

JURISDICCION 6.20 AGENCIA CÓRDOBA JOVEN

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	INDICADORES DE RESULTADO	CATEGORÍA PROGRAMÁTICA ASOCIADA	INICIATIVAS	INDICADORES DE PRODUCTO
<p>Espacio Córdoba Joven:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Fomentar y colaborar con el trabajo de distintos grupos de jóvenes de toda la Provincia 2. Realizar actividades planificadas por la Agencia con la participación y coordinación de estos grupos en sus propios contextos de incidencia; 3. Establecer una red de relaciones que favorezca el intercambio de experiencias y aumente las posibilidades de ejecución de la Agencia. 4. Establecer vínculos con organismos estatales a fines de poder definir estrategias para el tratado de temáticas de salud vinculadas con la juventud. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Incremento de la participación de los jóvenes, en la medida en que se incrementa el gasto en publicidad y promoción de los distintos programas de la Agencia. 	<p>620/2</p> <p>PILAS - VOLUNTARIADO SOCIAL Y LIDERAZGO JUVENIL</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Distribución de 6000 cepillos dentales, con sus respectivas pastas dentales 2. Jornadas de actividades y talleres referidos al cuidado de la salud. 3. Organización de 32 charlas motivadoras a realizar en 4 Delegaciones Departamentales de la Agencia. 4. Capacitación para formación de Líderes Comunitarios; para la posterior capacitación de otros jóvenes en la Provincia de Córdoba. 5. Jóvenes solidarios: distribución de accesorios deportivos para escuelas urbanas y materiales de reparación y pintura para escuelas rurales. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mejora de la salud bucal. 2. Indicador de concurrencia a Charlas y talleres 3. Número de afectados por enfermedades relacionadas con desorden alimenticio. 4. Número de asistentes por cada peso de gastos operativos necesarios para la organización de las charlas. 5. Horas de capacitación por asistente. 6. Gasto de capacitación por asistente.
<p>Todo Verde:</p> <ol style="list-style-type: none"> 5. Difundir, entre los jóvenes, información y valores referidos a la importancia del cuidado del ambiente, tomando en cuenta las especificidades de la Regiones donde se desarrollan las acciones y las problemáticas que se presentan en dichos contextos. 6. Expandir distintos mensajes referidos al cuidado del ambiente, recuperando y mejorando espacios públicos donde pintar murales y realizar charlas informativas acerca de la temática de los mismos. 7. Realizar un video documental de la experiencia desarrollada por los jóvenes en toda la provincia para su difusión en entidades educativas, comunitarias, deportivas, etc., donde exista la participación de jóvenes. 8. Capacitar y difundir acerca de la importancia (y las técnicas) para la reutilización y el reciclado de materiales con vistas a promover el emprendimiento de proyectos productivos a través de dichas técnicas. 9. Establecer vínculos con entidades que trabajen con plástico, vidrio, cartón, etc. para la coordinación de actividades conjuntas. 	<ol style="list-style-type: none"> 2. Incremento de la participación de los jóvenes, en la medida en que se incrementa el gasto en capacitación en los programas referidos al cuidado del medio ambiente. 3. Incremento del número de trabajadores en emprendimientos productivos realizados con materiales reciclables y reutilizables, en cada localidad. 	<p>620/4</p> <p>BECAS</p> <p>620/3</p> <p>COMPROMISO SOLIDARIO JOVEN</p>	<ol style="list-style-type: none"> 6. Capacitación de los agentes que promocionarán las actividades de la Agencia. 7. Talleres de transplante de especies autóctonas. 8. Cuidado y mejoramiento de espacios públicos a través de pinturas de murales. 	<ol style="list-style-type: none"> 7. Indicador de concurrencia a Charlas y talleres 8. Indicador de concurrencia a talleres 9. Micro emprendimientos generados a partir de los talleres de capacitación

JURISDICCION 6.20 AGENCIA CÓRDOBA JOVEN

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	INDICADORES DE RESULTADO	CATEGORÍA PROGRAMÁTICA ASOCIADA	INICIATIVAS	INDICADORES DE PRODUCTO
<p>Arte, Cultura y Shows:</p> <p>10. Promover el acceso de jóvenes con discapacidad visual a bienes culturales, generando espacios inclusivos y participativos a través del Audio-Cine</p> <p>11. Realizar convocatoria de proyectos culturales para difundir y aportar al desarrollo integral de artistas jóvenes cordobeses, y lograr que adquieran experiencia, habilidades y conocimientos necesarios para su propia proyección laboral en el ámbito de la cultura.</p> <p>12. Crear un sello editorial para la difusión, apoyo y puesta en valor de obras de arte desarrolladas por jóvenes de toda la Provincia.</p> <p>13. Desarrollar vínculos con la Agencia Córdoba Cultura para integrar las actividades que gestionan y lograr un mayor alcance de las propuestas realizadas desde esta repartición.</p> <p>Deportes y actividades recreativas:</p> <p>14. Construir parques temáticos destinados a la práctica de deportes alternativos.</p> <p>15. Desarrollar un proyecto integral que incluya el deporte, la cultural general y las prácticas solidarias con el incentivo de ganar un viaje de fin de curso para estudiantes del último curso de colegios secundarios de toda la Provincia.</p>	<p>4. Incremento de la participación de los jóvenes, en la medida en que se incrementa el gasto destinado a actividades vinculadas con el arte y la cultura y los generados por los convenios celebrados con la Agencia Córdoba Cultura.</p> <p>5. Incremento anual del número de jóvenes que practican deportes no convencionales.</p>	<p>620/1 PROMOCIÓN DE LA JUVENTUD</p>	<p>9. Proyección de películas, para jóvenes con discapacidad visual.</p> <p>10. Organización de espectáculos musicales en espacios públicos.</p> <p>11. Mostrarte: Organización de exposiciones de pintores y fotógrafos en la sede central de la Agencia.</p> <p>12. 21 de Septiembre: organización de 8 espectáculos musicales, para 30000 jóvenes en la Provincia de Córdoba.</p> <p>13. Construcción de pistas para Skate, Bicicross y patines, en Córdoba (2) y Río Cuarto (1)</p>	<p>10. Asistencia mensual a funciones (600)</p> <p>11. Número de conciertos organizados (15)</p> <p>12. Número de asistentes por cada peso de gastos operativos necesarios para la organización de las exposiciones (8 espectáculos)</p> <p>13. Indicador de avance de obras</p>