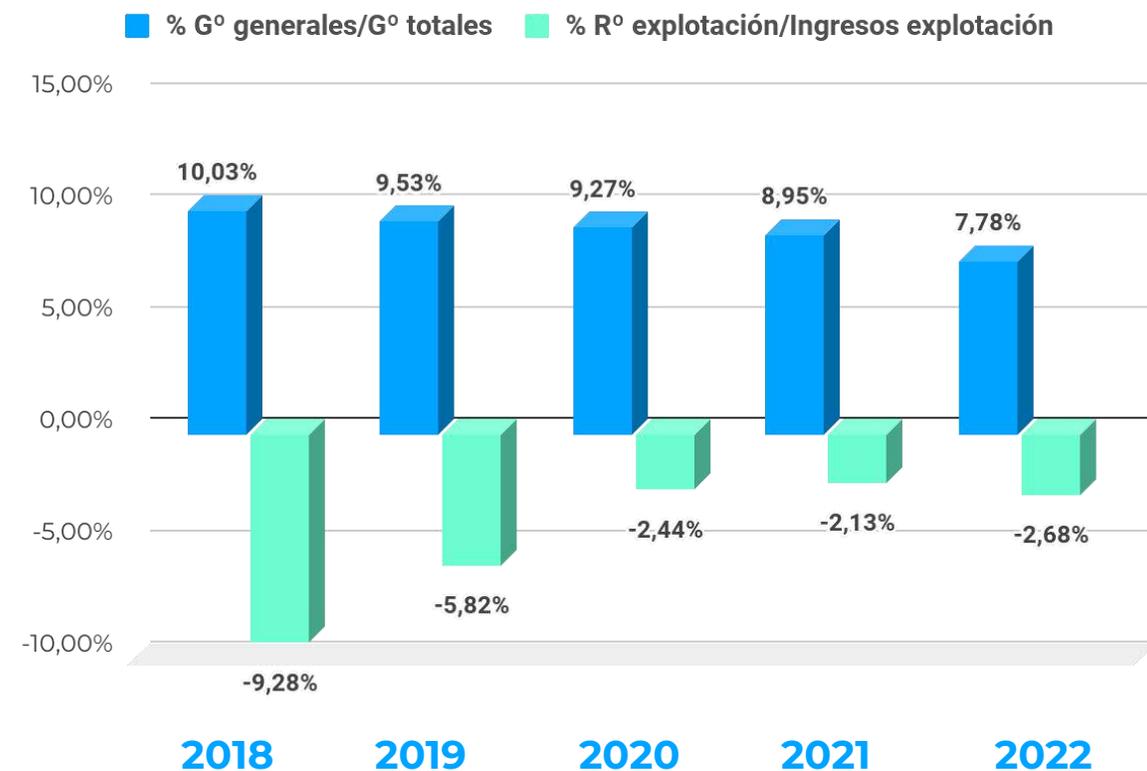
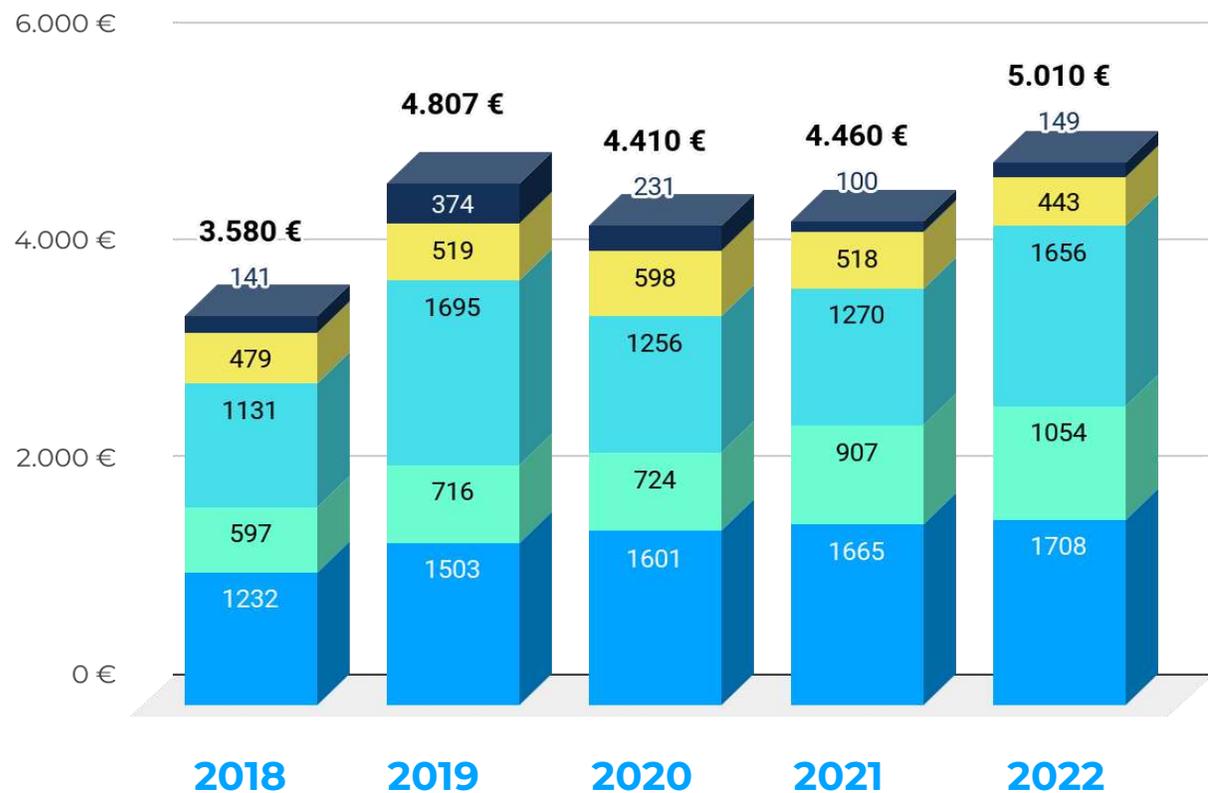
- Incorporación de nuevos patronos
- Participación en comisiones
- Foco en gestión de personas para adaptar estructura organizativa a los cambios programáticos de Fad

Evolución ingresos y gastos



Evolución de ingresos

■ Financieros
 ■ No condicionados
 ■ I. Cooperación
 ■ I. Nacional públicos
■ I. Nacional privados



Comparativa cierre 2022 - Presupuesto 2022 (miles €)



INGRESOS

	Provisional 2022	Presup. 2022	% 22/PRES
No finalistas			
Aportaciones priv. y subv genéricas	295	371	-21%
Socios y Donantes	40	40	0%
Subvención inmueble y otros	108	105	3%
Subtotal	443	516	-14%
Ingresos de actividad			
Nacional	2.761	3.027	-9%
Cooperación al Desarrollo	1.656	1.641	1%
Subtotal	4.418	4.668	-5%
Ingresos de explotación	4.860	5.184	-6%



GASTOS

	Provisional 2022	Presup. 2022	% 22/PRES
Internos			
Personal actividad y estructura	1.731	1.747	-1%
Generales	202	232	-13%
Amortización	111	106	5%
Captación	0	0	---
Subtotal	2.044	2.085	-2%
Externos de actividad			
Nacional	1.586	1.865	-15%
Cooperación al Desarrollo	1.379	1.373	0%
Subtotal	2.965	3.238	-8%
Gastos de explotación	5.009	5.323	-6%
Resultado de explotación	-148	-139	---
Ingresos financieros netos	149	140	7%
RESULTADO	1	1	---

Comparativa 2021 -2022 (miles €)



INGRESOS

	Real 2021	Provisional 2022	% 22/21
Centro Reina Sofía	440	609	38%
Campus	1.922	2.009	5%
Sensibilización	210	144	-31%
Cooperación y Educación para el Desarrollo	1.270	1.656	30%
Aportaciones no Finalistas	518	443	-14%
Ingresos explotación	4.360	4.861	11%
Ingresos financieros	100	149	49 %
TOTAL INGRESOS	4.460	5.010	12%



GASTOS

Actividades	2.524	2.965	17%
Personal a proyectos	1.304	1.376	6%
Personal estructura	339	355	5%
Gastos comunes y otros	290	313	8%
Captación	0	0	---
Gastos explotación	4.457	5.009	12%
Gastos cartera	1	0	---
TOTAL GASTOS	4.458	5.009	12%

Balance provisional 2022 (en miles de €)



ACTIVO

	31/12/21	31/12/22
Activo no corriente		
Inmovilizado intangible	114	16
Inmovilizado material	79	88
Inmovilizado financiero	2.742	3.842
Deudores a largo plazo	0	2.950
Subtotal	2.935	6.897
Activo corriente		
Deudores	1.570	3.660
Inversiones financieras a corto plazo	261	3.358
Tesorería	7.647	4.936
Subtotal	9.477	11.954
TOTAL ACTIVO	12.412	18.850



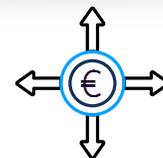
PATRIMONIO NETO Y PASIVO

	31/12/21	31/12/22
Patrimonio neto		
Fondo social y reservas	8.249	8.251
Resultado ejercicio	2	1
Ajustes por cambio valor	-108	-201
Subvenciones no condicionadas	147	57
Subtotal	8.291	8.107
Pasivo no corriente		
Subv. condicionadas activ. largo plazo	1.354	6.504
Subtotal	1.354	6.504
Pasivo Corriente		
Subv. condicionadas activ. corto plazo	2.403	3.958
Provisiones explotación	83	81
Acreedores y periodificación	280	200
Subtotal	2.767	4.239
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO	12.412	18.850

Resultados Financieros 2022



Inversión del 48% de los fondos disponibles en inversiones permanentes, que iremos incrementando, los ingresos financiero netos ascienden a 149 K €.



No se llevan a resultados la valoración de los **fondos de inversión**, considerados inversiones permanentes.



CARTERA FINANCIERA Fad (miles de €)

	Precio adquisición activos en cartera	Valor. 31/12/21	Valor. 31/12/22	Diferen. inversión ejercicio 2022	% Inv. 31/12/22
Mutuactivos dividendo FIL A	2.000	1.855	1.905	50	
TOTAL RENTA VARIABLE		1.855	1.905	50	24%
Mutuactivos bonos subord. III	400	427	---	-427	
Mutuactivos bonos subord. IV	427	---	357	357	
Mutuactivos renta fija flexible	250	250	228	-22	
Caixabank tempt. target inc.	200	211	184	-27	
Banca March Oquendo	232	---	232	232	
Renta 4 Bonos Corporativos	928	---	928	928	
TOTAL RENTA FIJA		887	1.929	1.042	24%
TOTAL INVERSIONES PERMANENTES	---	2.742	3.835	1.092	48%
MERCADO MONETARIO	---	252	3.334	3.082	42%
TESORERÍA Y AJUSTES	---	5.071	848	-4.223	10%
TOTAL INVERSIÓN	---	8.065	8.016	-49	100%

Cuenta de resultados previsión mayo cierre 2023

Presupuesto 2023 (en miles de €)



 INGRESOS	Real 2022	Previsión mayo cierre 2023	Presupuesto 2023	% 22/23
Centro Reina Sofía	609	567	556	-7%
Campus	2.009	2.188	2.058	9%
Sensibilización	144	117	134	-19%
Cooperación y Educación para el Desarrollo	1.656	2.790	2.505	68%
Aportaciones no Finalistas	443	565	540	28%
Ingresos explotación	4.861	6.226	5.792	28%
Ingresos financieros	149	251	253	68 %
TOTAL INGRESOS	5.010	6.477	6.045	29%
 GASTOS				
Actividades	2.965	43.961	3.564	34%
Personal a proyectos	1.376	1.594	1.592	16%
Personal estructura	355	410	393	15%
Gastos comunes y otros	313	341	318	9%
Captación	0	168	174	—
Gastos explotación	5.009	6.474	6.042	29%
Gastos cartera	0	2	3	
TOTAL GASTOS	5.009	6.476	6.045	29%

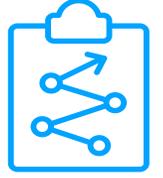
fad
Juventud

Patronato

2ª parte

6 junio 2023





A. Actividades 2023

B Líneas transversales

1. Socios
2. Posicionamiento
3. Gobernanza
4. Proyectos BCG

C. Índice Sintético Desarrollo Juvenil Comparado

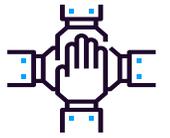
1. Empleo
2. Emancipación
3. TIC

D. Campaña “El universo digital de tus hijos”

1. Spot TV
2. Eventos previstos

E. Contra el discurso del odio

1. Proyectos europeos:
Hate Thackers y
Educadis
2. Meta: Desactiva tus
prejuicios



Propósito

Mejorar el bienestar y la calidad de vida de la juventud como protagonista del presente y artífice del futuro



Misión

Analizar, actuar e influir en todo lo que afecta al desarrollo de la juventud



Temáticas

Salud y Bienestar; empleo y emancipación; educación y ciudadanía digital; género y valores



Principios

En el marco de los **ODS** y los **DDHH** creemos en la justicia, la solidaridad, la sostenibilidad, la ética, la equidad y la inclusión



Actividad

Fad ANALIZA

- Monitoriza e investiga la realidad juvenil
- Detecta riesgos y oportunidades
- Anticipa tendencias

Fad ACTÚA

- Proyectos educativos y programas de formación
- Campañas de sensibilización
- Servicios de información y orientación

Fad INFLUYE

- Juventud
- Escuela, familias y comunidad
- Opinión pública y políticas públicas



11%

Centro Reina Sofía Investigación

- Mantener liderazgo en estudios sociológicos sobre juventud y aumentar visibilidad y divulgación.



- Barómetros
- Tecnologías. innovadoras aplicadas a la Educación y la Salud
- Riesgos asociados TIC y pornografía
- Masculinidades
- Visualización Índice



39%

Campus Fad Formación y Programas

- Facilitar recursos, formación y herramientas educativas a NNAJ y su comunidad



- 22 programas: 50% públicos / 50% privados
- Nueva línea de empleabilidad en pleno desarrollo.
- Nueva línea salud mental en SIOF
- Digitalización



48%

Cooperación Incluye EpD

- Mejorar la calidad de vida de las poblaciones desfavorecidas de Latinoamérica.



- Puesta en marcha de dos convenios plurianuales (El Salvador y Nicaragua) y 15 proyectos.
- Casi se duplica el nivel de actividad.
- Relevo del equipo



4%

Sensibilización Campañas

- Generar concienciación social, opinión y reflexión sobre temas que afectan a la juventud.



- Una campaña 360° sobre gestión de ocio digital adolescente.
- Diversas campañas digitales: prevención cannabis, masculinidades y SIOF



Posicionamiento

Reconocimiento
nuevo logo

- Análisis longitudinal de reconocimiento nuevo logo, identidad y posicionamiento
- Implementación global



- Rebranding logo
- Elaboración de manual identidad y materiales de uso
- Incorporación progresiva identidad en todos los programas y productos.



Digitalización

De lo interno a lo
externo

- Sin apenas apoyo de los Fondos Next Generation
- Proceso lento de optimización del marketing automation



- Tanto programas como investigación incorporan temas de tecnología
- Nuevos módulos del CRM para socios y la plataforma de formación



Socios/as

No desviación en
previsiones

- Esencial volver a conseguir fondos públicos para continuar con el plan año 2



- Plan en marcha y con los resultados esperados
- Mayor potencial pero falta de recursos económicos



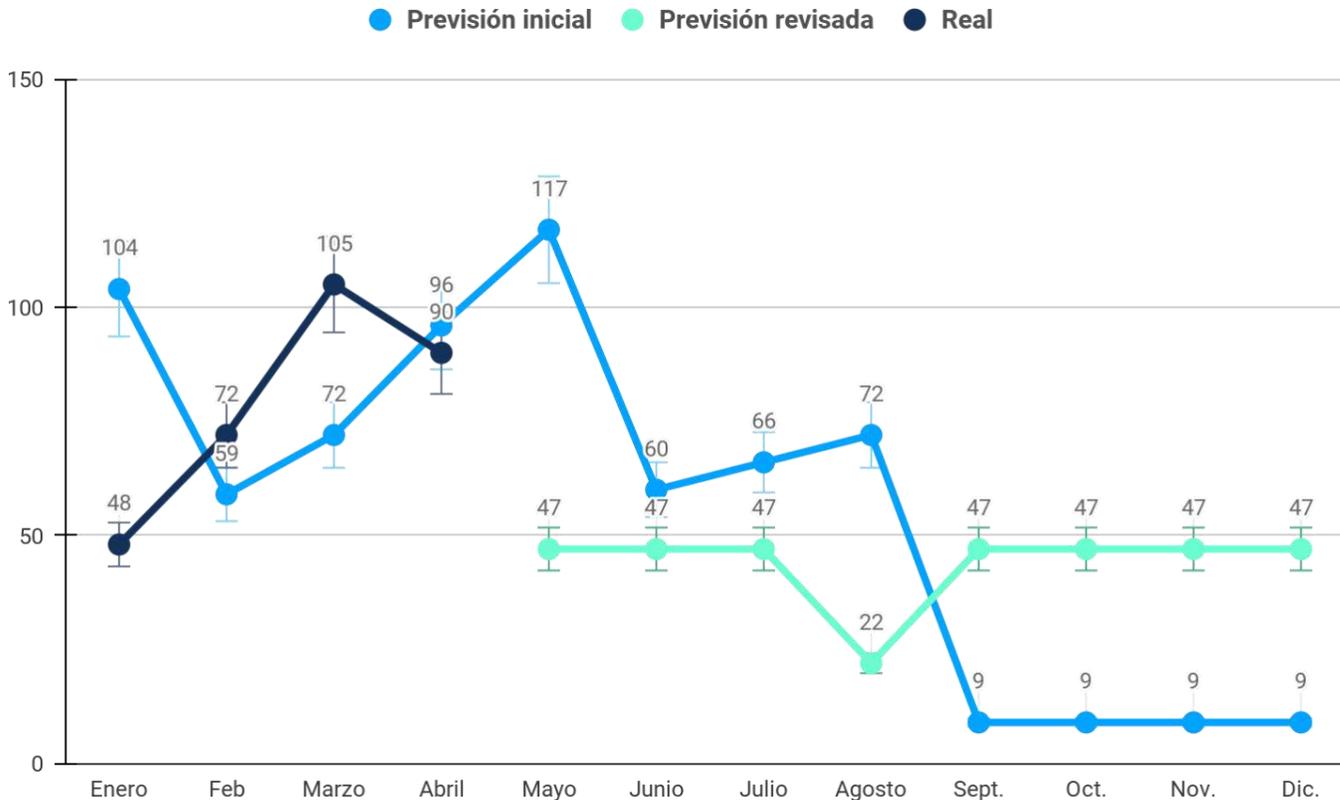
Gobernanza

Plan en marcha

- Avances en transparencia y buen gobierno
- Avances en la política de RRHH



- Nuevo organigrama, sistema de Feedback y política retributiva
- Comisiones y participación



- Total previsión altas 2023: **682**
- Total real a 30 Abril*: **315 (95% sobre previsto)**
- % consecución objetivo: **46%**

*altas con primera cuota pagada



Comprobación que la **causa de Fad Juventud** es viable para captar socios/as



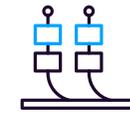
Perfil del socio/a captado: Edad, cuota, provincia...etc



Activo **CRM** socios



Plan viable a medio y largo plazo, con **mayor presupuesto** podemos generar más altas.



Comparativa Previsión de bajas



Comparativa Previsión Gastos-

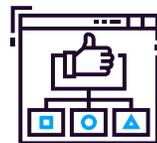


Ingresos

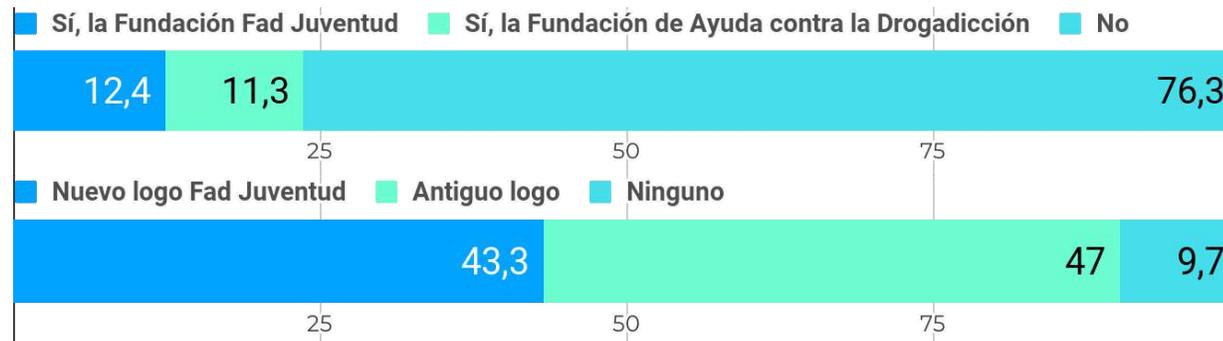
Acciones Empresas Patronato

Posicionamiento

Opiniones de jóvenes sobre Fad Juventud



1 de cada 4 jóvenes conoce la Fad



4 de cada 10 jóvenes que conocen Fad saben reconocer el nuevo logo



3 de cada 10 saben que trabajamos con familias, profesionales y materiales educativos



Más de la mitad nos considera útiles para sensibilizar



Más de la mitad considera que nuestra causa es importante, que somos honestos e innovadores

Acciones realizadas (4Q, 2022):

400K mails enviados con nueva identidad



1.6M views vídeos nueva identidad. Campaña VdG

Acciones realizadas (1Q, 2023):

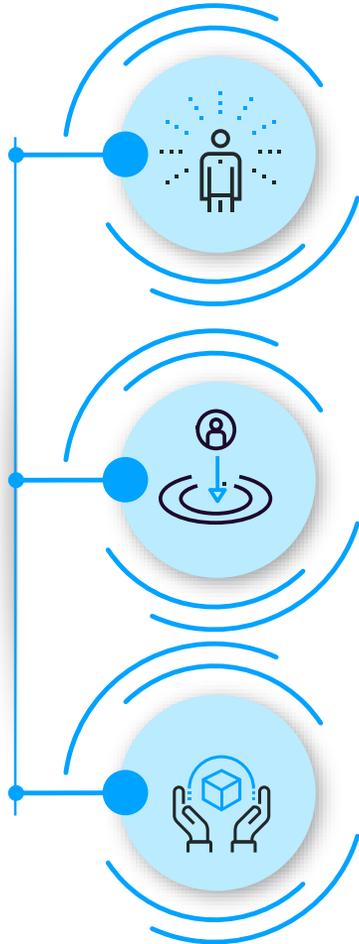
Análisis longitudinal de reconocimiento y posicionamiento



Implementación global Creación manuales identidad y modelos (en proceso).



Avances en
transparencia y
buen gobierno



Nuevos roles y comisiones

Mayor participación

Adaptación estructura

- Vicepresidencia
 - Comisión de nombramientos
 - Consejo Asesor
-
- Facilitar la participación de más patronos en comisiones
-
- Nuevo organigrama



Proyecto de mejora de la gestión de RRHH de la Fad

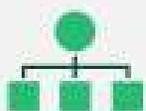
FEB. 23, 2023

The logo for Fad is displayed in a dark grey, lowercase, sans-serif font. A small blue horizontal bar is positioned above the letter 'a'.

Objetivos del proyecto | Identificar alternativas en la organización y sus procesos para reforzar recursos humanos en línea con la estrategia de la Fad

El resultado esperado del proyecto afectará a 3 áreas: estructura, modelo de colaboración y procesos

... y no se centrará en una evaluación individual por trabajador



Estructura de la organización

Valoración de opciones organizativas para mejorar la eficiencia de la organización y dar respuesta a los nuevos retos



Modelo de colaboración

Formalización de procesos relativos a la gestión de proyectos por tribus para mejorar su funcionamiento y el éxito de los proyectos



Procesos en la organización

Diseñar y formalizar un proceso en los temas claves de RRHH para superar los retos estratégicos de la Fad



Sin redimensionar los equipos de cada área



Sin evaluar la idoneidad de los empleados a los puestos



Sin evaluar las capacidades ni el desempeño de los empleados

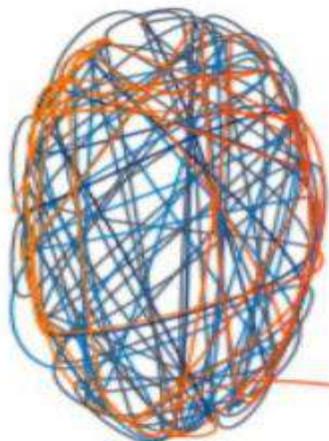
Proceso | El proyecto consta de diversas fases durante 10 semanas para llevar a cabo la evaluación de procesos y acciones de RRHH

	Objetivos	Acciones
Diagnóstico	<ol style="list-style-type: none">1 Entender el modelo organizativo actual de la Fad (estructura y modelo de colaboración)2 Identificar gestión actual de procesos de RRHH3 Identificar oportunidades de mejora / desarrollo	<ul style="list-style-type: none">• Mapear el modelo operativo actual (ej. estructura de cada área, tribus, reuniones)• Identificar gestión actual de procesos• Entrevistas a toda la plantilla y lanzar una encuesta de cultura digital y gestión de RRHH
Visión de RRHH	<ol style="list-style-type: none">4 Identificar temas de RRHH que son claves para facilitar y apoyar la evolución de la Fad5 Plantear alternativas de organización y de procesos para responder a los temas claves de RRHH	<ul style="list-style-type: none">• Entender la visión de futuro de RRHH en la Fad• Identificar factores claves para la evolución de la Fad y alinearlos con la visión de RRHH• Identificar opciones que responden a las necesidades de RRHH
Priorización de opciones	<ol style="list-style-type: none">6 Valorar distintas opciones organizativas según sus pros y contras7 Priorizar procesos según su impacto en RRHH y su dificultad de implementación	<ul style="list-style-type: none">• Valorar opciones organizativas y sugerir las más adecuadas• Evaluar alternativas de procesos; considerando impacto en la organización y dificultad de implementación• Consolidar y priorizar opciones para concentrar el esfuerzo de implementación
Plan de implementación	<ol style="list-style-type: none">8 Definir el plan de implementación y los hitos del plan	<ul style="list-style-type: none">• Detallar acciones concretas para llevar a cabo las sugerencias organizativas• Mapear las fases de implementación con hitos (ej. retos a cumplir en 3 meses, 6 meses)

Índice Sintético de Desarrollo Juvenil Comparado



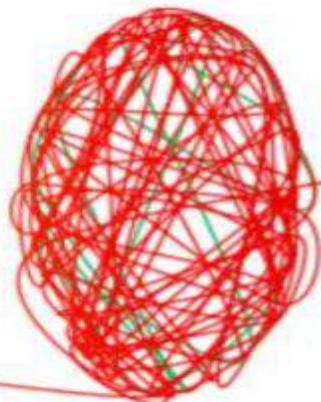
Educación



6 Indicadores

Datos sobre población joven con educación terciaria, tasas de abandono escolar, aprendizaje de varios idiomas...

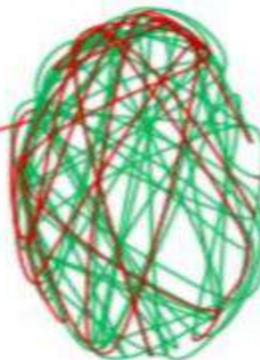
Empleo



6 Indicadores

Tasa global empleo población joven, desempleo, trabajadores por cuenta propia, temporalidad, parcialidad involuntaria, jóvenes inactivos...

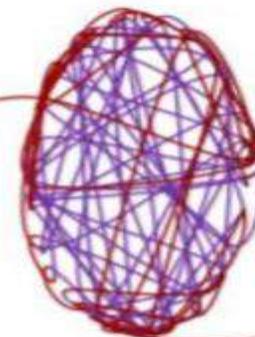
Emancipación



2 indicadores

Tasas de población joven que no reside en su hogar de origen divididas por tramos de edad,

Vida



7 indicadores

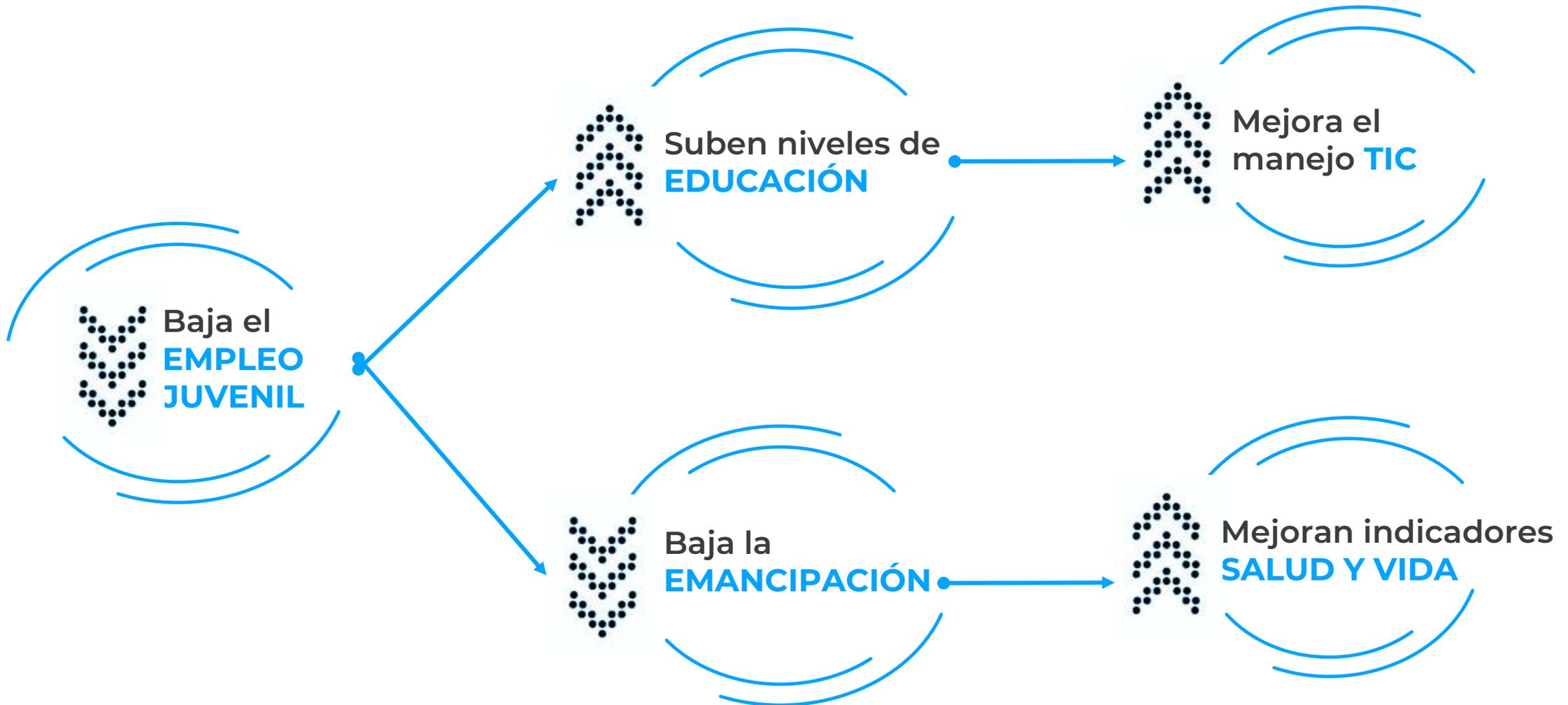
Tasa de fecundidad de población joven por rango de edad, mortalidad, suicidios o accidentes.

TIC



6 indicadores

Datos de usuarios jóvenes que usan internet, tasa con alto nivel de competencias informáticas



Índice de desarrollo juvenil comparado, 2022

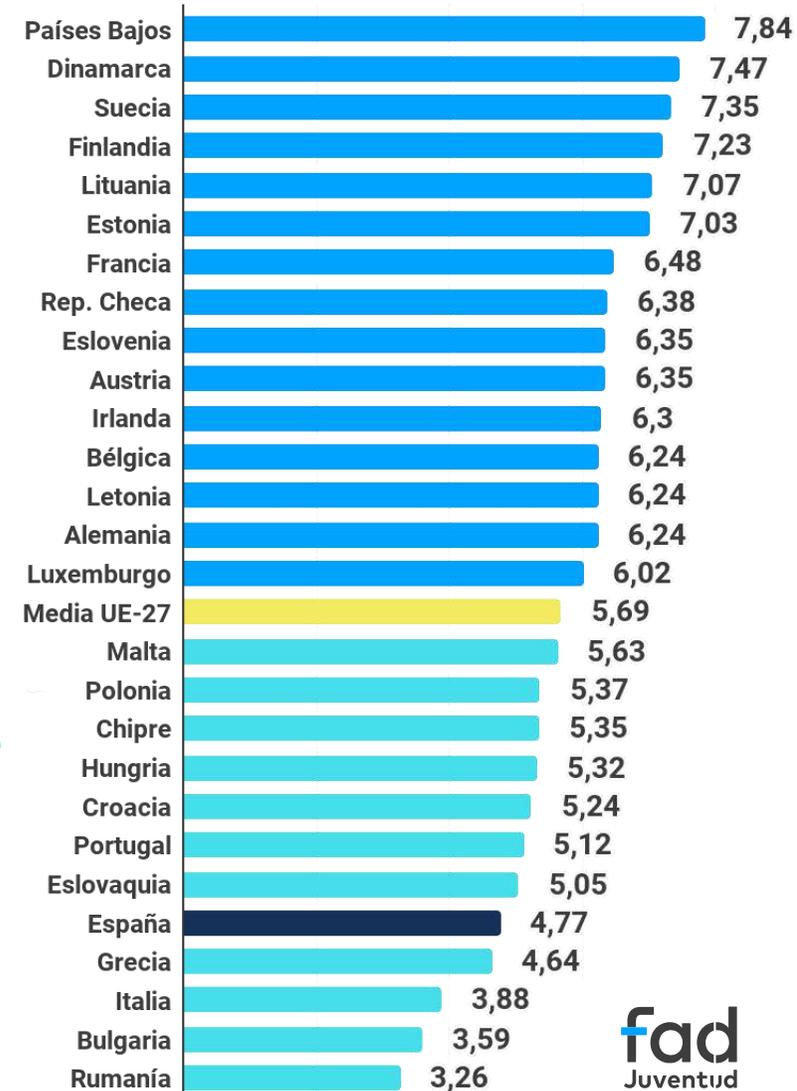
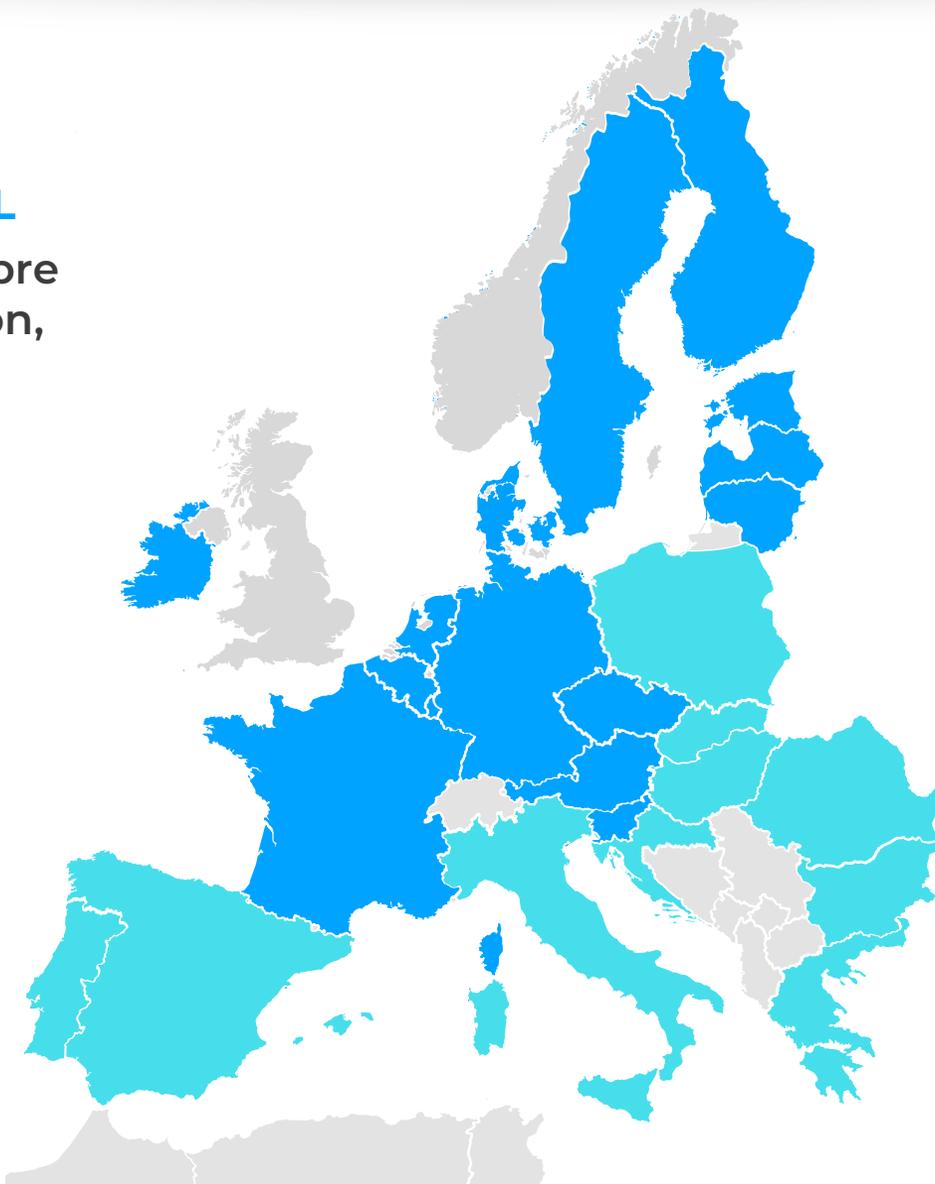


NIVEL DE DESARROLLO JUVENIL

A partir de datos ponderados sobre educación, empleo, emancipación, vida y TIC.

Jóvenes de 15 a 29 años
Puntuación: 0 a 10

- Países por encima de la media europea
- Países debajo de la media europea

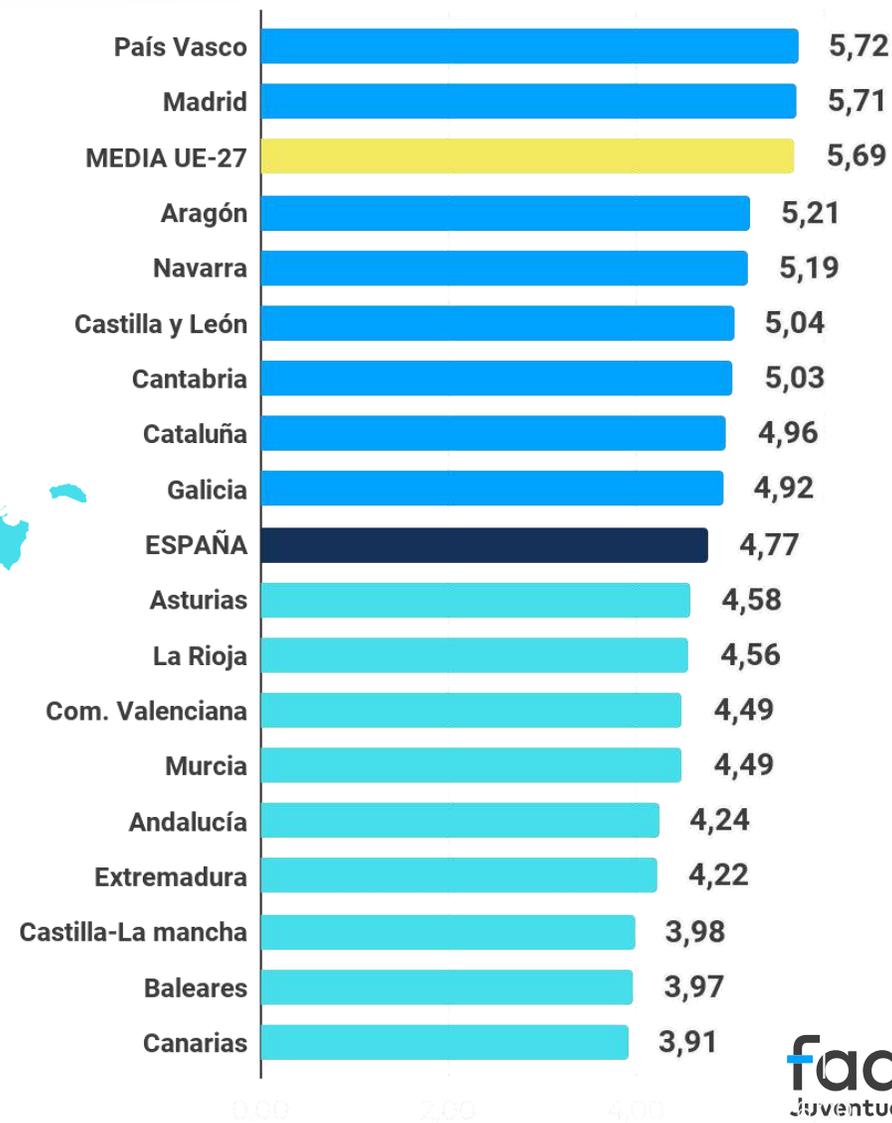
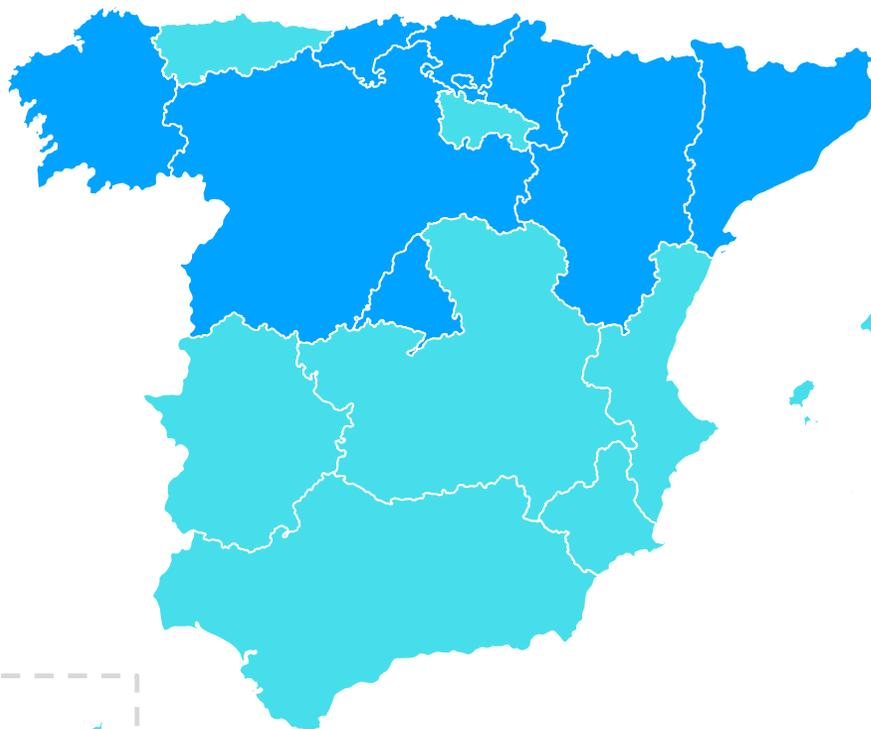


Índice de desarrollo juvenil comparado, 2022



España

- Comunidades por encima de la media nacional
- Comunidades por debajo de la media nacional





Tasa de desempleo



Tasa de población 25-29 años
que no reside en su hogar de
origen (%)



Habilidades avanzadas en
información digital

Campaña 360°

El universo digital de tus hijos



OBJETIVO CAMPAÑA:

Sensibilizar a padres y madres con hijos de 9 a 17 años sobre la importancia de **que se involucren en el consumo de ocio digital de sus hijos e hijas:** redes sociales, videojuegos, internet, etc.

NO EXISTE EL NATIVO DIGITAL



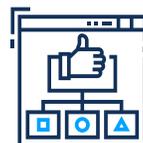
NECESITAN APOYO



ES NECESARIO CONOCER...



... E IMPLICARSE EN SU YO DIGITAL



WEB: recursos formativos para familias sobre gestión ocio digital



Contra el discurso del odio

Desactiva tus prejuicios



Población destinataria:
adolescentes de 14 a 17 años



Objetivo:
Prevenir y anticipar los estereotipos negativos en la adolescencia

- Resultados:**
- 200 sesiones de formación a 1.942 adolescentes
 - 1.341 profesorado ha usado la guía con 36.868 adolescentes
 - 43 grupos con 522 adolescentes participaron en la 1ª edición del concurso

Metodología:

- 2 investigaciones sobre el estado de la situación
- Utilización del Teatro Social como herramienta de cambio de estereotipos
- 2 ediciones de concurso

Financiador y timing:

- Meta + IRPF
- 200mil€ + 21mil€
- 24 meses

Contra el discurso del odio

Educadis



Población destinataria:
profesorado y adolescentes de Educación
Secundaria Obligatoria

Objetivo:

Prevenir las actitudes discriminatorias y discursos de odio entre adolescentes a través de la creación y aplicación de herramientas reflexivas y creativas para afrontarlos.

Resultados:

- Beneficiarios directos:
21 docentes
- Beneficiarios indirectos: 567 adolescentes



Metodología:

- Elaboración de una guía para aplicar en aulas de secundaria
- Cuestionarios pre y post y elaboración de guiones con concurso.

Cofinanciador, partners y timing:

- Cofinanciador: UE - Erasmus + 60mil€
- Partner: Fondazione Éxodus (Italia)
- 17 meses

Contra el discurso del odio

Hate Trackers



Población destinataria:
jóvenes, organizaciones juveniles
y comités ciudadanos.

Objetivo:

Combatir el racismo y la discriminación expresadas en discurso del odio online a través de la formación en las competencias necesarias para reconocer y actuar en contra de la vulneración de derechos.

Resultados esperados:

- 2.500 jóvenes usan la app
- 100 participan en las *guerrilla units*



Metodología:

- Creación de “Semiological Guerrilla Units” y activistas.

Cofinanciador, partners y timing:

- Cofinanciador: UE - Erasmus + 400mil€. Fad 80mil€
- Partners: CIFA Onlus (Italia); KMOP - Education and Innovation Hub (Grecia); HFC Hope for children (Chipre); Idee in Fuga (Italia)
- 24 meses

fad

Por una juventud más sana

Gracias