

Reunión de Patronato

fad

12 diciembre 2018

Fad, las empresas y los medios de comunicación que la apoyan tienen un objetivo común: **una juventud más sana, creativa, flexible, comprometida...**

La juventud es nuestro mejor activo. Queremos dedicar nuestros recursos a su desarrollo y a analizar vías de solución a los factores que más les preocupan y afectan.

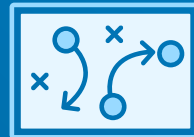
The logo for 'fad' is displayed in a white, lowercase, sans-serif font. A horizontal blue bar is positioned across the middle of the letter 'f'.

Índice



Previsiones 2019. Indicadores 2018

- Cooperación
- Sensibilización
- Educación y prevención
- Investigación



Retos estratégicos

- Transformación digital
- Nuevo posicionamiento: Baseline

Previsiones 2019. Indicadores 2018

Cooperación

La FAD en Cooperación al Desarrollo

Actividad en ámbito latinoamericano desde 1995

Más de 150 proyectos ejecutados, en 11 países y 1,5 Mill de beneficiarios

Trabajando en

- Educación y empleabilidad
- Ciudadanía global
- Riesgos sociales, especialmente consumos de drogas
- Cultura de paz
- Vertebración de comunidades

Colaborando con más de 1.500 instituciones locales



Actualmente hay 19 proyectos de la Fad en ejecución de Cooperación al Desarrollo y Educación para el Desarrollo

Cooperación al Desarrollo: 6 aprobados 2019

Educación para el Desarrollo: 5 aprobados 2019

Cultura de paz
 GENERALITAT VALENCIANA
 NOSDO
 AYUNTAMIENTO DE SEVILLA
 El Salvador
 2019 - 2020

Disminuir la vulnerabilidad adolescentes y jóvenes
 aacid
 Nicaragua
 2019 - 2022

Empleo juvenil
 Castilla-La Mancha
 Nicaragua
 2019 - 2020

Cultura de Paz Ciudades seguras
 ¡MADRID!
 El Salvador
 2019 - 2020

Cultura de paz
 Gobierno de Cantabria
 Colombia
 2019 - 2020

11
 proyectos presentados

En familia y en el mundo
 Transformando la escuela

En familia y el mundo
 Play to rights: Actitudes en derechos humanos

7
 proyectos presentados

Cooperación | Indicadores

		Real 2017	Previsto 2018	Objetivo 2019
01	Beneficiarios directos	16.897	20.460	48.212
02	Beneficiarios indirectos	41.500	41.560	102.310
03	Número financiadores	5	6	9
04	Proyectos presentados/ aprobados		18/11 (2 pdte. resolución)	

Buscamos
mantener nuestra
posición como
especialistas en
juventud, cultura
de paz y
ciudadanía global

Presupuesto 2017: **1.2 Mill**

Presupuesto 2018: **1.2 Mill**

Presupuesto 2019: **2.0 Mill**

Previsiones 2019. Indicadores 2018

Sensibilización



Jóvenes
15-29
años

Digital
100%



Jóvenes como sujetos activos de su propio desarrollo
(sensibilización)

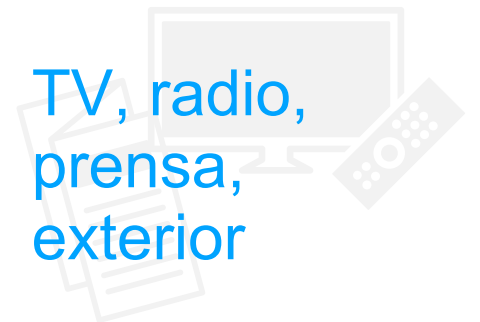
Reforzar la marca Fad entre los jóvenes.
La Fad está para ayudarles (branding/posicionamiento)



Padres y
madres
de
familia

Sociedad
general

TV, radio,
prensa,
exterior



Desarrollo juvenil como clave para el futuro (sensibilización)

Giro estratégico de la Fad y necesidad de apoyo
(branding/posicionamiento)

Objetivos, target, canales

Por primera vez, la FAD lanza
campaña directa a los jóvenes
en los espacios donde se mueven

MUNDO DIGITAL



THE
REAL
YOUNG by fad



Sensibilización | Indicadores

		Real 2017	Previsto 2018	Objetivo 2019
01	Impactos Publicitarios	70.318	25.000	25.000
02	Impactos informativos	3.927	3.200	4.000
03	Seguidores redes sociales (no CRS/AM)	20.904	28.000	50.000
04	Impresiones redes sociales (no CRS/AM)	3.5 M	12 M	15 M

Pretendemos llegar a los jóvenes con campañas digitales en su lenguaje y por sus canales, y ocupar un espacio en la comunicación para sensibilizar sobre conductas de riesgo

Medios de Comunicación

Impacto
informativo



Año 2018 (Enero-octubre)

72% digital
21% prensa
4% radio
3% TV

Impacto
publicitario



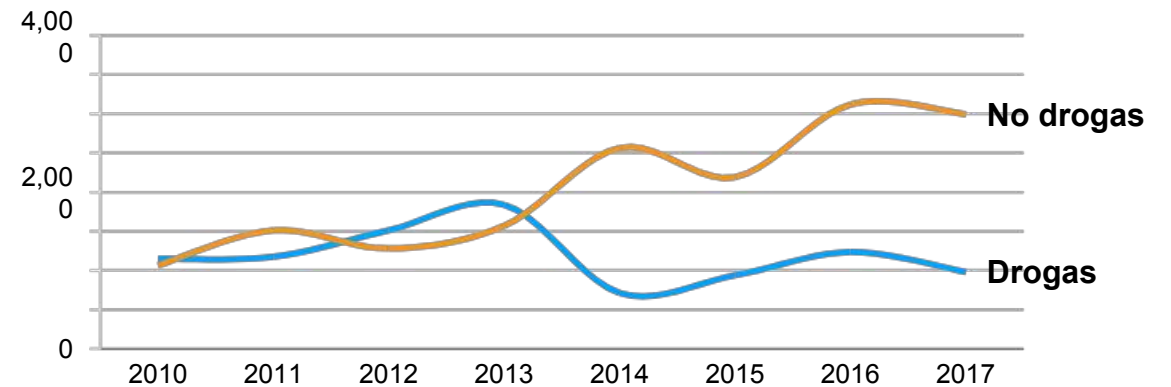
Año 2018 (Enero-octubre)

53,5% TV
38,8% exterior
5,2% radio
2,4% prensa
0,1% digital

Apostamos por calidad en impacto informativo y digital en impacto publicitario

Los temas informativos relacionados con drogas se mantienen estables y el crecimiento en impacto se produce en otros ámbitos (educación, TICS, género, etc)

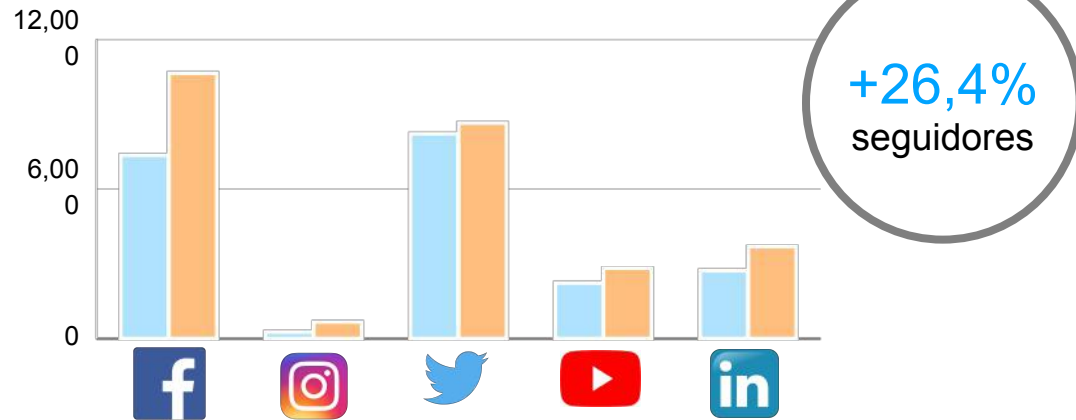
Drogas y NO drogas, 2010-2017



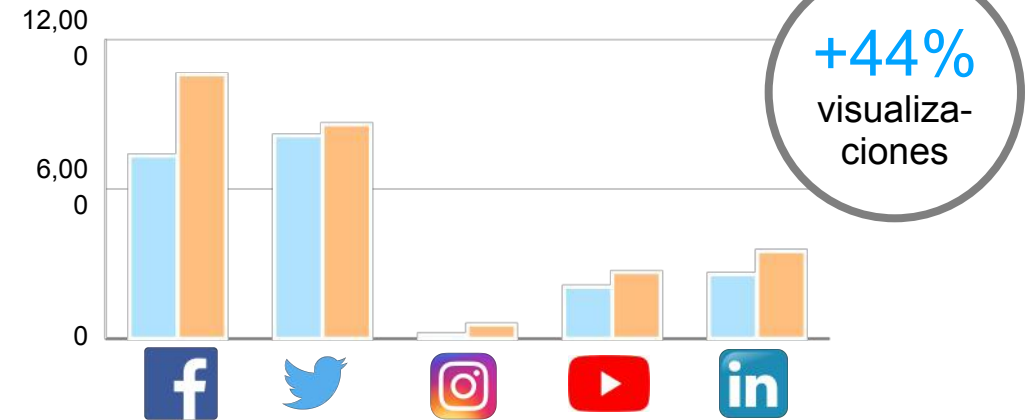
Redes sociales

Evolución comparativa 2017-2018 (oct.)

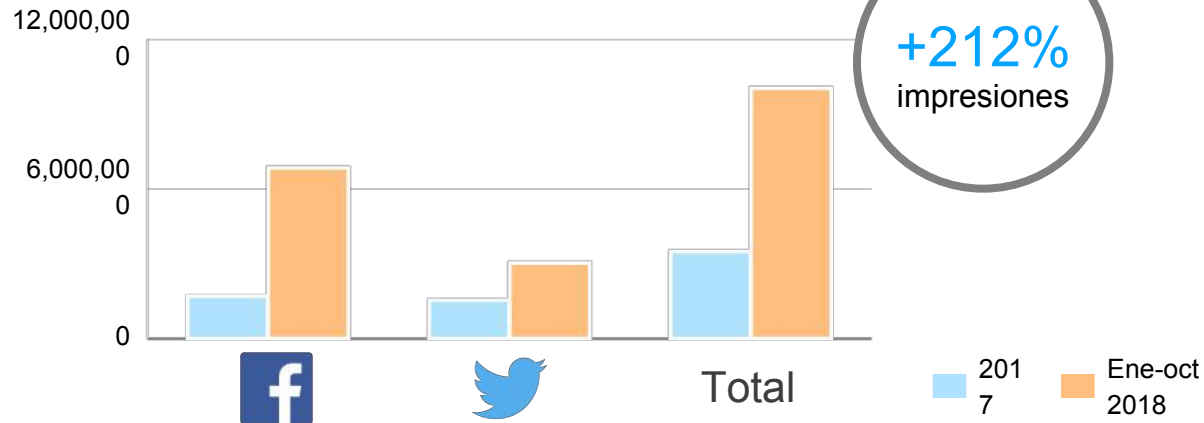
Seguidores Fad



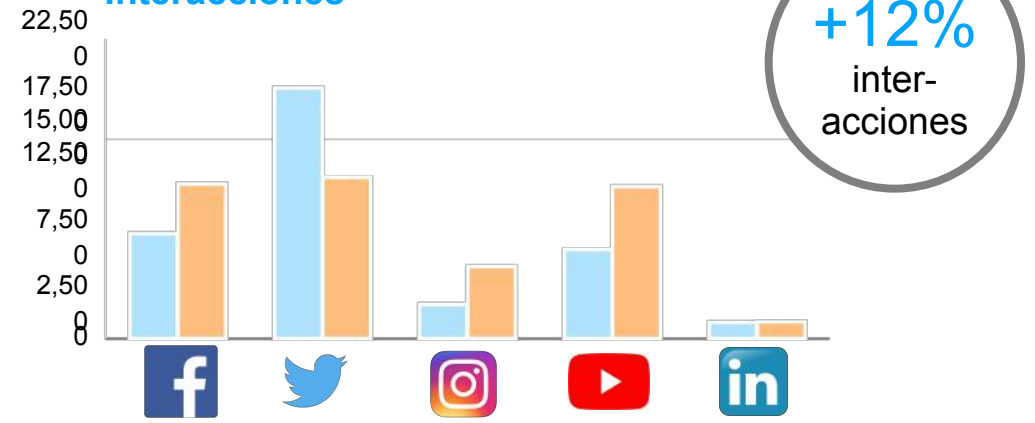
Visualizaciones vídeos



Impresiones Fad

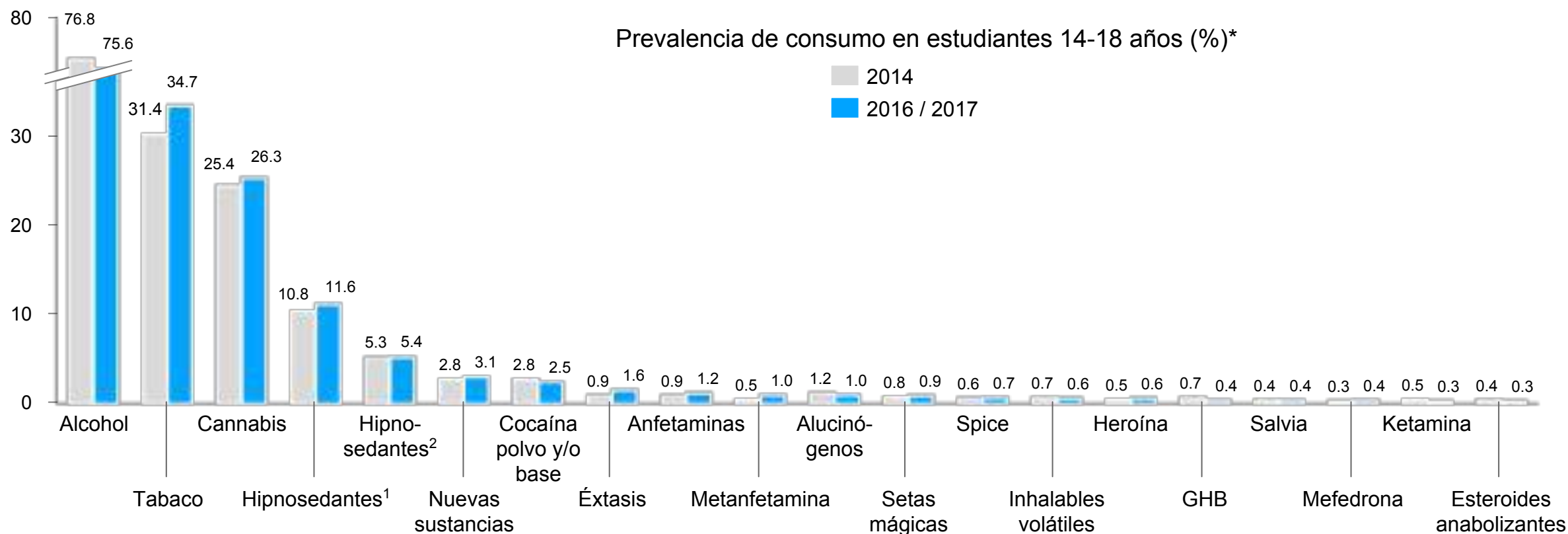


Interacciones



Situación de ocio y consumos en menores

En 2016/2017 en los últimos 12 meses disminuye el consumo de alcohol, alucinógenos y cocaína



1. Con o sin receta 2. Sin receta

*Datos de ESTUDES 2016/2017. OEDA. DGPNSD, MSSSI

Conductas problemáticas en menores

Tres temas que afectan a las conductas de los menores

1

El juego → Un problema real

- Un 13,6%* de los estudiantes de 14 a 18 años ha jugado dinero real en el último año de forma presencial (casa de apuestas y/o similar)
- Un 6,4% de estudiantes **juega dinero** en internet

2

Cannabis → Se ha legalizado su uso recreativo en Canadá

- Este proceso ha propiciado que sea un tema muy presente en la agenda española tanto de los políticos como de los medios
- El **cannabis es la sustancia ilegal más consumida por menores**

3

Alcohol

- La **edad media de inicio** al consumo se retrasa por primera vez hasta los 14 años.
- Desciende el consumo de **alcohol** en todos los indicadores temporales y en los patrones de consumo de riesgo

Juventud, ocio y nuevas tendencias

La Fad va a realizar una investigación sobre el ocio juvenil en la que se va a analizar su importancia en la socialización, la transición a la vida adulta y la integración social, que culminará en una jornada en el mes de junio, 2019



Jóvenes y ocio

Reflexión acerca del tiempo de ocio en la socialización de adolescentes y jóvenes: construcción identitaria, la transición a la vida adulta y la integración social



Riesgos sociales

Análisis sobre el estado actual, y perspectiva comparativas con estudios anteriores incorporando la propia interpretación de los jóvenes



Retos y propuestas

Usando metodologías participativas, involucrar a los jóvenes en el análisis de retos y posibles recomendaciones

Previsiones 2019. Indicadores 2018

Educación y prevención

Actualización y mejora

Tenemos un amplio catálogo de más de 50 programas y cursos de formación que vamos actualizando para ofrecer a administraciones públicas

Además mejoramos los programas co-creados con nuestras empresas patronas

Digitalización

- Contenidos (Y tú qué...)
- Fórmulas de participación on-line (PAM)
- Canales de intervención (Whatsapp 900)

Desarrollo y ampliación de contenidos de interés

- Campus Fad integrado
- Construye tu mundo (género, derechos humanos)
- Cine y educación (producción audiovisual)



ANTES

Menor alcance

Formación tradicional

- Plazas limitadas (250)
- 244 docentes formados en 14 cursos formativos de la UNED en 2016/17
- 1.192 visualizaciones de vídeos

Encuentro anual, presencial

- 200 participantes nacionales
- 7.548 reproducciones de vídeo
- 1.962 interacciones en Social Media

Premio Acción Magistral

- Procedimiento de elección tradicional (60 personas)

Investigación

- Publicación con resultados

AHORA

Mayor alcance

Curso masivo online (MOOC)

- Plazas ilimitadas
- 1.520 participantes en el MOOC

Training online

- Del 5 al 19 de nov:
 - 110.000 docentes impactados
 - 205.755 visualizaciones de vídeos

Encuentro anual presencial, internacional y retransmitido en streaming

- 1.500 participantes y seguidores online nacionales y extranjeros
- 18.352 visualizaciones de vídeos

Premios Acción Magistral

- Procedimiento de elección digitalizado y abierto (3.000 participantes)

Investigación

- Publicación online, digital e interactiva (pendiente lanzamiento)

Estrategias de innovación

Importancia de la creación de nuevos programas, con foco en el destinatario, detección de necesidades, con formatos cada vez más atractivos

Estrategias de innovación

Temáticas



- Pensamiento crítico
“(In)formate”
- Juego on-line

Población destinataria



- Mujeres jóvenes
“Femtástica”
- Pediatras

Formatos



- Píldoras formativas (prototipos)
- Apps (App Cool)

Nuevo programa (In)fórmate. La clave es el pensamiento crítico (I)

¿Qué?

Programa escolar de promoción de la **alfabetización mediática** y el fomento del **pensamiento crítico**

¿Para Quién?

Escolares de 14 a 16 años

¿Por qué?

Poder **analizar los contenidos**, mensajes y distintos formatos de los medios de comunicación

Distinguir lo útil y veraz de los datos falsos, no contrastados o irrelevantes entre la gran cantidad de información que nos rodea

Producir contenidos veraces y útiles, con rigor y respeto a la propiedad intelectual, de forma que pueden convertirse en usuarios activos

¿Cómo?

Web app como espacio de reflexión sobre adquisición de competencias de pensamiento crítico: **Vídeos experienciales** de profesionales de la información (realidad 360°...), **juego** para el alumnado, **concurso** mentoring

Nuevo programa (In)fórmate. La clave es el pensamiento crítico (II)

30.000
escolares

Google



Medios de
comunicación

Formados en 2 años para

- Interpretar y analizar la información de los medios de comunicación
- Inferir y contextualizarla
- Valorar y evaluar la información
- Explicar y exponer datos e informaciones
- Motivados y con capacidad de autocontrol

Educación y prevención | Indicadores




		Real 2017	Previsto 2018	Objetivo 2019
01	Beneficiarios directos	18.139	26.400	28.000
02	Beneficiarios indirectos		460.000	475.000
03	Descargas materiales	26.600	30.000	32.000
04	% Beneficiarios online vs. presencial	59%	60%	63%
05	Financiadores finalistas	18	21	26

Dotamos de herramientas útiles y adaptadas para potenciar el desarrollo de adolescentes y jóvenes

Previsiones 2019. Indicadores 2018

Investigación

Investigación

	Juventud	Vida y salud	Género	Tic	Educación
 Investigaciones	<p>Valores, participación y ocio en la juventud <i>(CRS & F.SM)</i></p> <p>Diagnóstico RIOD <i>(CRS & RIOD)</i></p>	<p>Juegos de azar y apuestas <i>PNSD</i></p> <p>Maternidades juveniles <i>F. MUTUA</i></p> <p>Ocio y Consumos <i>CRS</i></p> <p>Menor maduro <i>CRS</i></p>	<p>Género en percepción y formas de consumo <i>PNSD</i></p> <p>Género y discapacidad <i>F. ONCE</i></p>	<p>Jóvenes en la encrucijada digital <i>(CRS)</i></p> <p>Las TIC y socialización juvenil <i>(GOOGLE & BBVA)</i></p> <p>El mundo de youtubers e influencers <i>(CRS)</i></p> <p>Expectativas tecnologías <i>(GOOGLE & BBVA)</i></p>	<p>Escuelas innovadoras <i>(BBVA)</i></p> <p>Desarrollo positivo de adolescentes <i>(CRS)</i></p>
 Observatorios		<p>Monográfico <i>(CRS)</i></p> <p>Barómetro <i>(F. MUTUA)</i></p>	<p>Monográfico <i>(CRS)</i></p> <p>Barómetro <i>(F. MUTUA)</i></p>		
Proyecto Scopio 	<p>Barómetro general Monográfico e índices de capacidades 2018 y 2019 Índice sintético de desarrollo juvenil comparado 2019</p>				

Índice Sintético de Desarrollo Juvenil Comparado 2018

UNIÓN EUROPEA

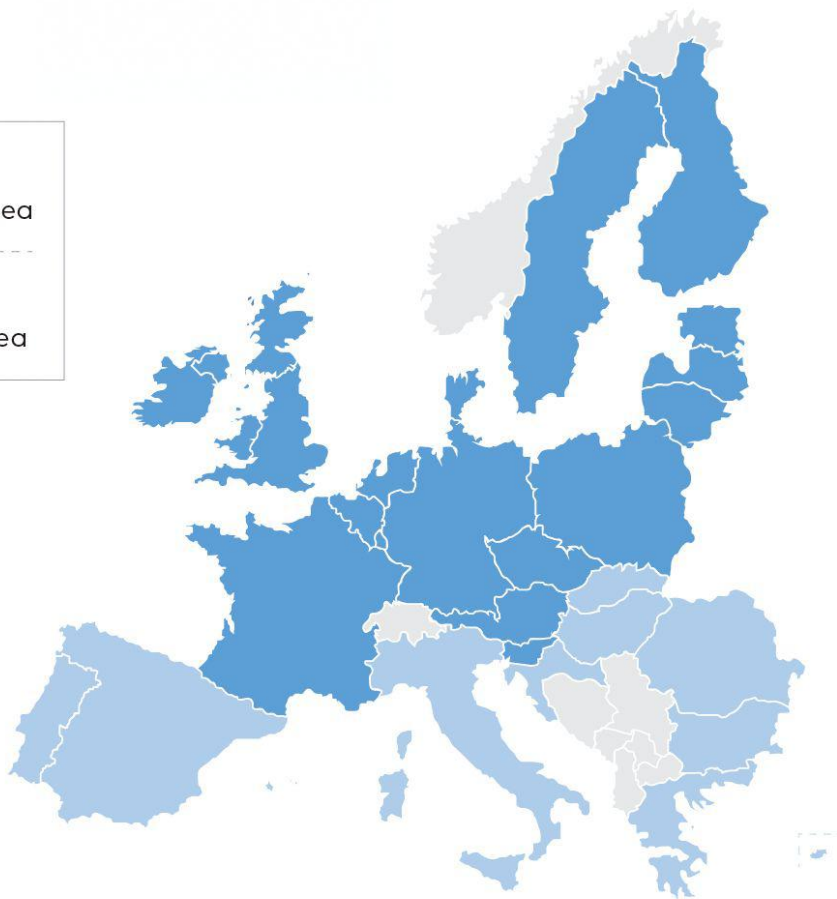
A pesar de la favorable evolución, España se sitúa en los últimos puestos del Índice Sintético de Desarrollo Juvenil Comparado 2018, sólo por delante de Grecia, Bulgaria, Italia y Rumanía.

CLAVE

 Países por encima de la media europea

 Países por debajo de la media europea

Puntuación: 0 a 10



Dinamarca	8,38
Países Bajos	8,09
Luxemburgo	7,97
Suecia	7,89
Finlandia	7,80
Estonia	7,51
Lituania	7,46
Reino Unido	7,24
Eslovenia	6,96
Alemania	6,90
Austria	6,75
Irlanda	6,71
Letonia	6,66
Francia	6,64
Rep. Checa	6,59
Bélgica	6,43
Polonia	6,11
MEDIA UE	6,09
Malta	5,52
Eslovaquia	5,50
Chipre	5,37
Portugal	5,37
Hungría	5,32
Croacia	5,11
España	4,97
Grecia	4,70
Bulgaria	4,33
Italia	4,01
Rumanía	3,77

media ue

Índice Sintético de Desarrollo Juvenil Comparado 2018

ESPAÑA

En 2018, ninguna de las CCAA se sitúa por encima del índice de la UE (6,09), pero respecto a la puntuación española se distinguen dos regiones claramente diferenciadas en norte y sur.

CLAVE

Comunidades por encima de la media nacional

Comunidades por debajo de la media nacional



Puntuación: 0 a 10

MEDIA UE	6,09
Madrid	6,05
País Vasco	5,87
Navarra	5,71
Cataluña	5,59
Aragón	5,46
La Rioja	5,32
Castilla y León	5,27
Galicia	5,23
Asturias	5,17
Cantabria	5,16
ESPAÑA	4,97
Com. Valenciana	4,92
Murcia	4,47
Baleares	4,45
Andalucía	4,35
Extremadura	4,28
Castilla-La Mancha	4,17
Canarias	4,16

media nacional

Investigación y divulgación | Indicadores

		Real 2017	Previsto 2018	Objetivo 2019
01	Visitas a la web	37.540	60.267	64.000
02	Descargas investigaciones	39.781	58.760	62.000
03	Investigaciones realizadas	10	20	21
04	Seguidores RRSS	3.415	4.000	4.685
05	Impactos informativos	1.663	1.500	1.850

Supone una enorme ventaja, ya que no hay centros de estudios sociológicos sobre juventud con tal prestigio y bagaje

El objetivo es incrementar el prestigio y utilidad, así como ampliar alcance

Retos estratégicos

Transformación digital

Status: Han concluido 6 meses desde el inicio del proceso, para el que contamos con el apoyo de la Fundación Iberdrola y con el trabajo del Boston Consulting Group.

En 2018: Avances significativos



Plan interno



Desarrollo web

- En marcha migración y optimización de 40 webs en 3
- Apoyo de Indra



Competencias

- En marcha plan de formación del equipo



Cultura digital

- En marcha cuadro de mandos y cambio cultural a trabajar por proyecto y metodologías ágiles y de innovación

Plan externo



Divulgación

- Foco en crecimiento en RRSS



Formación

- Desarrollo Campus Fad y píldoras de pago



Sensibilización

- Campaña a jóvenes 100% online



Diversificación ingresos

- Fundamentalmente socios y empresas

fad

Plan 2019

- Foco en el análisis estratégico del cambio de posicionamiento y desarrollo de líneas ya comenzadas (cultura digital, seguimiento de proyectos y escucha en RRSS (Big data))

Plan interno



Desarrollo web

- Creación nueva Web Fad
- Consolidación de las 40 webs en 3: FAD, CRS y Campus Fad



Competencias

- Cursos de formación en competencias digitales identificados en el Plan



Cultura digital

- Metodologías Agiles y gestión y seguimiento de proyectos
- Revisión estructura y movilidad funcional
- Metodología de evaluación y Feedback

Plan externo



Divulgación

- Análisis estratégico del posicionamiento Fad
- Proyecto Escucha en RRSS/ Big Data



Formación

- Desarrollo de nuevos contenidos de pago y refuerzo de las píldoras ya creadas



Sensibilización

- Desarrollo de dos periodos de campaña dirigida a jóvenes
- Seguimiento plan de crecimiento en redes sociales



Diversificación ingresos

- Mejora captación de leads y gestión de base de datos

Retos estratégicos

Nuevo posicionamiento: **Baseline**

Hay que mantener el nivel de conocimiento de la marca Fad como referente en desarrollo juvenil, en un mundo en profunda transformación, y no solo como referente en prevención del consumo de drogas, tan relevante en sus orígenes



Logo

Fad es una organización sin ánimo de lucro, aconfesional y sin filiación política

Trabajamos para el desarrollo de una juventud capaz de afrontar su futuro, desde todas las áreas que afectan a su bienestar

Investigamos sobre la realidad juvenil, sensibilizamos a la sociedad, generamos programas educativos y llevamos nuestra experiencia a Latinoamérica

► **Descriptivo: qué, por qué, cómo y dónde**

Baseline

fad
Por una juventud más **sana**



Por una juventud más

¿Cómo cumple los requisitos definidos?



Debe incorporar explícitamente la palabra juventud



Debe crear complicidad con los jóvenes sin perder el carácter institucional



Ha de ayudar a mostrar una Fad más joven, más dinámica y más digital



Debe poder inspira una posible campaña de marca y convivir con cualquier campaña temática



Debe ser relevante para todos los públicos con los que interactúa la Fad



Tiene que ser un mensaje claro y directo, pero no impositivo, sino optimista y esperanzador



Debe ser flexible y poder actuar de paraguas en cualquier ámbito de actuación de la Fad

Cuanto más
críticos somos,
más fuertes
nos hacemos.



Por una juventud más

fad

Cuanto más
curiosos somos,
más creativos
nos volvemos.



Por una juventud más

fad

Gracias

