

**MEMORIA-RESUMEN SOBRE ACTUACIONES REALIZADAS EN LA
LEGISLATURA, DESDE JUNIO DE 2015 HASTA LA ACTUALIDAD.**

ACTUACIÓN	DESCRIPCIÓN	EVALUACIÓN	DEBILIDADES
<p>NOMBRE: ¿Dónde está el Manual de Instrucciones?</p> <p>ACTIVIDAD: Talleres de educación Afectivo Sexual y de prevención de violencia de género</p> <p>OBJETIVO: Promover conductas saludables e igualitarias en el ambito sexual y de relaciones entre iguales</p>	<p>TIPO DESTINATARIO: Alumnado de Educación secundaria obligatoria y otros colectivos juveniles</p> <p>N.º DESTINATARIOS: Media de 2.500 alumnos/as anuales</p> <p>RECURSOS: Psicologa/Sexóloiga del Espacio de Salud y Genero.</p> <p>CALENDARIO:Curso escolar.</p>	<p>Muy buena acogida y aceptación por los centros solicitantes.</p>	<p>Falta de personal para poder realizar todos los talleres que solicitan.</p>
			<p align="center">FORTALEZAS</p> <p align="center">El programa es solicitado por más institutos y entidades cada año.</p>

**MEMORIA-RESUMEN SOBRE ACTUACIONES REALIZADAS EN LA
LEGISLATURA, DESDE JUNIO DE 2015 HASTA LA ACTUALIDAD.**

ACTUACIÓN	DESCRIPCIÓN	EVALUACIÓN	DEBILIDADES
<p>NOMBRE: *Campaña me pinto los Labios de Rojo contra la Violencia de Género.</p> <p>OBJETIVO: Promover y sensibilizar la no violencia de genero y las relaciones sanas</p>	<p>TIPO DESTINATARIO: Población juvenil en general</p> <p>N.º DESTINATARIOS: 22.731 alcance de la publicación.</p> <p>RECURSOS: Facebook del Espacio Joven Gasto 0€</p> <p>CALENDARIO: 25 noviembre 2015</p>	<p>Estadística de la publicación extraída del Facebook Espacio Joven:</p> <p>Alcance de la publicación: 22.731</p> <p>En torno a 500 fotos publicadas con el Hastags: #SoyLaMujerDeMi Vida #PorLasMujeres.</p> <p>Solo se han podido contabilizar la imágenes compartidas en redes sociales de manera pública</p>	<p>Personas sin redes sociales no conocían la campaña.</p> <hr/> <p align="center">FORTALEZAS</p> <p>La gran difusión conseguida en redes sociales y en la que se consiguió llegar a la población juvenil nacional .</p> <p>Gran alcance en prensa y medios de comunicación.</p>

**MEMORIA-RESUMEN SOBRE ACTUACIONES REALIZADAS EN LA
LEGISLATURA, DESDE JUNIO DE 2015 HASTA LA ACTUALIDAD.**

ACTUACIÓN	DESCRIPCIÓN	EVALUACIÓN	DEBILIDADES
<p>NOMBRE: #LoveisinCT</p> <p>ACTIVIDAD: Campaña</p> <p>OBJETIVO: Promover la idea del amor de manera más amplia y universal de la palabra. Para ello compartimos en las nuevas redes sociales de la Concejalía de Juventud diferentes carteles relacionados con la ciudad de Cartagena y el amor .</p>	<p>TIPO DESTINATARIO: Gente joven de Cartagena</p> <p>N.º DESTINATARIOS:</p> <p>RECURSOS: Cartelería Redes Sociales Gasto 0€</p> <p>CALENDARIO: Febrero, coincidiendo con San Valentín.</p>	<p>Buen funcionamiento a pesar de la falta de tiempo para hacer cartelería y difusión.</p>	<p>Falta de tiempo para hacer mayor difusión y cartelería.</p> <hr/> <p align="center">FORTALEZAS</p> <p>Buena difusión de cartelería por redes sociales y móviles.</p>

**MEMORIA-RESUMEN SOBRE ACTUACIONES REALIZADAS EN LA
LEGISLATURA, DESDE JUNIO DE 2015 HASTA LA ACTUALIDAD.**

ACTUACIÓN	DESCRIPCIÓN	DEBILIDADES
<p>NOMBRE: Organización y colaboración en diversas campañas .</p> <p>ACTIVIDAD:</p> <p>*"El silencio no es la Solución"</p> <p>*Proyecto ICI de salud comunitaria.</p> <p>* "Siempre a mano en cartagineses y romanos"</p> <p>* Programa educativo "si te sientes ahogada no es Amor"</p> <p>* "Acosar no es ligar"</p> <p>* "Relacionarnos OK"</p> <p>* Punto Violeta.</p> <p>OBJETIVO: Promover conductas saludables y relaciones sanas.</p>	<p>TIPO DESTINATARIO:</p> <p>Población juvenil</p> <p>N.º DESTINATARIOS:</p> <p>RECURSOS:</p> <p>Colaboración entre concejalías del ayuntamiento de Cartagena.</p> <p>CALENDARIO:</p> <p>Todo el año.</p>	<p>Algunas campañas no han tenido la participación y el efecto deseado.</p> <hr/> <p align="center">FORTALEZAS</p> <p>Trabajo conjunto entre tecnicos de varias concejalías, mayor difusión.</p>