



PLAN DE JUVENTUD 2008 – 2011

MUNICIPIOS DE LA MISSEM



Índice

PARTE I:

El punto de partida. Los antecedentes 3

PARTE II:

Análisis sociológico de la juventud. 6

El diseño de la consulta..... 6

Estrategia de comunicación..... 8

Metodología..... 10

Las encuestas 11

Cronograma general 12

PARTE III:

Puesta en marcha. Logros alcanzados. 13

PARTE IV:

Encajando piezas. La estructura del Plan 15

Estructura del plan estratégico..... 16

Fundamentación 17

Objetivos 18

Destinatarios 19

Metodología..... 26

Comunicación 29

Plan de Marketing 29

Calidad..... 32

Evaluación..... 32

Observatorio..... 34

PARTE V:

Organización interna. Sistema de calidad..... 35



PARTE I:

El punto de partida. Los antecedentes



Después de largos años de intervención y desarrollo de acciones en materia de juventud en los municipios de la mancomunidad MISSEM. El plan joven ha ido consolidando tanto los programas como los recursos y profesionales que conforman el servicio.

De este modo el Plan Joven se ha consolidado, gracias en gran medida al compromiso individual y grupal de los municipios mancomunados y al apoyo económico a través de convenios anuales de la Dirección General de Juventud de la Comunidad de Madrid.

De esta manera se ha afianzado un equipo de trabajo compuesto por dos animadores socioculturales, una técnico y un coordinador que llevan trabajando de forma conjunta desde el año 2006. Esta estabilidad y continuidad en el trabajo propicia y da lugar a nuevos cuestionamientos e ideas para el futuro.

El servicio de juventud, al igual que el hecho mismo de ser joven es un ente vivo y flexible que ha de hacer lo imposible por amoldarse a las nuevas circunstancias, dar oferta a las nuevas demandas y ajustarse a los nuevos tiempos que reclama la juventud. Sin esta perspectiva el servicio de juventud carecería de sentido y trabajaría desde una idea errónea basada en el inmovilismo y en la cotidianidad. Debemos de entender que el servicio de juventud como área municipal cuenta con elementos positivos y favorables a la hora de realizar cambios y nuevas propuestas. El servicio de juventud trabaja con jóvenes, es decir su cliente potencial no sólo admite cambios, sino que los lidera, entiende y reclama la innovación.

Asumiendo esta realidad, que forma parte de nuestro desempeño diario, el equipo de juventud entendió que este entorno flexible tenía que ser aprovechado para dar respuesta a los y las jóvenes de nuestra mancomunidad.

Con esta "visión" comenzamos a reflexionar sobre nuestro trabajo, nuestro impacto y nuestra responsabilidad a la hora de favorecer la calidad de vida de la población juvenil. Por ello a mediados de abril y gracias al desarrollo de una asesoría en materia de trabajo en equipo, comenzamos a diseñar el boceto de lo que posteriormente se convertiría en el nuevo Plan de juventud.

En esta primera acción formativa tejimos los mimbres que tendrían que sostener este cambio, fortalecimos el trabajo en equipo, la confianza entre los miembros y fundamentalmente el trabajo coordinado. Este hecho "calo" en el equipo de un modo más profundo del que era previsible y afianzo la idea común de mejorar nuestro trabajo, de hacerlo más palpable y accesible a la población juvenil, de convertirlo y convertirnos en un servicio municipal con proyección y representación a nivel institucional. Así y junto con los sofocantes calores estivales decidimos comenzar nuestra transformación, de un modo pausado, medido y controlado.

La primera parte de este cambio consistió en asumir que para desarrollar algo del calado y el impacto que teníamos previsto debíamos de rodearnos de profesionales que ya hubieran puesto en marcha una acción a este nivel. Así que volvimos a contar con la Escuela de Animación de la Comunidad de Madrid para desarrollar una asesoría en materia de programación a través de la cuál tejimos y nos creímos el nuevo proceso que íbamos a poner en marcha.



La verdad es que de estos tiempos sólo podemos recordar la infinidad de dudas, de trabas internas y de vueltas de tuerca que nos suponía poner en marcha un dispositivo que facilitará el cambio, pero finalmente lo conseguimos y fue posible gracias a tener en cuenta que debíamos apostar por la juventud, apostando de esta manera por el futuro, por un futuro en el que la población este formada, se sienta participe de su realidad social, que salga del hastío, que se “mueva” y “luche” por mejorar su realidad cotidiana y municipal.

Teniendo esta imagen fija en nuestras cabezas construimos una estructura sólida y entendible que tenía su punto de partida en ese momento y que finalizará dentro de cuatro años, pero eso ya forma parte del futuro...



PARTE II:

Análisis sociológico de la juventud.

El diseño de la consulta.



Partiendo del cuestionamiento interno anteriormente citado y de toda la labor desarrollada. El equipo de juventud asume el compromiso de poner en marcha un nuevo Plan de Juventud que estructurará las líneas políticas y sociales para los próximos cuatro años.

Posterior al punto de partida este diseño debe de estar fundamentado en un orden lógico que nos proporcione datos reales y palpables sobre los intereses y necesidades de los y las jóvenes. De la misma manera entendemos que para el buen devenir de este nuevo propósito, es necesario contar con el apoyo institucional y con la implicación y participación del colectivo juvenil. Entendiendo estos aspectos como fundamentales el Plan Joven pone en marcha una fase de análisis compartido entre políticos, jóvenes y técnicos que denominamos. La consulta

Objetivos

GENERAL

Realizar un proyecto conjunto entre jóvenes, políticos, agentes sociales y técnicos que sustente la política en materia de juventud para la próxima legislatura de manera que se determinen estrategias y acciones consensuadas y participativas para los años 2008 – 2012.

ESPECIFICOS

Reformar el Servicio de Juventud desde la participación, convirtiéndolo en un servicio accesible, público y de calidad que constituya un referente para l@s jóvenes de la Mancomunidad

Dotar, a todos los ámbitos del Plan Joven, de un carácter real que se rija por las necesidades manifiestas que puedan extraerse a través de un proceso de consulta a la población juvenil de la mancomunidad.

Implicar a todos los agentes, poderes, entidades,...; que interviene con y para la Juventud, para sacar el máximo rendimiento a las conclusiones que puedan desprenderse de esta iniciativa.





Estrategia de comunicación

La estrategia de comunicación a la hora de desarrollar un Plan de Juventud se convierte en algo de vital importancia. Los cambios que se quieren realizar de una forma conjunta deben de ser comunicados a todos los agentes intervinientes, de manera que se sientan integrados y colaboradores vitales de toda la transformación.

Para comunicar el Plan de Juventud se tendrán en cuenta distintos agentes y distintos procesos para cada uno de ellos. Los agentes son los siguientes:

Agente	Método	Información	Quienes	Responsable
Políticos de la MISSEM	Participación en Juntas de Gobierno con todos los concejales	Plan estratégico	6 municipios	EQUIPO PROMOTOR
Jóvenes	Carta personalizada a todos los jóvenes de la mancomunidad de 15 a 30 años	Plan estratégico	Jóvenes de 15 a 30 años	
	Cartelería	Distintos procesos del Plan: búsqueda de información, análisis de información, muestra de propuestas y acciones		
Asociaciones	Reuniones	Informarles del Plan Estratégico Pedirles información para la elaboración de encuestas y sobre la realidad de los jóvenes y municipios	AJIL, UNDERGRAUND, GRILLOS. AGENDA 21	
Áreas municipales	Reuniones	Informarles del Plan Estratégico Pedirles información para la elaboración de encuestas y sobre la realidad de los jóvenes y municipios y como mejorar los recursos y actividades que desarrollan	IES, Polideportivos, Casas de la Cultura, CAPI, etc	

* Los Alcaldes serán los encargados de enviar las cartas a través de sus recursos humanos municipales. La propuesta de carta se hará a través del grupo promotor siendo los Alcaldes los que elijan la más adecuada.



Concretamente la información se va recoger por distintas vías, por lo que adecuar la estrategia de recogida para que esta sea eficaz es una tarea relevante.

Para ello tenemos claro que tenemos que apostar porque las encuestas se recojan por parte de responsables municipales o en su caso por responsables del grupo promotor. De esta manera en según que espacios la tarea de recogida será la siguiente:

Lugar / Forma	Responsable	Lugar de recogida	Método
Encuesta personalizada	Equipo Promotor	Casa de la juventud Espacios municipales	Buzones
Espacios municipales	Equipo Promotor y técnicos municipales	Espacios municipales	Buzones Técnico municipal
Espacios informales	Equipo promotor y asociaciones	Casa de la juventud	Buzones Personal técnico
Grupos informales	Equipo promotor	Casa de la juventud	Buzones Personal técnico
Grupos informales	Equipo promotor	Página WEB	Página WEB

Para cada uno de los procesos y cada uno de los lugares se colocará cartelería (elaboración del plan, búsqueda de información, elaboración de propuestas, etc), los buzones propuestos llevarán esta cartelería de manera que todos los y las jóvenes así como todos los agentes intervinientes se sientan partícipes y conozcan concretamente el momento en el que se encuentra el desarrollo del Plan estratégico.

Los procesos son:

DIVULGACIÓN: HA LLEGADO EL MOMENTO...

CONSULTA: ... TUS IDEAS CUENTAN...

ANÁLISIS: ...Y VAMOS A DEMOSTRARLO...

RESULTADOS: ...¿LO HEMOS LOGRADO?. DESCUBRELO.

1 DE ABRIL PRESENTACIÓN NUEVO PLAN JOVEN ESTAD ATENTOS/AS



Metodología

La metodología nos aclara como vamos a favorecer la participación de los distintos agentes intervinientes.

Agente	Funciones	Componentes	Periodicidad ¹	Razón	Método	Responsables
Comisión política	Toma de decisiones. Capitanear los procesos	Alcaldes y Concejales de Juventud	1 por municipio	Informativa ²	Reunión en Junta de gobierno	Equipo promotor
			1 para todos	Diseño de encuesta ³	Comisión de concejales	
			1 por municipio	Resultados y propuesta de acciones	Reunión en Junta de gobierno	
Comisión Juvenil	Aportación de ideas. Difusión. Recogida de cuestionarios	AJIL, LOS GRILLOS, UNDERGRAUND, AGENDA 21	1	Informativa	Reunión individual con cada entidad	
			1	Cuestionario	Comisión conjunta	
Colaboradores	Aportación de ideas Difusión Apoyo en la fase de consulta	Servicios Sociales ⁴	1	Informativa	Individual responsable de SSSS	
			1	Cuestionario	Individual con cada servicio y/o recurso	
		Polideportivos, centros culturales, centros sanitarios, policía, técnicos de municipios colindantes, IES, AMPAS, Casas de la Juventud	1	Informativa	Individuales	
			1	Cuestionario	Individuales	
Equipo Promotor	Elaboración de documentación, difusión, elaborar la propuesta de acciones	Equipo del Plan Joven	Una semanal	Coordinación	Reunión	
Asamblea General	Dar a conocer el Plan	Todos los agentes	1	Informativa	Asamblea	

¹ Las reuniones se irán sucediendo en forma de cascada. Es decir en primer lugar los municipios y posteriormente entidades y asociaciones.

² Se contará con todos los componentes de los equipos de gobierno ya que se realizará en las Juntas de Gobierno municipales.

³ Se trabajará a través de una comisión concreta formada por los seis concejales de juventud. Se les entregará el borrador de la encuesta para que la validen

⁴ En servicios sociales contamos con AEDL, Mujer, Escuelas de padres y madres, Educadores/as, Empleo, Inmigración, Mayores, Discapacidad y Garantía social.



Las encuestas

El método determinado para poder conocer los intereses de los y las jóvenes de la mancomunidad y de esta manera poder desarrollar un programa de acciones concretas ajustadas a sus necesidades e intereses, es el de la encuesta. Este método (ajustado específicamente a materias relacionadas con la juventud) nos dará la oportunidad de acercarnos a los jóvenes y de hacerles participe de un proceso de cambio y de mejora de su calidad de vida.

La población total juvenil (15 a 30 años) de la mancomunidad MISSEM es de 3. 267 jóvenes⁵. Esta será la cifra utilizada para realizar el envío de cartas y cuestionarios a los domicilios de todos los y las jóvenes.

La cantidad de encuestas útiles para el desarrollo del estudio son de 398, lo que supone un 12,18 % del total de la población de la mancomunidad, que nos ofrecerá un margen de error del 5 %, suficiente para el buen desarrollo del estudio.

En cuanto al proceso de elaboración, forma y tabulación, la estructura será la siguiente:

Método	Individuales a toda la población de entre 15 y 30 años.
Forma	Dos caras en un mismo folio. La primera realizada enteramente sobre temáticas relacionadas sobre los programas de juventud. La segunda sobre aspectos relevantes de su vida y entorno (deportes, transporte, cultura, educación, etc)
Valores	Se tendrán en cuenta aspectos tales como: edad, municipio y sexo.
Quién las hace?	Todos los agentes intervinientes podrán formular cuestiones que serán validadas por el equipo promotor
Quién las formula?	Sociólogos y AEDL de los SS.SS de la MISSEM
Quién las pasa?	A través de las Alcaldías. A través del equipo promotor con el apoyo de colaboradores y asociaciones juveniles.
Quién las valora?	Sociólogos y AEDL de los SS.SS de la MISSEM

NOTA 1^a: Se realizará una única encuesta para todos los tramos de edad.

NOTA 2^a: Se contará con un programa informático específico para la tabulación de las encuestas.

⁵ Datos obtenidos de padrones municipales a diciembre de 2007



Cronograma general

Actividades	Nov	Dic	Ene	Feb	Mar
Información a políticos a través de las Juntas de Gobierno					
Reuniones informativas con asociaciones, áreas municipales y colaboradores					
Reuniones para diseñar los cuestionarios con asociaciones, áreas municipales y colaboradores					
Borrador de encuesta para la comisión política y propuesta de nueva imagen del Plan Joven					
Encuesta definitiva aprobada por la comisión política y aprobación de la nueva imagen del Plan Joven.					
Envío personalizado a los y las jóvenes de la carta de presentación municipal y encuesta.					
Entrega a las áreas municipales y colaboradores de encuestas.					
Recogida de información y desarrollo de la I Comisión de Concejales/as de Juventud					
Tabulación de la información y elaboración de propuestas					
Borrador del Plan estratégico					
Aprobación de acciones y propuestas del Plan estratégico					
Presentación y difusión del Plan Joven 2008 – 2012.					



PARTE III:

Puesta en marcha. Logros alcanzados.



- ⑥ Aprobación y firma del PLAN por todos los municipios de la MISSEM
- ⑥ Colaboración con las áreas municipales de los 6 municipios
- ⑥ Colaboración con todas las entidades juveniles
- ⑥ Colaboración IES y Servicios Sociales de la MISSEM
- ⑥ Envío de encuestas al 100% de la población juvenil
- ⑥ Puesta en marcha y desarrollo de la I Comisión de Concejales/as de Juventud de la MISSEM



PARTE IV:

Encajando piezas. La estructura del Plan



Estructura del plan estratégico

Visión

Co-Construir un Plan Estratégico de Juventud que incida sobre la realidad de los municipios y jóvenes de la MISSEM, mejorando así su calidad de vida.

Misión

Convertir al Plan Joven en un recurso imprescindible para el desarrollo y la promoción de la juventud y sus políticas dentro de los municipios de la Mancomunidad.



Fundamentación

El servicio de Juventud de la MISSEM, que trabaja desde hace más de una década en la zona Sureste se creó con el fin de acercar diferentes programas relacionados con la juventud (información juvenil, formación, asociacionismo, actividades culturales,...) a los pueblos de la mancomunidad.

De esta manera debemos de entender que las acciones en materia de juventud a lo largo de todos estos años se han consolidado y se han convertido en un referente en el día a día municipal. Este referente no sólo se ha consolidado entre la juventud sino que se ha conformado como una realidad social y fundamentalmente política. En todos estos años la política municipal de la mancomunidad ha tenido que establecer acciones centradas en la inclusión de la juventud en los programas electorales y en la cotidianidad de la gestión municipal.

Teniendo en cuenta estos aspectos, el Plan Joven ha asumido la responsabilidad de potenciar esta inclusión, realizando enteramente un trabajo técnico, de apoyo, de orientación hacia esta nueva línea política, apoyando estas iniciativas, dándoles forma y optimizando los recursos, para que todas las acciones y estrategias mejoren la realidad juvenil y se ajusten y concuerden con la intención política de los distintos municipios. Esto se ha hecho palpable a través del desarrollo y puesta en marcha del I Plan estratégico de juventud mancomunado para los años 2008 – 2012, donde de igual manera han sido referentes y relevantes las instituciones políticas y la población juvenil de la mancomunidad.

Este trabajo conjunto nos ha permitido diseñar y plasmar a través de distintas vías, una línea concreta de trabajo que sustente las políticas y las acciones de juventud, basando estas líneas en la opinión y en los intereses de los y las jóvenes, el interés y la implicación política y el trabajo técnico realizado por los y las responsables del Plan Joven.

Gracias a estos hechos nos encontramos en disposición de afirmar que desde la intención positiva y el trabajo conjunto se ha alcanzado el diseño de un nuevo Plan de Juventud para el 2008 – 2012 que no sólo será un referente a nivel mancomunado, sino que esperamos se convierta en un referente autonómico por la calidad, el entendimiento y las acciones desarrolladas.



Objetivos

Poner en marcha un servicio de juventud basado en el análisis de necesidades de los y las jóvenes de la Mancomunidad, que atienda a sus necesidades y favorezca en términos absolutos su Calidad de Vida.

- ⑥ Reformar el Servicio de Juventud desde la participación, convirtiéndolo en un servicio accesible, público y de calidad que constituya un referente para l@s jóvenes de la Mancomunidad
- ⑥ Dotar, a todos los ámbitos del Plan Joven, de un carácter real que se rija por las necesidades manifiestas que puedan extraerse a través de un proceso de consulta a la población juvenil de la mancomunidad.

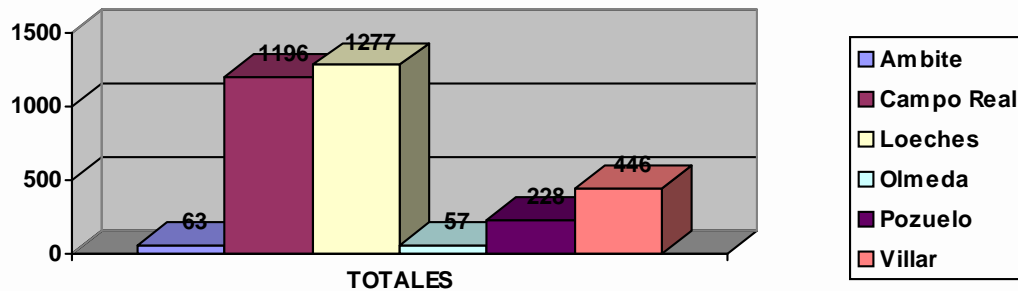


Destinatarios

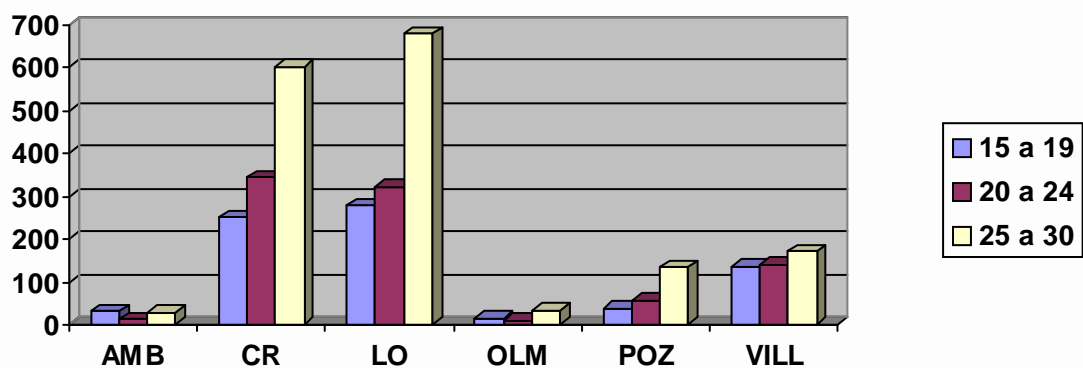
La población total juvenil (15 a 30 años) de la mancomunidad MISSEM es de 3. 267 jóvenes, siendo el total de jóvenes los y las destinatarios del Plan Joven y del nuevo Plan de juventud.

Relación de jóvenes totales en la mancomunidad

Población joven total MISSEM



Población total por tramos de edad

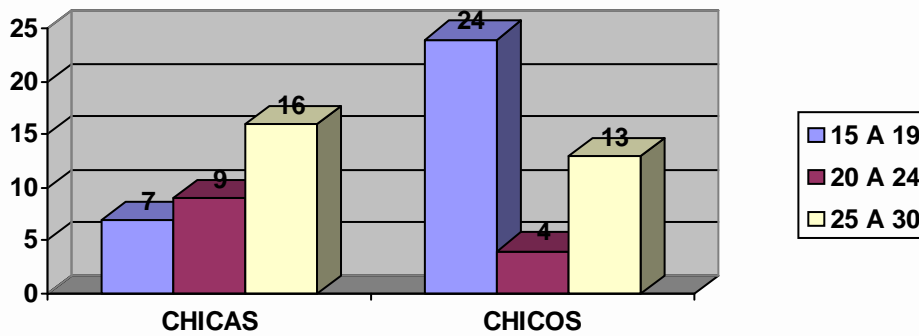




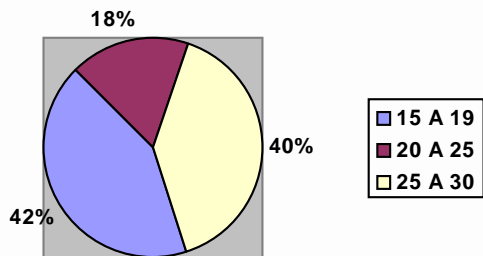
AMBITE

Sexo \ Edad	MUJERES	HOMBRE	TOTAL
De 15 a 19 años	7	24	31
De 20 a 24 años	9	4	13
De 25 a 30 años	16	13	29
TOTAL	32	41	63

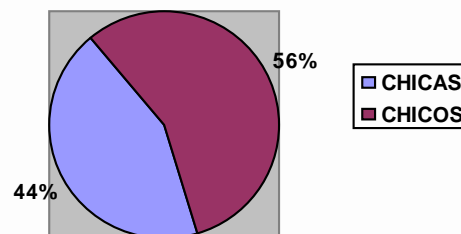
Población joven por edad y sexo



Porcentaje de población por edad



Porcentaje de población por sexo

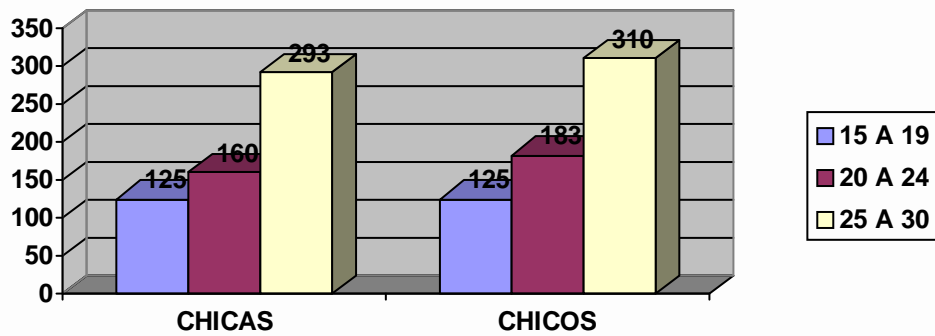




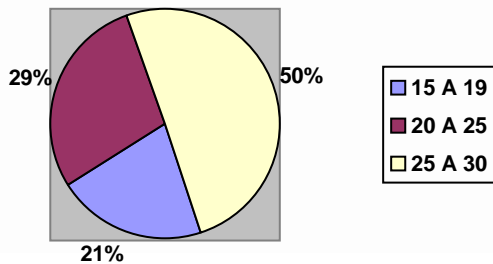
CAMPO REAL

Sexo Edad	MUJERES	HOMBRE	TOTAL
De 15 a 19 años	125	125	250
De 20 a 24 años	160	183	343
De 25 a 30 años	293	310	603
TOTAL	578	618	1196

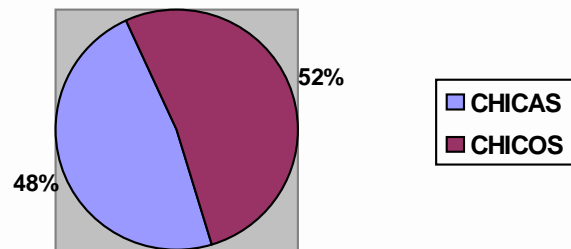
Población joven por edad y sexo



Porcentaje de población por edad



Porcentaje de población por sexo

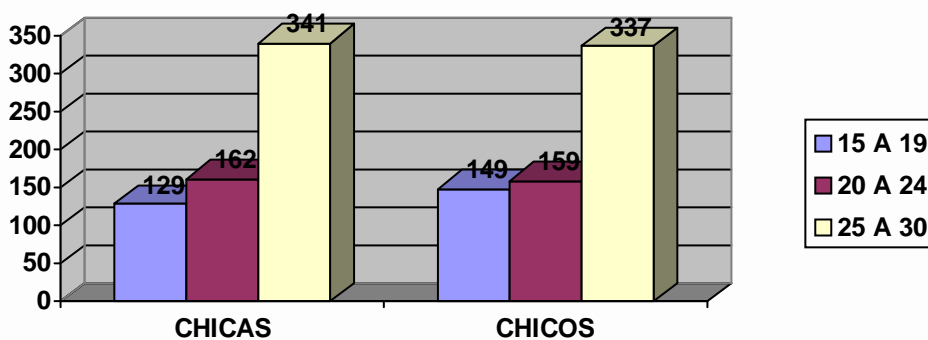




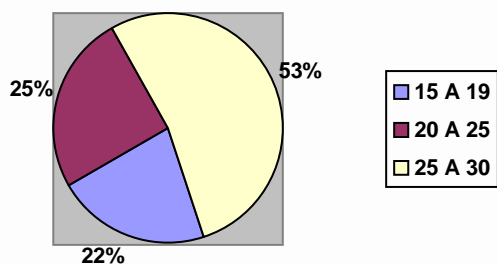
LOECHES

Sexo \ Edad	MUJERES	HOMBRE	TOTAL
De 15 a 19 años	129	149	278
De 20 a 24 años	162	159	321
De 25 a 30 años	341	337	678
TOTAL	632	645	1277

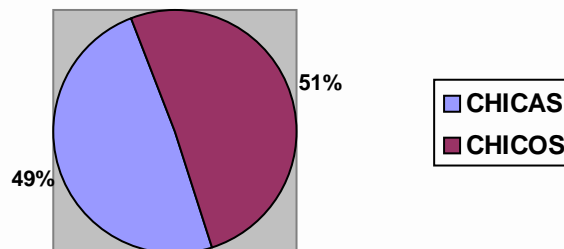
Población Joven por edad y sexo



Porcentaje de población por edad



Porcentaje de población por sexo

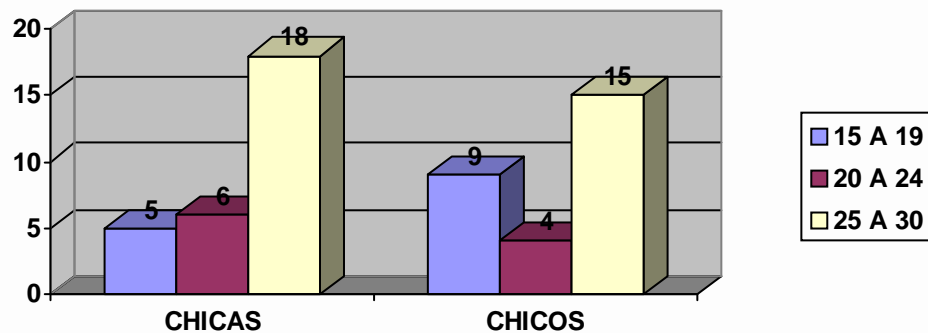




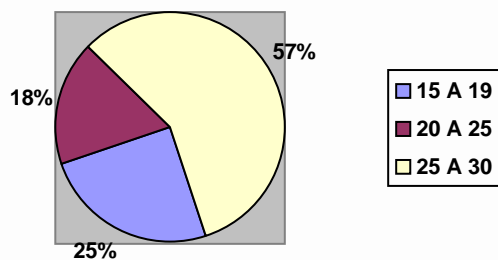
OLMEDA DE LAS FUENTES

Sexo \ Edad	MUJERES	HOMBRE	TOTAL
De 15 a 19 años	5	9	14
De 20 a 24 años	6	4	10
De 25 a 30 años	18	15	33
TOTAL	29	28	57

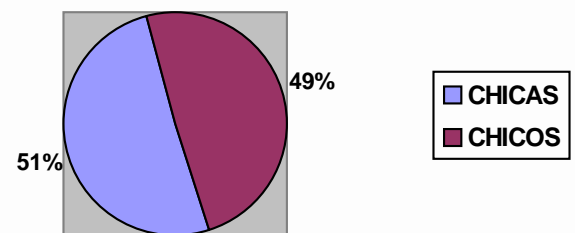
Población joven por edad y sexo



Porcentaje de población por edad



Porcentaje de población por sexo

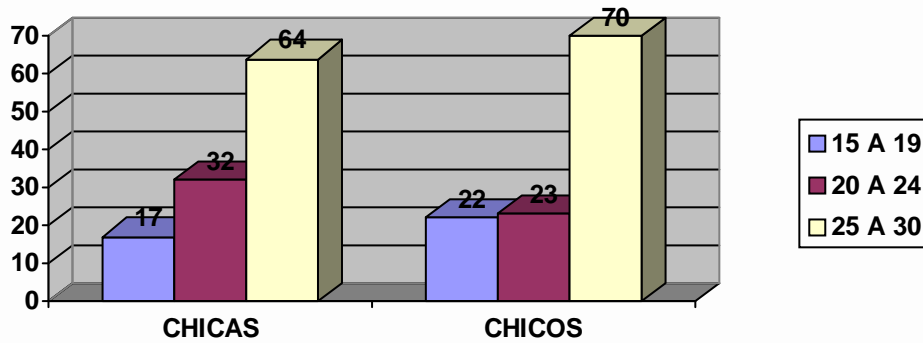




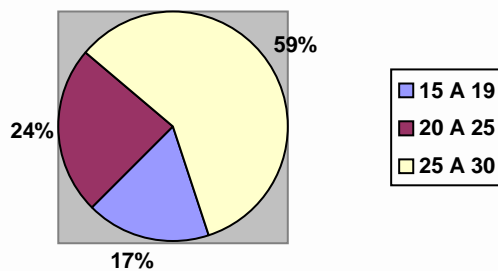
POZUELO DEL REY

Edad \ Sexo	MUJERES	HOMBRE	TOTAL
De 15 a 19 años	17	22	39
De 20 a 24 años	32	23	55
De 25 a 30 años	64	70	134
TOTAL	113	115	228

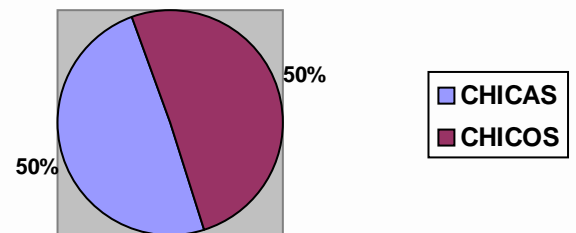
Población por edad y sexo



Porcentaje de población por edad



Porcentaje de población por sexo

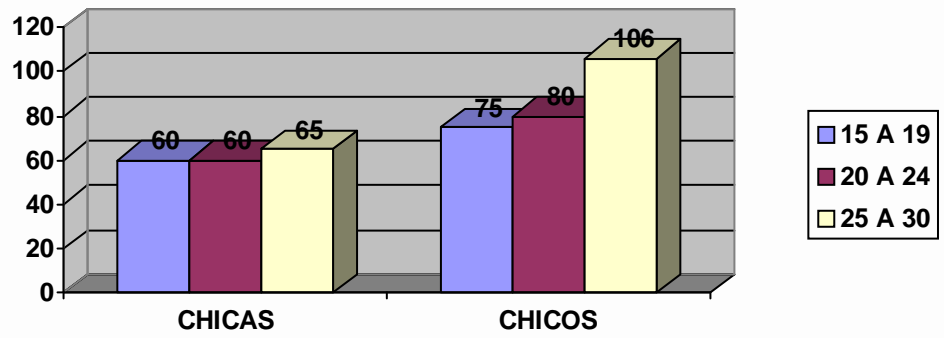


V
I
L
L
A
R
D
E
L
O
L
I
M
O

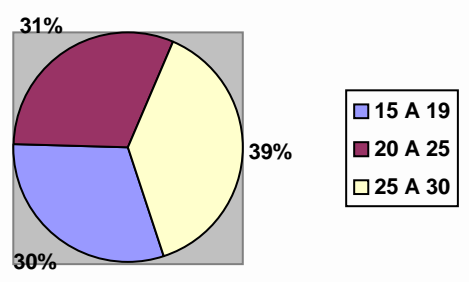


Edad \ Sexo	MUJERES	HOMBRE	TOTAL
De 15 a 19 años	60	75	135
De 20 a 24 años	60	80	140
De 25 a 30 años	65	106	171
TOTAL	185	261	446

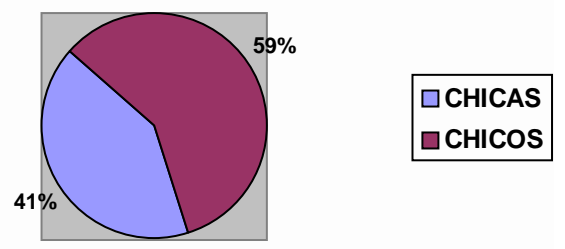
Población joven por edad y sexo



Porcentaje de población por edad



Porcentaje de población por sexo





Metodología

El Plan puesto en marcha regula y sistematiza las acciones que en materia de juventud se van a realizar en los seis municipios de la mancomunidad para los próximos cuatro años. El proceso está en proporción directa con la sistematización de su desarrollo. La metodología ha de ser flexible aunque con la suficiente estructura y organización para que su puesta en marcha cumpla los objetivos planteados y alcance los logros y metas planteadas en el inicio.

Una adecuada metodología, reduce al mínimo lo imprevisto, nos facilita información de los procesos, y la procedencia de los aciertos y errores.

En el desarrollo del servicio tendremos en cuenta los siguientes principios y criterios metodológicos básicos:

COORDINACIÓN del servicio de juventud con todos los agentes intervinientes en la realidad de los y las jóvenes (ayuntamientos, organismos institucionales, entidades, etc)

COINTERVENCIÓN del servicio de juventud con todos los agentes que inciden en la realidad juvenil.

RESPECTO DE LOS RITMOS entendiendo la puesta en marcha de un nuevo proceso que debe de generar “posos” en el tiempo y resultados a medio y largo plazo.

EVALUACIÓN de los esfuerzos realizados y resultados obtenidos, así como su correlación desde la doble vertiente cuantitativa y cualitativa de manera que se puedan realizar los distintos ajustes y mejoras al programa, atendiendo a criterios e indicadores que nos desvelen el éxito del PLAN y las correcciones y mejoras a incorporar continuamente.

El servicio se desarrollará sobre la base de las funciones fijadas por los agentes políticos y profesionales de juventud, teniendo permanentemente en cuenta y como sustento de toda acción el estudio de juventud realizado en la mancomunidad.



De estos principios vertebradores se derivan una serie de orientaciones metodológicas generales que caracterizan dichos ejes en los siguientes aspectos a tener en cuenta:

Contextualizar

Partiendo de la realidad conocida a través del estudio de juventud

Integrar

Contando con todos los colectivos y agentes intervinientes de forma estable y continuada

Cercanía

Facilitando el acceso y la retroalimentación a través de la interacción directa.

Utilidad

Ofreciendo servicios que favorezcan y propicien la calidad de vida de los y las jóvenes

Innovar

Reflexionando y ajustándonos a la realidad viva y móvil que representa la juventud y el ser joven.

Evaluación
continua y
continuada
de todo el
proceso



De esta manera y como aspectos vitales para el desarrollo del PLAN y para el desarrollo de colaboraciones y puesta en marcha de servicios y actuaciones se estipulan tres aspectos fundamentales:

- **Calidad**, en las intervecciones y el desarrollo de programas y actuaciones.
- **Continuidad**, en los procesos de forma que se acoplen al PLAN y no sean acciones aisladas.
- **Producto final**, como aspectos fundamental para favorecer el interés y la participación, así como elemento clave para promocionar y “vender” el PLAN.

El cumplimiento de estos criterios debe de favorecer la evaluación de manera que seamos conscientes de la validez del proceso y nos permita realizar los ajustes y modificaciones pertinentes en según que momentos.



Comunicación

Plan de Marketing

Es importante entender que cuando hablamos de marketing no lo hacemos exclusivamente en actividades empresariales. También es aplicable a instituciones sin fines de lucro y a la divulgación de ideas y comportamientos beneficiosos para la sociedad.

Por lo tanto nos estamos refiriendo a una actividad cuyo objeto consiste en satisfacer adecuadamente las necesidades existentes en las personas.

En las organizaciones no lucrativas hablar de marketing no supone hacerlo sólo de comunicación. Tenemos que tener en cuenta que nos encontramos inmersos en el mercado de consumo y aunque no vendamos directamente, estamos obligados a ofrecer calidad en nuestras acciones si queremos que los jóvenes/clientes/usuarios formen parte de él de una manera activa y verdaderamente participativa.

En el ámbito de la juventud existen multitud de ofertas desde el ámbito privado, por lo que al sector público no le queda otra que competir de manera que seamos capaces de fidelizar al mayor número de clientes/jóvenes posibles.

Por ello tenemos que tener en cuenta elementos tan importantes como:

→ *propuestas de acciones que respondan a las necesidades de los y las jóvenes detectadas a través de la fase de consulta.*

→ *ofrecer recursos y servicio tangibles en las que la línea de trabajo se centre en la calidad.*

→ *propiciar los canales de distribución/información dictaminados por los y las jóvenes en la fase de consulta, así como los recursos propios con los que cuentan los municipios.*

→ *comunicación eficaz para dar a conocer todos los aspectos del Plan Joven, así como sistemas que permitan la interacción y el intercambio continuo entre jóvenes y profesionales.*

De esta manera el Plan de marketing se vértebra en dos aspectos, por un lado los medios y por otro los canales



MEDIOS

COMUNICACIÓN DIRECTA

Correo ordinario, carta a los y las jóvenes de los municipios	Sistematizar y dar continuidad a un servicio de comunicación entre ciudadanos y ayuntamientos. Hacer llegar la información del servicio de juventud al total de la población.	Una vez al año con folletos que recojan la programación anual.
Mail	Reforzar la información. Mantener un contacto directo con los y las usuarios/as.	Continuamente cada vez que una actividad se ponga en marcha

COMUNICACIÓN INDIRECTA

Mail	Reforzar la información. Mantener un contacto directo con los y las usuarios/as.	Continuamente cada vez que una actividad se ponga en marcha
SMS	Reforzar la información.	Continuamente cada vez que una actividad se ponga en marcha
Flyers	Reforzar la información.	Continuamente cada vez que una actividad se ponga en marcha
Carteles	Dar a conocer el servicio y los recursos que se ofrecen de forma genérica	Dos veces al año. Principios del 1 y 2 semestre
Folletos	Dar a conocer el servicio y los recursos que se ofrecen	Una vez al año mediante correo ordinario. De forma continuada en los espacios juveniles y municipales
Prensa local	Dar conocer el servicio	Anual. Principios de año (portada)
	Informar a la población del desarrollo de acciones por hacer y realizadas	Mensualmente mediante una página informativa sobre juventud
	Dar a conocer a la población los resultados anuales	Anual. A finales de año para mostrar los compromisos alcanzados (Contraportada)
WEB	Reforzar información y ofrecer recursos propios	Actualización mensual. Foro salud.



CANALES DE COMUNICACIÓN

AYUNTAMIENTOS



INSTALACIONES
MUNICIPALES



PANELES
MUNICIPALES



CASA DE LA JUVENTUD



CAPI



LOCALES DE OCIO



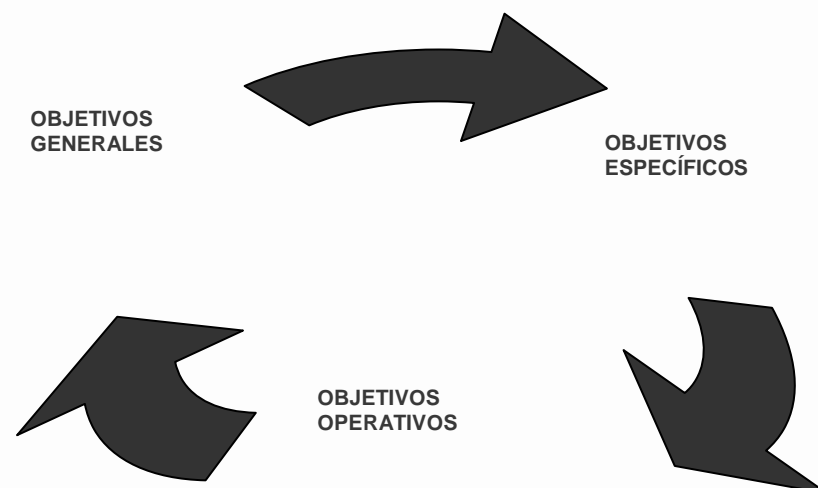
Calidad

Para el buen desarrollo y sostenimiento del Plan Joven 2008 – 2012 desde el equipo técnico de juventud se ha diseñado un sistema de calidad interno y externo que controlara y sistematizara el desarrollo de todo el PLAN a lo largo del proceso.

La inclusión de este recurso facilitará la regulación, la mejora continua y continuada, la implantación y mejora de distintos recursos y servicios en materia de juventud y nos permitirá conocer de forma exacta y útil el desarrollo global del PLAN y el desarrollo concreto de cada una de las acciones que los sustentan.

Evaluación

Los servicios y programas que conforman el Plan de Juventud se sustentan en la planeación de objetivos a tres niveles:



A su vez estos objetivos se llevan a cabo a través de acciones y actividades. De esta manera es lógico pensar que el desarrollo de las acciones y actividades dan lugar a la consecución de los objetivos planteados.

Por ello y para favorecer la calidad, la sistematización y el seguimiento de todo el proceso, el sistema de evaluación versará en torno al control continuado de todas estas acciones y actividades.

El sistema que sustentará este control se realizará a través de indicadores de evaluación, que nos permitirán observar y conocer el impacto, la calidad y la utilidad de cada una de las acciones desarrolladas y en consecuencia la de los servicios puestos en marcha.



Cada indicador de evaluación recoge los siguientes ítems:

- ① Descripción.
- ② Responsable.
- ③ Periodicidad para medirlo.
- ④ Ratio.
- ⑤ Nivel de detalle.
- ⑥ Medidas correctoras e iniciativas
- ⑦ Fuente (quién nos va a dar los datos)
- ⑧ Meta

De esta manera los indicadores genéricos que utilizaremos para medir el impacto de las distintas actividades y en consecuencia la calidad de los servicios ofertados son los siguientes:

Participación de los usuarios		Continuidad de los usuarios	Satisfacción de los usuarios	
Medir el impacto en relación a las plazas ocupadas partido de las plazas ofertadas	Medir el impacto en relación a la participación concreta de jóvenes de la mancomunidad	Medir la continuidad de los jóvenes a las actividades y servicios de juventud	Medir la calidad del servicio en relación a las expectativas iniciales a la hora de realizar una actividad	Medir la calidad del servicio en cuanto a profesionales, instalaciones, etc
Hojas de control			Fichas de seguimiento	

Este método se utilizará para todas las acciones de manera que tendrán un seguimiento exhaustivo basado en indicadores de evaluación. Este sistema de evaluación y seguimiento nos dará un gran grado de fiabilidad y fundamentalmente favorecerá la sistematización del trabajo y la incorporación de factores correctores para la mejora de todas y cada una de ellas.



Observatorio

A lo largo de todo el proceso (2008 – 2012) el Plan Joven se evaluará de forma continua a través de comisiones políticas que denominaremos “OBSERVATORIO”.

La finalidad del mismo será controlar la ejecución de todas las acciones e incorporar factores correctores en caso de que las mismas no funcionen o sea necesario realizar cambios en ellas.

La estructura de los observatorios es la siguiente:

Composición		Estará compuesta por los seis concejales de juventud de la mancomunidad y el coordinador del Plan Joven
Funciones		Valorar el funcionamiento del Plan Joven, de las acciones aprobadas y aplicar los factores correctores determinados en la programación en caso de ser necesarios.
Tareas	P. Joven	<ul style="list-style-type: none"> • Presentar los informes relativos a la evaluación de actividades y servicios, medidos a través de los indicadores de evaluación. • Presentar la propuesta concreta de acciones y servicios para los años sucesivos (2009, 2010 y 2011).
	Políticos	<ul style="list-style-type: none"> • Valorar los informes relativos a las actividades y servicios realizados. • Validar la propuesta de acciones y servicios para los años sucesivos (2009, 2010 y 2011)

De esta manera el calendario concreto de observatorios a realizar a lo largo del Plan es el siguiente:

Año \ Meses	Julio	Enero
2008		
2009		
2010		
2011		



PARTE V:

Organización interna. Sistema de calidad



Para el desarrollo del nuevo Plan, el equipo de trabajo sistematiza su trabajo interno a través de un sistema de calidad, que regule tanto la comunicación interna como la comunicación externa, hacia los responsables políticos y usuarios/as.

Los procesos que se protocolórizan y sistematizan son los siguientes:



COMUNICACIÓN

- Prensa local.
- Difusión del Plan Joven
- Página WEB municipales
- Página WEB del Plan Joven

MUNICIPIOS

- Entrega de dossier relativo a la organización interna (horarios, funciones, fichas, protocolos)
- Reuniones mensuales con concejales/as.
- Entrega de informes mensuales



SERVICIOS Y ACTIVIDADES

- Elaboración de protocolos de funcionamiento de cada Casa de la Juventud.
- Elaboración de fichas informativas sobre actividades a usuarios/as y padres y madres.
- Evaluaciones constantes de cada una de las acciones

ENTIDADES Y PROFESIONALES

- Elaboración de pliegos de condiciones que regulen el desarrollo y control de los distintos servicios.
- Contratación de profesionales de los municipios de la mancomunidad.



USUARIOS/AS

- Información constante y permanente con los y las jóvenes (mail, folletos, carteles, WEB).
- Sistema de reclamaciones para usuarios/as articulado por el Plan Joven.

IMAGEN

- Utilización constante y permanente de la nueva imagen corporativa.
- Divulgación en lugares referenciales para los jóvenes y espacios municipales.