

# Patronato

Primera Parte

16 • 12 • 2022



# Cuenta de resultados previsión - 2022 (en miles de €)



## INGRESOS

	Previsión 2022	Presup. 2022
<b>No finalistas</b>		
Aportes empresariales y colaboradores	239	37
Socios y Donantes	33	40
Subvención municipal y otras	133	100
<b>Subtotal</b>	<b>435</b>	<b>516</b>
<b>Ingresos de actividad</b>		
Nacional	3.291	3.022
Cooperación al Desarrollo	1.634	1.641
<b>Subtotal</b>	<b>4.925</b>	<b>4.663</b>
<b>Ingresos de explotación</b>	<b>4.880</b>	<b>5.184</b>



## GASTOS

	Previsión 2022	Presup. 2022
<b>Internos</b>		
Personal ordinario y estructura	1.734	1.747
Generales	202	192
Amortización	110	106
Capacitación	0	0
<b>Subtotal</b>	<b>2.046</b>	<b>2.085</b>
<b>Externos de actividad</b>		
Nacional	1.833	1.855
Cooperación al Desarrollo	1.163	1.193
<b>Subtotal</b>	<b>2.996</b>	<b>3.238</b>
<b>Gastos de explotación</b>	<b>5.022</b>	<b>5.323</b>
<b>Resultado de explotación</b>	<b>142</b>	<b>139</b>
<b>Ingresos financieros netos</b>	<b>140</b>	<b>140</b>

## RESULTADO

**1**      **1**

# Balance previsión - 2022 (en miles de €)



## ACTIVO

31/12/21 31/12/22

Activo no corriente	31/12/21	31/12/22
Financiado a largo plazo	114	16
Financiado a medio plazo	79	217
Financiado a corto plazo	2.243	2.215
Acuerdos a largo plazo	0	3.250
<b>Subtotal</b>	<b>2.935</b>	<b>6.069</b>
Activo corriente		
Acuerdos	1.500	3.206
Reservaciones financieras a corto plazo	161	1.947
Impuestos	2.627	4.114
<b>Subtotal</b>	<b>9.477</b>	<b>9.872</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>12.412</b>	<b>18.741</b>



## PATRIMONIO NETO Y PASIVO

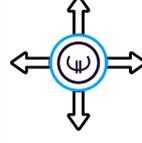
31/12/21 31/12/22

Patrimonio neto	31/12/21	31/12/22
Capital social y reservas	8.244	8.257
Reservas de capital	7	0
Ajustes por cambio de valor	138	150
Subvenciones y no cargo donados	147	27
<b>Subtotal</b>	<b>8.291</b>	<b>8.159</b>
Pasivo no corriente		
Subvenciones a medio y largo plazo	1.164	6.507
<b>Subtotal</b>	<b>1.354</b>	<b>6.501</b>
Pasivo Corriente		
Subvenciones a medio y corto plazo	2.403	3.206
Acuerdos explotación	203	211
Acuerdos	210	295
<b>Subtotal</b>	<b>2.767</b>	<b>4.081</b>
<b>TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO</b>	<b>12.412</b>	<b>18.741</b>

# Resultados Financieros



**Inversión del 50% de los fondos**  
de acciones, que hemos incrementado  
es, un 60% de los ingresos de 2021 a 2022



Actualizamos resultados a valores de cierre  
de los **fondos de inversión**, como de otros  
fondos de inversión



## CARTERA FINANCIERA FAD (miles de €)

Miles de acciones e valores FI LA	Precio adquisición activo en entero	Valor, 31/12/21	Valor, 30/11/22	Diferen inversión ejercicio 2022	% Inv. 30/11/22
<b>TOTAL RENTA VARIABLE</b>		<b>1.855</b>	<b>1.927</b>	<b>72</b>	<b>24%</b>
Valores de acciones subord.	400	427	427	427	
Valores de acciones subord. V	427	350	350	350	
Valores de acciones fija flexible	350	350	328	31	
de subord. de apl. de ges. no	350	377	356	35	
de subord. de ges. no	160	160	160	160	
de subord. de ges. no	920	920	920	920	
<b>TOTAL RENTA FIJA</b>		<b>887</b>	<b>1.665</b>	<b>978</b>	<b>23%</b>
<b>TOTAL INVERTIDO</b>	--	<b>2.742</b>	<b>3.792</b>	<b>1.050</b>	<b>47%</b>
<b>TESORERÍA Y SIMILARES</b>	--	<b>5.323</b>	<b>4.245</b>	<b>-1.077</b>	<b>53%</b>
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>	--	<b>8.065</b>	<b>8.038</b>	<b>-28</b>	<b>100%</b>

# Cuenta de resultados - Presupuesto 2023 (en miles de €)



## INGRESOS

### No finalizados

	Real 2021	Previsión 2022	Presup. 2023	% 23/22
Apertura obras en ejecución y obras en ejecución	377	384	323	19%
Servicios y Demosnias	33	33	39	132%
Subvención municipal y otras	103	100	100	97%
<b>Subtotal</b>	<b>513</b>	<b>517</b>	<b>562</b>	<b>245%</b>

### Ingresos de actividad

Nacional	2.579	2.797	2.747	98%
Cooperación al Desarrollo	1.270	1.634	3.606	219%
<b>Subtotal</b>	<b>3.849</b>	<b>4.431</b>	<b>6.353</b>	<b>143%</b>
<b>Ingresos de explotación</b>	<b>4.360</b>	<b>4.880</b>	<b>5.792</b>	<b>119%</b>



## GASTOS

### Internos

	Real 2021	Previsión 2022	Presup. 2023	% 23/22
Personal direct y indirecto	1.440	1.704	1.895	140%
Corrientes	145	202	277	48%
Amortización	107	110	109	99%
Capex	0	0	174	---
<b>Subtotal</b>	<b>1.692</b>	<b>2.016</b>	<b>2.375</b>	<b>219%</b>

### Externos de actividad

Nacional	1.409	1.603	1.632	102%
Cooperación al desarrollo	1.035	1.353	1.830	135%
<b>Subtotal</b>	<b>2.444</b>	<b>2.956</b>	<b>3.462</b>	<b>117%</b>
<b>Gastos en explotación</b>	<b>4.407</b>	<b>5.072</b>	<b>6.047</b>	<b>120%</b>
<b>Resultado de explotación</b>	<b>97</b>	<b>147</b>	<b>745</b>	<b>750%</b>
<b>Ingresos financieros netos</b>	<b>94</b>	<b>140</b>	<b>250</b>	<b>265%</b>

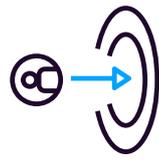
### RESULTADO

<b>2</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>---</b>
----------	----------	----------	------------

# Cuenta de resultados - Presupuesto 2023 (en miles de €)

	Real 2021	Previsión 2022	Presupuesto 2023	% 23/22
<b>INGRESOS</b>				
Comercialización	440	506	550	48%
Compras	1.922	3.007	3.000	1%
Actividad de gestión	370	104	104	37%
Cooperación y asociación para el desarrollo	1.200	1.654	1.605	87%
Aportes directos no finalistas	575	430	540	144%
<b>Ingresos explotación</b>	<b>4.560</b>	<b>4.880</b>	<b>5.792</b>	<b>19%</b>
Ingresos financieros	100	140	255	
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>4.660</b>	<b>5.023</b>	<b>6.045</b>	
<b>GASTOS</b>				
Actividades	3.524	3.936	3.554	100%
Suministros y servicios	1.004	1.100	1.592	160%
Suministros básicos	338	306	393	119%
Gastos materiales y otros	390	312	318	11%
Cooperación	0	0	174	
<b>Gastos explotación</b>	<b>4.457</b>	<b>5.022</b>	<b>6.042</b>	<b>20%</b>
Gastos financieros	.	0	3	
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>4.458</b>	<b>5.022</b>	<b>6.045</b>	

# Actividad e impacto 2023



## Nuestro impacto 2023

**83.000**

beneficiarios directos  
**70K en 2022\***

**610.000**

beneficiarios indirectos  
**550K en 2022\***



## Nuestras audiencias

**+1.4M**

Visitarán nuestros webs de FAD, Campus y Centro Reino Sofía  
**1.3M en 2022\***

**+5.5M**

Verán, oirán o leerán una noticia sobre FAD Juventud  
**5.1M en 2022\*\***

**+4M**

Verán u oirán una compañía de FAD Juventud  
**3.9M en 2022\*\*\***

**+77K**

Descargarán materiales e investigaciones  
**74K en 2022\***

**+155K**

Nos seguirán en redes sociales  
**130K en 2022\***

**+1M**

Interacciones en redes sociales  
**750K en 2022\***

\* Datos a 31 de octubre

\*\* Datos sobre los beneficios por un usuario en el mundo físico e interactivo con dispositivos digitales

\*\*\* Datos sobre las visitas al procedimiento de acceso a la información pública, acceso a la información pública

# Actividades transversales 2023

## TRANSFORMACIÓN DIGITAL

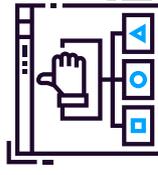


**Sexto año:**

**De lo interno a lo externo**

- **Introducción de nuevas herramientas digitales** en los niveles corporativos
- **Trabaja en una cadena de átomos de conectividad** con dispositivos inteligentes y escalables para una eficiencia

## REPOSICIONAMIENTO MARCA

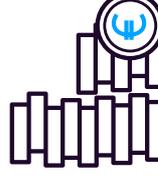


**Segundo año:**

**Cambio denominación social**

- **Creación de un plan de marketing** sobre la nueva edificación
- **Programa global** que en México y Alemania se desarrollados en red de centros de atención

## DIVERSIFICACIÓN DE FONDOS



**Primer año:**

**Plan de socios**

- **Inicio de una estrategia** de captación que se en los fondos para tener un hito con ellos

# Patronato

16 • 12 • 2022



# Índice

**01**

**Cannabis**



**02**

**Socios**



**03**

**Plan de  
actuación**



**04**

**Programas**





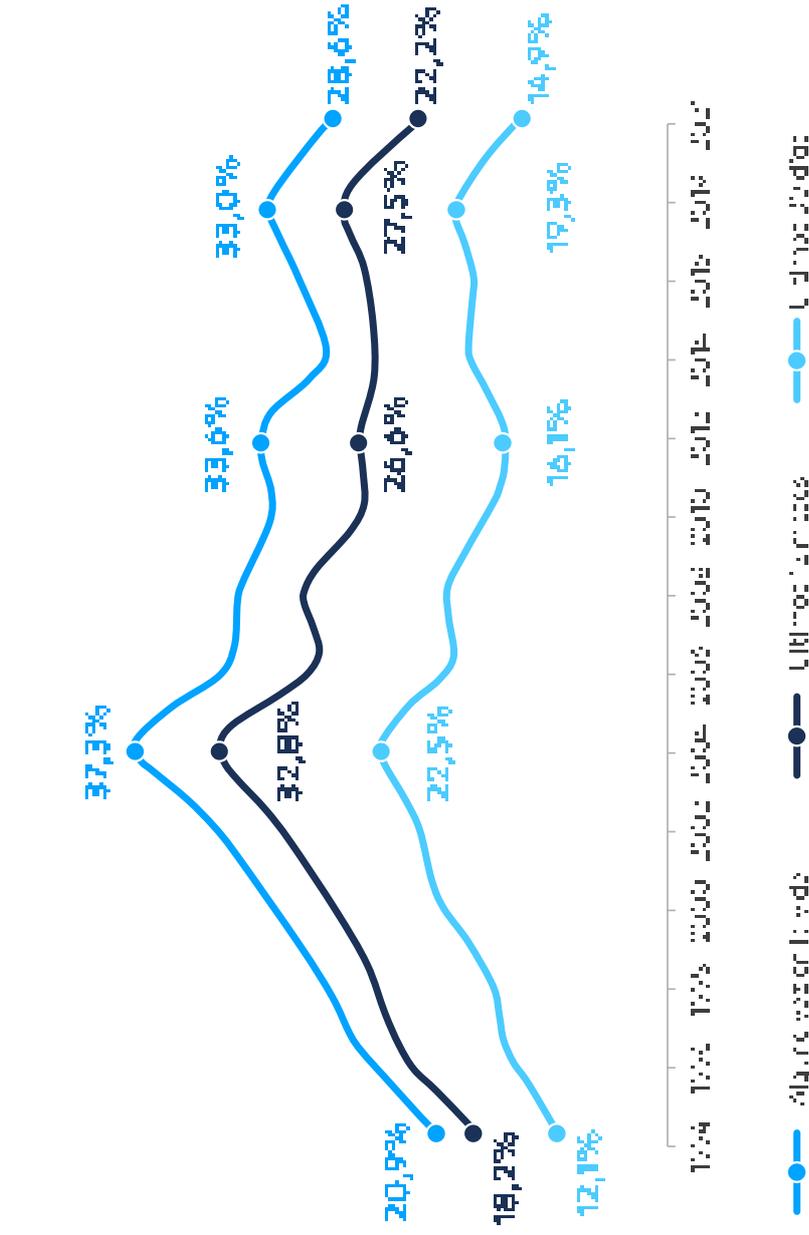


# Consumo de sustancias | Evolución 1994-2021



## Cannabis

Histórico prevalencia de consumo 14-18 años



Legalización en el censo de cannabis.



Boja percepción de riesgo.



Mejora de la imagen de consumidor.



# Estudio percepción sobre el cannabis



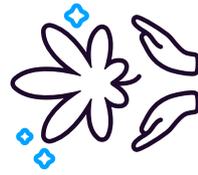
## Baja percepción de riesgo Normalización / banalización del consumo

**Esta baja percepción de riesgo favorece a la extensión y normalización del consumo que se apoya en dos ideas:**

- 1 "Por qué rechazar de la sustancia si los médicos no la dicen que es mala?"
- 2 "Los médicos y farmacéuticos, como cualquier persona, va de acuerdo delentorno. Si la mayoría de médicos no dicen que es mala."

**De este modo, la percepción de riesgo se traslada de la sustancia hacia el modo en que la persona lo consume.**

**Sin embargo, ante la percepción errónea de que "Todo el mundo consume", se asume la idea de que es una sustancia de fácil control**



**El proceso de normalización se fundamenta en:**

- A Es similar o perjudicial al alcohol y el tabaco, en exceso
- B Se trata de una sustancia peligrosa, consumida en poca cantidad, puede ser menos peligrosa que un producto aparentemente inofensivo, como la farmacia o la tuya
- C Se equívocos los riesgos o la capacidad de controlar el consumo, como alcohol y carne de los animales, con la idea de que una vez se consumen es

# Estudio percepción sobre el cannabis

## Riesgos para la salud adolescente Normalización / banalización del consumo

El consumo de cannabis genera una **dependencia** aproximadamente del 10% entre quienes lo prueban.

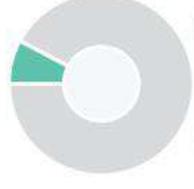


**DEPENDENCIA**  
10%

Según informan los consumidores de cannabis, éstos presentan **más problemas familiares, con los amigos, problemas de salud física y psicológicos, laborales, económicos, con la policía, y acuden más a urgencias** que los NO fumadores de cannabis <sup>2</sup>.



El 8% de todos los casos de esquizofrenia (enfermedad mental muy grave) **tienen como base el consumo de cannabis** <sup>1</sup>.



**ESQUIZOFRENIA**  
8%

Una de cada 25 personas que consumen cannabis **acudirá a urgencias o será ingresada en el hospital** en el plazo de un año tras consumirlo <sup>3</sup>.

Fuentes: <sup>1</sup> Di Forti M, Quattrone D, Freeman TP, et al, and the EU-GEI WP2 Group. The contribution of cannabis use to variation in the incidence of psychotic disorder across Europe (EU-GEI): a multicentre case-control study. *Lancet Psychiatry* 2019; 6: 427-436. Disponible en: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7446282/pdf/main.pdf>. <sup>2</sup> Observatorio Español de las Drogas y las Adicciones. Monografía Cannabis 2022. Consumo y consecuencias. Madrid: Ministerio de Sanidad. Delegación del Gobierno para el Plan Nacional sobre Drogas, 2022. 126 p. <sup>3</sup> Vozoris, N. T., Zhu, J., Ryan, C. M., Chow, C. W., & To, T. (2022). Cannabis use and risks of respiratory and all-cause morbidity and mortality: a population-based, data-linkage, cohort study. *BMJ Open Respiratory Research*, 9 (1), e001216.

# Estudio percepción sobre el cannabis

## Problemas que se perciben en los consumidores

Población 15-29 años

**PROBLEMAS DE  
RELACIÓN CON  
PERSONAS**



**54%**

De quienes conocen a un consumidor informa que tienen problemas con personas cercanas (familia, amigos, pareja).

**PROBLEMAS  
EN EL TRABAJO  
O ESTUDIOS**



**37%**

Indica que tienen problemas en el trabajo o los estudios.

**SUFREN  
CRISIS DE  
ANSIEDAD**



**34%**

Indica que sufren crisis agudas pasajeras de ansiedad o pérdida de control.

**PROBLEMAS  
MENTALES**



**33%**

Cree que tienen problemas mentales en la actualidad.

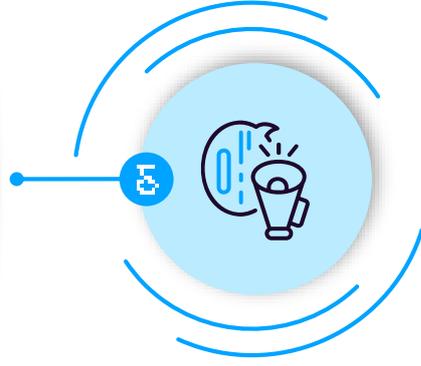


# Plan de Captación y Fidelización de socios

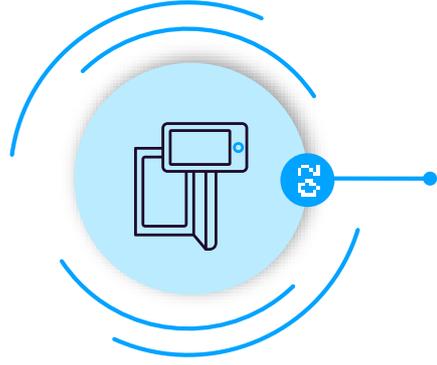


## 5 claves en base al plan propuesto por el Boston Consulting Group

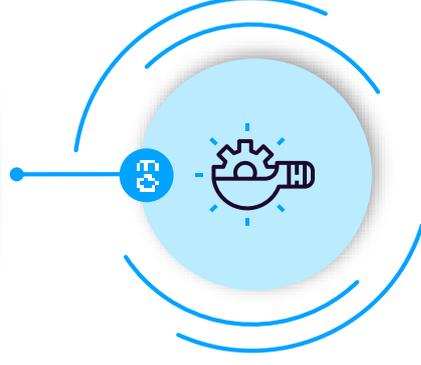
Comunicar la causa y el propósito es fundamental



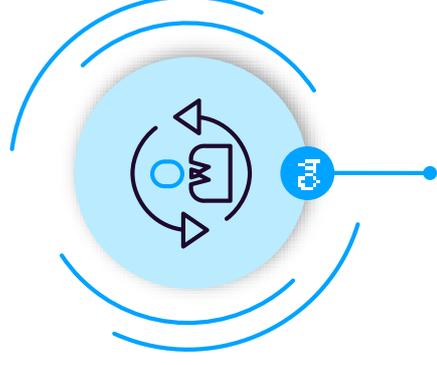
La estrategia de captación es multicanal



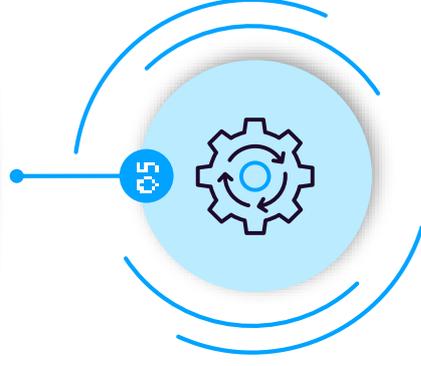
El modelo de gestión (cost-captación) es clave



Es preciso contar con un personal especializado



Es un proceso continuo y progresivo (medio plazo)



# Plan de Captación y Fidelización de socios



## Tangibilización Problema – Solución



**1 de cada 3 chicos y chicas** no expone su talento como **soluciones** a nuevos problemas en el último año.



**El primer consumo de cocaina** se produce en un niño antes de los 7 años.



**Casi el 10%** de los estudiantes ha apostado por **dinero online** en el último año.



**Entre los 8 y los 12 años** se crean los primeros videos de **contenido porno en España**. El 65% de los usuarios son menores de edad en ese momento.

### Con X €...



Podemos atender a más adolescentes en riesgo (ESICU)



mejoras el acceso de jóvenes vulnerables a un seguro (Programa de Empleo)



Podemos prevenir el consumo de drogas en el medio or profesional, la educación y otros sectores (García Álvarez)



Podemos influir en las políticas públicas sobre los riesgos de la juventud (García)

# Plan de Captación y Fidelización de socios



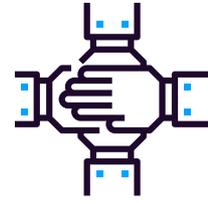
## INVERSIÓN

IR-1	100,000 €
IR-2023 (Sociedad)	100,000 €
IR-2023 (Asociado)	27,000 €
<b>TOTAL</b>	<b>227,000 €</b>



## GASTO

Coste de captación y fidelización	100,000 €
IR-11	40,000 €
Impuestos	10,000 €
Provisión devaluación	77,000 €
<b>TOTAL</b>	<b>227,000 €</b>



219

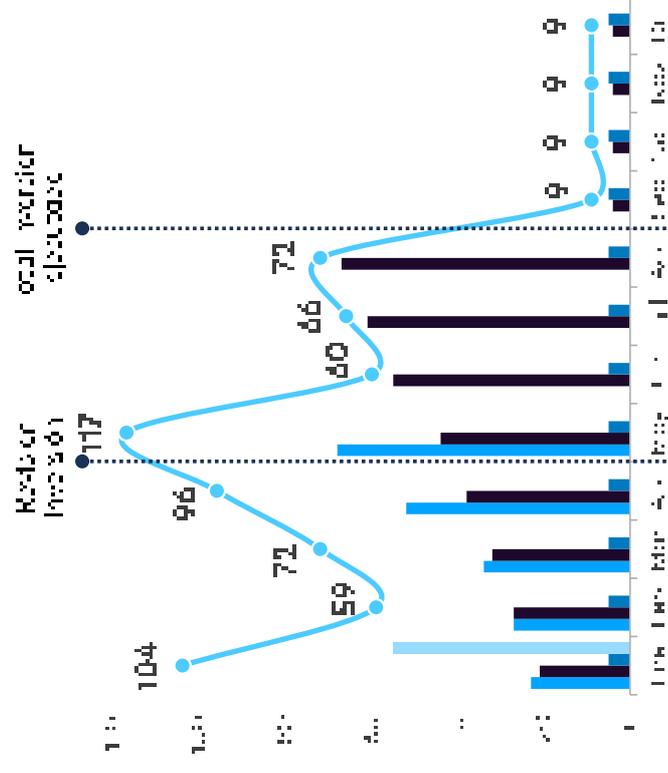
IR-2023 (Sociedad)  
2022

Capitalización  
Asociado 2022

828

IR-2023 (Sociedad)  
2022 (Sociedad)

## Evolución altas socios / as 2023



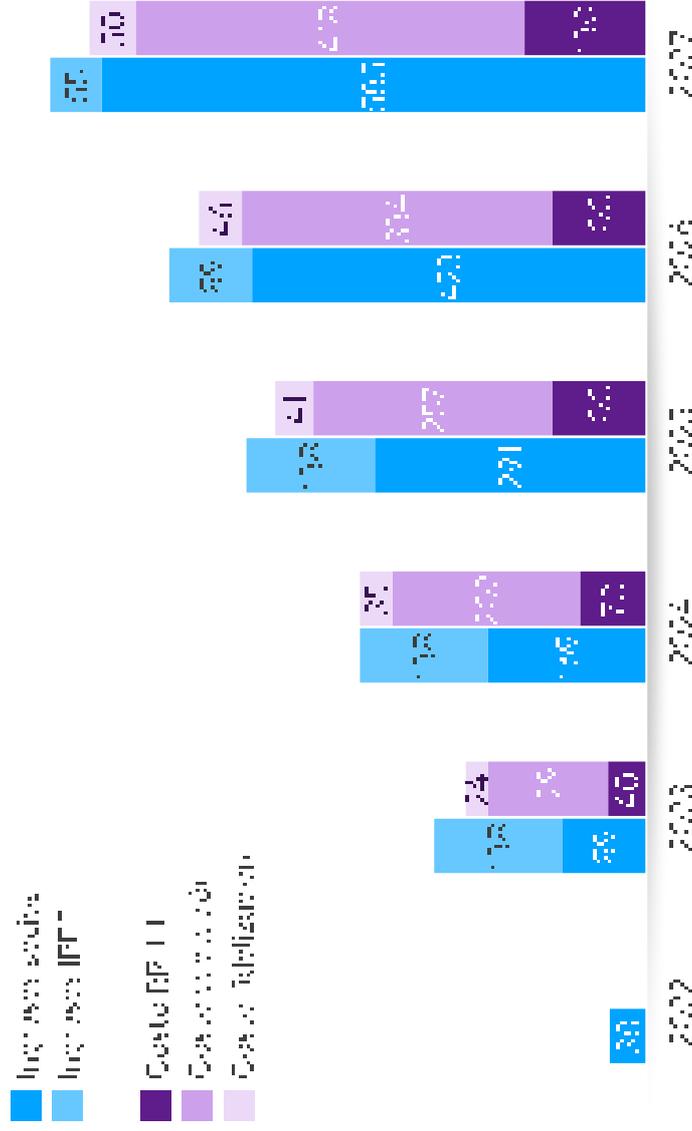
# Estrategia 2023 - 2027



## Evolución Ingresos-gastos (en miles de €)

Cuota media mensual: **11 €** 

Aportación anual media: **138 €**



**AÑO**      2023    2024    2025    2026    2027

CPS (coste por comisión)

190 €    210 €    214 €    219 €    227 €

CP (coste por financiación)

112 €    44 €    25 €    19 €    14 €



**-0,45**

**ROI CAPTACIÓN**  
(Coste por comisión)  
año a 2023-2027



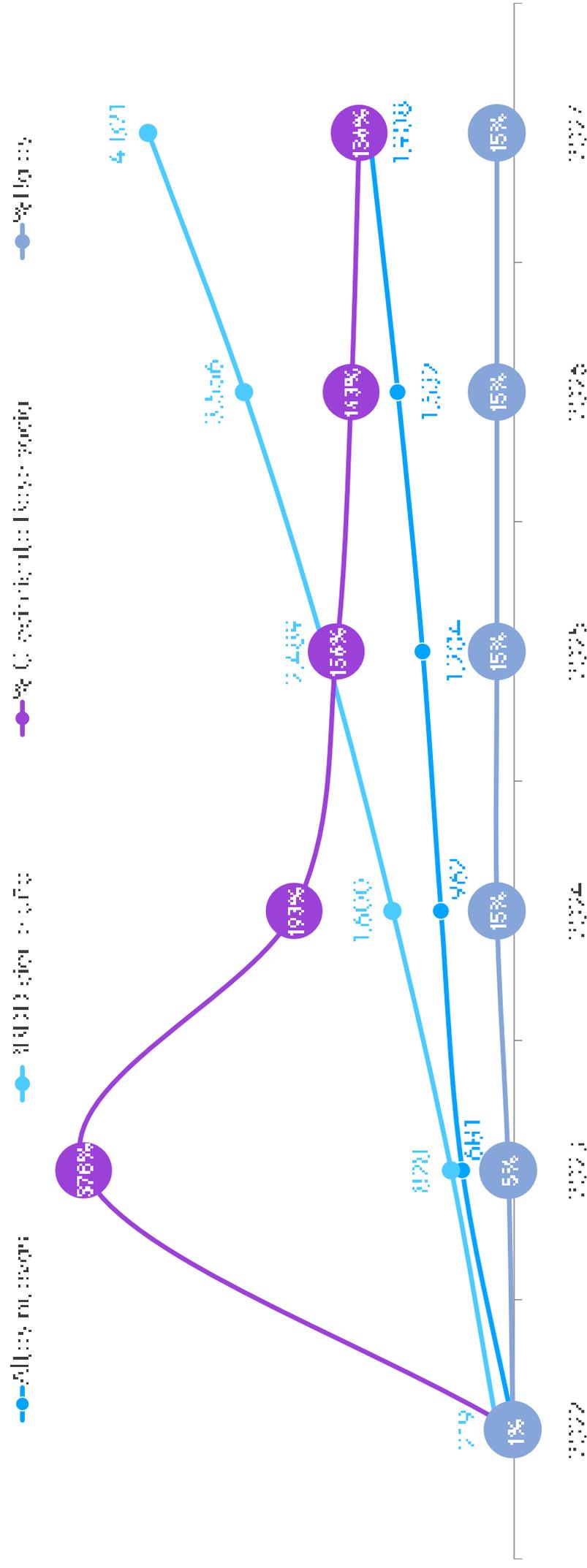
**19**

**PAYBACK**  
(Recuperación de la inversión)  
año a 2023-2027

# Estrategia 2023 - 2027



## Evolución socios anual

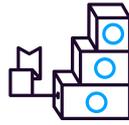




# Plan de actuación 2023



# Plan de actuación 2023



## Propósito

**Mejorar** el bienestar y la calidad de vida de la juventud como protagonista en su presente y artífice del futuro.



## Misión

**Analizar, actuar e influir** en todos los ámbitos a desarrollo de la juventud.



## Temáticas

Salud y bienestar integral y envejecimiento activo y la transición digital, género y valores.



## Principios

En el marco de los **ODS** y los **DDHH** promover la calidad de vida, igualdad, sostenibilidad, ética, transparencia y colaboración.



## Actividad

### Fod ANALIZA

- Monitorizar e intervenir en los ámbitos de interés
- Actuar de forma proactiva y preventiva
- Generar propuestas de mejora

### Fod ACTÚA

- Promover los espacios de participación de forma activa
- Campañas de sensibilización
- Servicios de información y orientación

### Fod INFLUYE

- Cooperar
- Escuchar, participar y co-crear
- Gestionar problemas y conflictos públicos

# Plan de actuación 2023



## Empleo y Emancipación



## Salud y Bienestar

### 01. Analiza

Investigación en Género y la "Soñiga"

#### Financiación privada:

- D.C. editor sobre emprendimiento y emancipación (audiencias e indirectas) C.R.3

#### Financiación privada:

- D.C. editor en Salud y Bienestar 2023 (F.M.M)
- Realización de actividades (F.M.M)
- Iniciativas tecnológicas en salud al cuidado de la vejez (Financiación Pfizer)
- D.C. editor sobre salud (Indicadores e Indicas) C.R.3

### 02. Actúa

Intervenciones en Campus 3.0 y Generación

#### Financiación privada:

- W.T (Google), sector tecnológico
- Netflix, sector audiovisual
- EGE34, sector audiovisual
- El arte de hacer emprendimiento
- Generando oportunidades de empleo (edits), soft skills para el empleo
- Financiación de Co. va, nueva propuesta

#### Financiación pública:

- Formar e integrar en el sistema laboral y emprendimiento (Coborhin, El Salvador, Nicaragua)

#### Financiación pública:

- C.TV (programa Universal)
- Plata e videoconferencia (e-ocio)
- Investigación e innovación en
- Camp y Cambin
- Talleres "Disennar tu vida"
- Nueva forma de fumar
- Prevención de adicciones sin sustituir e
- Formar e integrar a profesionales, Futuros Ámbar y Familias

#### Financiación pública privada:

- SIOE (Iniciativa Familias y a Jóvenes) Amazon, F. Kennama

### 03. Infiuye

Campañas de sensibilización

- Cannabis (Forma privada)
- SIOE Jóven (F. Korte)
- Salud Mental (Amazon)

# Plan de actuación 2023



## Educación y ciudadanía digital



## Valores y participación



## Género

**01. Analiza**  
Investigación en  
Comercio Electrónico (España)

- Financiación privada:**
- Estrategias tecnológicas aplicadas al comercio electrónico (DDBVA)
  - DDBVA sobre educación y competencias digitales (reparadas e indirectas) CERS
- Financiación pública:**
- Programas asociados a los TIC (FNUED)

**02. Actúa**  
Iniciativas en  
Campus 2.0 y  
Cooperación

- Financiación privada:**
- Ediciones Cooperativas (DDBVA)
  - Surfcoaching (Geogeo)
  - Medir (Cooperación de Coles)

**03. Infiere**  
Campañas de  
sensibilización

- Orç digital (Fondos Europeos)

- Financiación privada:**
- Banco STEVA (F. Endesa)
- Financiación pública:**
- Minis... (Ayudas formativas)
  - Com... (de paragonia (IRPF))

- Financiación privada:**
- Banco STEVA (F. Endesa)
- Financiación pública:**
- SocialFes (IRPF)
  - Ciudadanía segura. Documento de evaluación de riesgos (El Salvador)
  - Empoderamiento económico y social de las mujeres (Nicaragua)

- Financiación pública:**
- Minis... (Ayudas)

# Analiza – Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud



## Investigación – Observatorios 2023



### OBSERVATORIO sobre JÓVENES Y GÉNERO

- Anuario sobre Juventud y Género (4ª edición)
- Géneros y desigualdades: abordando los desafíos. Proyecto GIG (20)
- Géneros y consumo de pornografía
- Informe sobre la prevención de una



### OBSERVATORIO de BIENESTAR Y SALUD

- Anuario sobre Salud y Bienestar Juvenil (4ª edición)
- Informe sobre jóvenes y discapacidad
- Géneros y relaciones afectivas: los jóvenes en el primer año de la vida universitaria
- Informe sobre regulación de aptitudes en el ámbito de la salud



### OBSERVATORIO de JÓVENES Y TECNOLOGÍA

- Géneros y videojuegos: Presentación estudio
- Riesgos asociados a los TIC
- Riesgos asociados a los TIC en la ciudad de Madrid (estudio nacional del mercado nacional)



### EDUCACIÓN

- Estudios de investigación sobre aptitudes en la realidad extendida

# Analiza – Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud

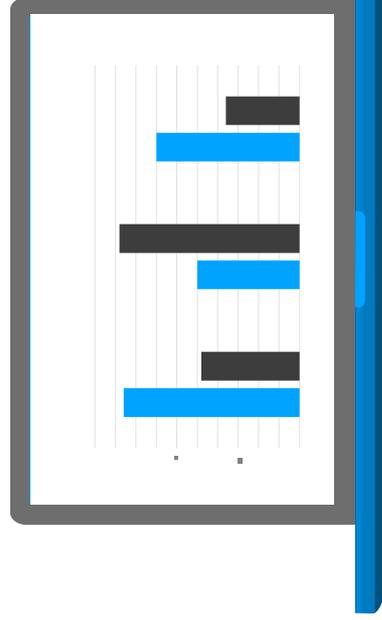


## Investigación – Índices y divulgación

 **Índices e indicadores de Desarrollo Juvenil**

**Índice de Capacidades.**

**Índice Sintético de Desarrollo Juvenil Comparado.**  
Mejora en la socialización de jóvenes.



 **Difusión y Divulgación**

**En 2023 se realizarán 2 jornadas (propuesta):**

- 1** Estereotipos y roles de género en la juventud: avances y nuevas fronteras en igualdad
- 2** Jóvenes digitales. Oportunidades y riesgos de las pantallas: caso de debates, etc.

**Se trabajará específicamente en la mejora y difusión del Blog del Centro, así como en el incremento de suscriptores.**



## Programas de Prevención y Formación



### Salud y Bienestar



- Contrata tu propia prevención (preventiva) (TP)
- Programa vida, prevención y bienestar (TP)
- Prevención a medio y largo (TP)
- Centro Cambio (TP) (a largo)
- Taller "Prevención y vida" (TP)
- Subvenciones de fumar (TP)
- Prevención de adicciones en adolescentes (TP)
- Programas de prevención de Substancias tóxicas y familiares (TP)
- SUDP (Substancias Tóxicas)

### Empleabilidad



- W-T (sector tecnológico) (Google)
- Sector audiovisual (Netflix)
- Sector servicios (Google)
- Sector economía verde (TP) (a largo)
- Contratación directa (datos en empleo, sector específico en el empleo) (a largo)

### Educación y Ciudadanía Digital



- Director General (DGT) (a largo)
- S. (Google)
- (a largo)

# Actúa – Campus Fad



## Programas de Prevención y Formación

### Valores y Participación



- Contrastes y valores: presentación (Desarrollo tus valores en (Mater))
- La Nueva Generación (C. Píbilica)
- Cívica (F. García)
- Valores? (C. Píbilica)
- Parents and teachers (C. Píbilica)
- También educar a nuestros hijos (C. Píbilica)

### Género



- Programa STEVA (C. Píbilica)
- Igualdad (C. Píbilica)



### Mejoras

Digitalización y automatización de procesos de formación online.  
Medición de impacto



### Familias

Intervención en recursos formativos y formatos

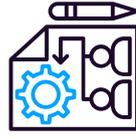
# Actúa – Cooperación al Desarrollo



**GRAN IMPACTO COVID-19**  
en Latinoamérica



**POBLACIÓN**  
especialmente vulnerable



**NUEVOS PROYECTOS**  
propuestos para la restitución  
de **DERECHOS VULNERADOS**



**9,3M** vo JMAR presentado  
**8,0M (86%)** vo JMAR ejecuciones

## Convenios AECID

### → Nicaragua

- Construye de Fe y Ternura e Imagina el porvenir
- 24 meses
- 2,6 M

### → El Salvador

- Violencia en contextos vulnerables
- 62 meses
- 3M

# Actúa – Cooperación al Desarrollo



## Proyectos en ejecución 2023

### → Nicaragua

- Realización de los talleres de Cultura de Paz y Resiliencia en el marco del Plan de Acción de Paz y Resiliencia del GOVAD, con el apoyo de GOVAD y el programa de Cooperación al Desarrollo de la Unión Europea.
- Proyecto de fortalecimiento de la capacidad de los actores locales en el sector de la salud.
- Desarrollo de la estrategia de cooperación al desarrollo en el sector de la salud.

### → El Salvador

- Desarrollo de un programa de apoyo a las comunidades indígenas en el departamento de San Vicente, con el apoyo de GOVAD, GOVAD y el programa de Cooperación al Desarrollo de la Unión Europea.
- Desarrollo de un programa de apoyo a las comunidades indígenas en el departamento de San Vicente, con el apoyo de GOVAD, GOVAD y el programa de Cooperación al Desarrollo de la Unión Europea.

### → Colombia

- Gestión de la estrategia de cooperación al desarrollo en el departamento de Cauca, con el apoyo de GOVAD y el programa de Cooperación al Desarrollo de la Unión Europea.
- Desarrollo de la estrategia de cooperación al desarrollo en el departamento de Cauca, con el apoyo de GOVAD y el programa de Cooperación al Desarrollo de la Unión Europea.

**18** proyectos en ejecución

## Educación para el Desarrollo

- Educación para el desarrollo en los departamentos de Cauca y Valle del Cauca, con el apoyo de GOVAD y el programa de Cooperación al Desarrollo de la Unión Europea.
- Educación para el desarrollo en los departamentos de Cauca y Valle del Cauca, con el apoyo de GOVAD y el programa de Cooperación al Desarrollo de la Unión Europea.
- Educación para el desarrollo en los departamentos de Cauca y Valle del Cauca, con el apoyo de GOVAD y el programa de Cooperación al Desarrollo de la Unión Europea.

# Influye – Sensibilización social



## Campañas Fad

- Referente claro en el sector de la comunicación social



## Palmarés 2022

- Fad Juventud:** Gran premio a la mejor estrategia de comunicación social 2022. Premio social CIJusec
- Campaña "Por no... porno":** Premio a la mejor campaña social CIJusec
- Campaña Adolescencia:** Premio mejor campaña social CIJusec
- Campaña #NoLeDesaloca:** Premio mejor campaña social a la mejor mujer política del año | Cdu, política



En un proceso y mediano de familiarización con los adolescentes



Presencia en las redes sociales  
 importancia de las redes  
 involucrar en el  
 contenido de ocio digital  
 en sus páginas y en  
 redes sociales,  
 video, logos, etc. por  
 etc.

Presencia en las redes  
 redes sociales por el  
 contenido de ocio  
 en redes sociales,  
 contenido de ocio  
 contenido de ocio

TV media, online  
 y exterior

Tercer target en  
 digital

# Influye – Sensibilización social



## PREVENCIÓN CONSUMO CANNABIS

Segundo cuatrimestre

Prevención de consumo de cannabis entre adolescentes y jóvenes (15-29 años)

Enfoque desde la salud pública

España a lo cabeza de este consumo en Europa en las últimas etapas más jóvenes



## MASCULINIDAD TÓXICA

Tercer cuatrimestre

Visibilizar discursos masculinos tóxicos que minimizan, invisibilizan o niegan la existencia de desigualdades de género, sobre todo en espacios digitales.

Basado en investigación de **Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud**.

1 de cada 5 jóvenes (15-29 años) niegan la existencia de violencia de género





# Impacto STEM – Fundación Endesa



# IMPACTO STEM

# SOLO UN 13%

DE LOS ESTUDIANTES  
MATRICULADOS EN ESTUDIOS STEM EN ESPAÑA

# SON MUJERES

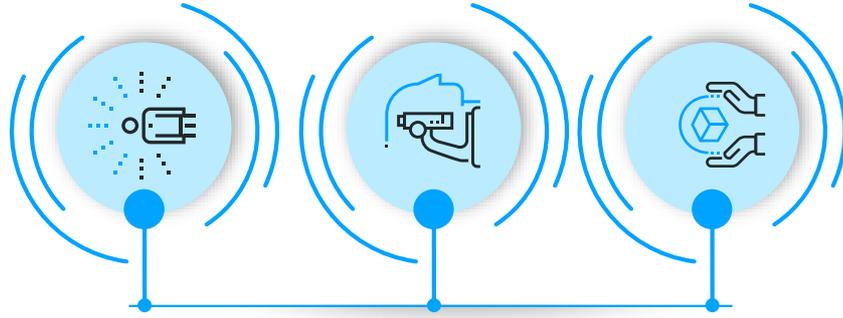
'El estado de la ciencia 2020' por la OEI



# Impacto STEM – Fundación Endesa



**Fomentar las vocaciones STEM entre las chicas**



liminando barreras estereotipos sociales

umentando el visibilidad de la ciencia entre las chicas

visibilizando importancia de STEM para la mejora de nuestra vida



## Proyecto piloto: impacto STEM

- Dirigido a orientadores escolares
- Participantes: 23 orientadores/as de ámbito educativo con acceso a un aula de Educación Secundaria Obligatoria.
- Excelentes valoraciones:
  - El 100% valoran los contenidos, metodología y resolución de dudas con puntuaciones por encima de 5
  - El 100% afirman tener más ideas de mejora para su práctica profesional de asesoramiento.

# Delivering Smiles - Amazon



**A MICRO  
ABIERTO**

#DeliveringSmiles



“Hablemos a micro abierto  
sobre salud mental”.



Carolina Iglesias



Andrés Ceballos



Tania Llasera



Rayden

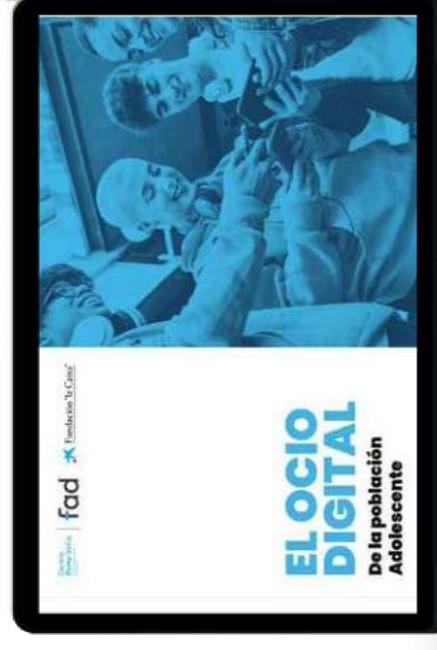


Hajar Brown

# El ocio digital adolescente - EduCaixa



FUENTE	Año de publicación	Edad	Muestra (N)
Jóvenes en el mundo virtual: Usos, prácticas y riesgos.	2018	14-17 años	241 casos
Las TIC y su influencia en la socialización de adolescentes	2019	14-16 años	1.624 casos
Jóvenes, ocio y TIC	2020	15-19 años	655 casos
Barómetros Jóvenes y Expectativa Tecnológica 2020	2020	15-19 años	384 casos
De puertas adentro y portallas fuera. Jóvenes en confinamiento	2020	15-19 años	391 casos
Barómetro Jóvenes y Tecnología 2021, Trabajo, estudios y prácticas en la incertidumbre pandémica	2021	15-19 años	386 casos
Entre la infancia y la adolescencia	2022	25-65 años	1.803 casos
Consumir, crear, jugar, Panoámica del ocio digital de la juventud	2022	15-19 años	384 casos



# El ocio digital adolescente – EduCaixa



## El ocio digital adolescente

La omnipresencia del ecosistema digital en sus vidas ha generado una valoración mayor del tiempo de desconexión

Dedican unas 7 horas diarias al ocio digital. El tiempo libre mediado por tecnologías es casi el doble que el dedicado a ir al cine, ir a conciertos, ir de tiendas o salir de fiesta

El 84'9% genera contenidos que comparten y que el 84'4% juega a videojuegos, no sorprende que 1 de cada 3 desee ser influencer

Problemáticas asociadas al ocio digital adolescente

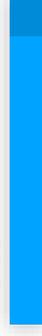
**01. Desigualdad a la hora de aproximarse al ocio digital desde una perspectiva material**

67%



Se relaciona con carencias materiales como tener algún ordenador o móvil, o no disponer de uno

90%



Se relaciona con carencias materiales como tener algún ordenador o móvil, o no disponer de uno

**02. Saturación y consumo excesivo de pantallas.**

**03. Precipitantes el elevado desconocimiento sobre el gasto en suscripciones o contenidos de pago**

**04. Algunas experiencias de acoso, hostigamiento y vulneración de la intimidad**

# Surfear la red + BeCritical – Google / EduCaixa



Curso de capacitación docente en pensamiento crítico, alfabetización mediática y ocio digital:

