

XIII ENCUENTROS ESTATALES DE SERVICIOS DE INFORMACIÓN JUVENIL: “NUEVOS TIEMPOS NUEVA INFORMACION”

FICHA DE EXPERIENCIA

1. Datos de identificación:

| | |
|---|---|
| Titulo de la experiencia: PROPUESTA INNOVADORA PARA LA SEGMENTACIÓN DE USUARIAS/OS | |
| Tema de los XIII Encuentros: Nuevos jóvenes. Nuevos contenidos informativos | |
| Servicio de Información Juvenil: RED DE INF. JUVENIL DE GIPUZKOA | |
| Entidad: Diputación Foral de Gipuzkoa, Centro Territorial de Gipuzkoa, Oficinas de Arrasate, Azkoitia, Azpeitia, Donostia, Elgoibar, Irun, Tolosa. Persona de contacto: Dorleta Kortazar Alkoz (informadora juvenil de Arrasate) | |
| Municipios: Arrasate, Azkoitia, Azpeitia, Donostia, Elgoibar, Irun, Tolosa | Provincia: Gipuzkoa |
| Autores de la experiencia: Grupo de trabajo del taller de arquetipos | Dirección: Biteri, 3. |
| Código postal: 20500 ARRASATE | Tel: 943252065 |
| Fax: 943252050 | Correo-electrónico: gaztebulegoa@arrasate-mondragon.net |

2. Contexto, punto de partida

En 2006 se llevó a cabo una investigación operativa con el fin último de mejorar la eficacia, cobertura social y calidad de la Red de servicios de información juvenil de Gipuzkoa. Se analizaron las necesidades y demandas de los/as destinatarios/as y se realizó una reflexión sobre la orientación estratégica de dicha Red, de cara a actualizar su oferta de servicios y los soportes informativos utilizados, teniendo en cuenta las nuevas necesidades y demandas de sus destinatarios.

Este trabajo se realizó con el asesoramiento de la empresa MIK, cooperativa dedicada a la innovación y a la gestión del conocimiento. Esta investigación trataba de dar respuesta a la necesidad de dotar a los servicios de información juvenil de una dimensión sostenible que trascendiese la pura entrega de información, diseñando un sistema vivo y auto regenerativo contando con la red de informadoras/es. De esta manera, desde una concepción teórica, se pasa de gestionar información a establecer una gestión del conocimiento, para lo cual se plantea como metodología la utilización de arquetipos.

Un arquetipo es un modelo o ejemplo de ideas o conocimiento del cual se derivan otros tantos para modelar los pensamientos y actitudes propias de cada individuo, de cada conjunto, de cada sociedad, incluso de cada sistema.

Los arquetipos se utilizan como herramienta para segmentar a los destinatarios del servicio de una forma alternativa. Estos arquetipos se diseñaron en un taller de narrativas.

3. Descripción de la Experiencia

De abril a junio de 2006 se realizó un **Taller de Narrativas**. En la misma participaron 20 personas (Informadoras/es, Técnicos, Asociaciones,...) que trabajaron repartidos en dos grupos durante 5 sesiones, con el fin de realizar un diagnóstico cualitativo de las personas usuarias de los servicios de información juvenil. Se trataba de describir lo más concretamente posible las consultas que habitualmente se realizan (contexto; lugar, hora y día de la consulta; aspecto físico; actitud percibida; tipo de consulta; respuesta ofrecida; satisfacción del/la usuario/a...). A partir de estas descripciones, se diseñaron 12 arquetipos de las personas usuarias, siguiendo esta metodología alternativa para la segmentación del público.

A partir de este taller de narrativas, un grupo de trabajo formado por varios servicios de información juvenil puso en marcha un proyecto piloto con el objetivo de detectar cuáles eran los arquetipos estratégicos para el Servicio.

Básicamente, la propuesta puede resumirse en:

- Clasificar el Conocimiento que el SIJ desea ofrecer a los jóvenes en tres generaciones y tratar cada una de forma diferenciada:
 - Contenidos
 - Colaboraciones
 - Comunidades de práctica
- Y gestionar ese Conocimiento en tres niveles:
 - Cómo capta el sistema la información
 - Cómo la edita
 - Cómo la difunde

Primeramente se jerarquizan los arquetipos, se valora su tratamiento y se empieza a trabajar en la mejora del servicio, coordinadamente pero teniendo la autonomía pertinente. Se definen 4 arquetipos prioritarios:

- joven en busca de piso en alquiler.
- joven en busca de trabajo temporal (finde de semana, periodos vacacionales, por horas..).
- joven en busca de becas.
- Jóvenes entre 12-17 años.

A partir de esta segmentación de público, uno por uno, se considera el tipo de información que se le está facilitando en cuanto a captación, edición y difusión de la información y las formas de mejorar este proceso. Al mismo tiempo, se considera el tipo de Conocimiento que busca el joven en el SIJ y cual es la mejor manera de aportarle valor:

- Aportándole contenidos: folletos, entregables, documentación en la red...
- ¿Podríamos mejorar el servicio colaborando con otras entidades?
- ¿Es necesario crear para este arquetipo una Comunidad de Práctica con agentes propios y ajenos al Servicio para tener la mejor información, la más actualizada, la mejor editada y la más difundida?

Tras un primer análisis, el grupo de trabajo se centra en trabajar en profundidad cada uno de los **arquetipos** anteriormente mencionados, analizando las fuentes de información actuales y buscando nuevas fuentes; creando y editando contenidos; diseñando nuevas formas de difusión; y estableciendo mecanismos de seguimiento y control de los productos creados.

Objetivo(s):

Taller de narrativas:

- Transferir de explícito a tácito el conocimiento de las/os informadoras/es.
- Realizar un diagnóstico cualitativo de las personas usuarias.

Arquetipos:

- Segmentar las personas usuarias del servicio de cara a adecuar la respuesta a las necesidades de cada persona.
- Utilizar una metodología alternativa que permita tener otra perspectiva y otra visión sobre la información juvenil que enriquezca el proceso de trabajo.
- Gestionar la información de manera cooperativa, pasando de un sistema vertical a un sistema horizontal de trabajo en red. "Sumar y no restar".
- Mejorar la calidad de la información ofertada (más detallada, contrastada y personal al usuario/a) de nuestros servicios.

Estrategia, desarrollo del proyecto, metodología:

Se pueden diferenciar tres fases: (además del trabajo previo del **taller de narrativas**)

Primera fase: desarrollo, interiorización y validación del **campo teórico** planteado (enero-mayo 2007).

Planteamiento que forma el cuerpo central teórico de tres generaciones de gestión de conocimiento, conceptualizados por Ángel L. Arbonés, interrelacionando tres modernas teorías de la comunicación trasladadas al campo de la gestión del conocimiento, siguiendo los modelos básicos de Nonaka y Takeuchi (Modelo SECI), Sveiby (Modelo de 9 Canales de Intercambio y Creación de Conocimiento) y el Modelo de Comunidades de Práctica formulado por Jhon Seely Brown.

Para esta primera fase se formó un grupo de trabajo en el que participaron 3 informadoras juveniles, 1 responsable del centro coordinador, 1 técnica de juventud, 2 responsables de la Diputación Foral).

Se dedicaron 4 reuniones de trabajo de 3 horas cada una, en la que se hacía una aproximación teórica, una fase práctica en la que se compartían las tareas realizadas durante la semana y una puesta en común de lo trabajado en la sesión.

Segunda fase: desarrollo del proyecto piloto: **taller de arquetipos**. (octubre 2007-enero 2008)

Se amplió el grupo de trabajo, con 6 informadoras/es, 1 responsable del centro coordinador y 1 técnica de juventud de la Diputación Foral. El grupo fue dirigido por un experto de MIK.

Se establecieron 6 reuniones quincenales de 4 horas de duración, además de la dedicación del 10% de la jornada de trabajo de cada miembro del equipo (8 personas).

Se definieron los 4 arquetipos a desarrollar. Por cada arquetipo se analizaban las fuentes de información utilizadas para dar respuesta al arquetipo en cuestión, nuevas fuentes de información encontradas, tipo de contenidos que se podrían desarrollar, herramientas utilizadas para la difusión de los nuevos contenidos, establecer posibles colaboraciones con expertos o con fuentes de información. Al final de cada sesión se establecían las tareas a realizar por parte de cada miembro del grupo para la siguiente sesión. Durante la semana se mandaba el acta de la sesión anterior mediante correo electrónico.

Se elaboraron 4 cuadros básicos con todo lo desarrollado, que ha servido para definir la tercera fase.

Tercera fase: desarrollo de los arquetipos seleccionados. (enero 2008-)

Hasta el momento (marzo) se ha desarrollado el primer arquetipo: **joven que busca piso en alquiler**. Se han necesitado 5 reuniones quincenales de 3 horas de duración, además de la dedicación del 10% de la jornada de trabajo de cada miembro del equipo (8 personas).

El trabajo se desarrolla sin la ayuda del experto, ya que el fin último es que el grupo funcione de forma autónoma, y se establezca la metodología de trabajo para toda la red.

En esta tercera fase se han trabajado los arquetipos definidos en la segunda fase, profundizando en todo lo tratado anteriormente (análisis de fuentes actuales y nuevas, análisis de contenidos actuales y necesidad de crear nuevos contenidos, edición de contenidos, herramientas, difusión, evaluación).

En una primera sesión se definió una relación de contenidos interesantes, y se dividió el trabajo entre los miembros del grupo. Cada persona debía desarrollar un tema específico. En las siguientes sesiones se hacía la puesta en común de lo trabajado hasta entonces, se planteaban las dificultades encontradas, se definían los pasos a seguir, y se elaboraban contenidos. En la última sesión se definió las herramientas y la estrategia a seguir para la difusión de los nuevos contenidos elaborados por el grupo de trabajo, además de la metodología para el seguimiento de la calidad de los contenidos (contraste con personas ajenas al grupo de trabajo, ejercicios prácticos mediante posibles consultas y respuestas).

Se han elaborado productos para colgar en el blog de la Red en formato fácil para imprimir en caso de no tener acceso a internet <http://www.gipuzkoangazte.info/gaiafinkoakc.asp?zegaia=14>. Además, se han elaborado productos en soporte papel (tarjetas de visita, marcadores de libros, paneles).

Temporalización:

Taller de narrativas: abril a junio de 2006.

Desarrollo del campo teórico: enero a mayo 2007.

Taller de arquetipos: octubre 2007- enero 2008

Desarrollo de arquetipos:

- 1er arquetipo enero-febrero 2008
- 2º arquetipo, abril-mayo 2008

Inicio: octubre 2007

Final: 2008 Durante este año se ha previsto desarrollar los cuatro arquetipos, pero la idea final es que se establezca como metodología de trabajo permanente.

Destinatarios:

La metodología está directamente dirigida a las y los informadores, pero el destinatario final es la/el usuario del servicio, además de las/los futuros usuarios.

Ámbito territorial:

Gipuzkoa (usuarios del servicio).

A pesar de ello, como los contenidos están en la red, el ámbito puede ampliarse, teniendo en cuenta que los

contenidos están escritos en euskara y castellano y que los arquetipos a los que damos resuuesta surgen a partir de la realidad particular de los servicios del Información Juvenil de Gipuzkoa.

4. Evaluación (herramientas e indicadores)

Resultados:

Evaluación **cuantitativa**:

- grupo de trabajo:

Indicadores: impresiones de las/os miembros del grupo: se hace una valoración muy positiva del nuevo funcionamiento del trabajo.

- expertos de la primera y segunda fase:

Indicadores: informe de evaluación de la experiencia de la empresa contratada, que también es muy positiva.

Evaluación **cuantitativa**:

Indicadores:

- numero de consultas en la red (mediante Google Analitycs)
- aumento de consultas directas (en la oficina, teléfono, mail, blog, webs propias).

Valoración de la Experiencia

5. Puntos fuertes

1. Reflexión sobre la situación actual de la información juvenil y respuesta a los retos del futuro como pueden ser la diversificación y la segmentación de usuarias/os y la respuesta adecuada a las nuevas necesidades informativas.

2. Metodología alternativa que aporta diferentes puntos de vista y permite analizar el trabajo desde una óptica diferente, enriqueciendo así el trabajo del/la informador/a.

3. Gran motivación, predisposición e implicación de las componentes del grupo de trabajo. Valoración positiva de la metodología de trabajo por parte de los miembros del grupo. Existe el deseo de presentar el trabajo realizado al resto de componentes de la red, con la intención de animarles a incorporar esta forma de trabajo alternativa. (Se prevee realizarlo en mayo del 2008)

6. Puntos débiles

1. Dificultades para ampliar el nuevo sistema de trabajo en toda la red (las condiciones laborales de las/los informadoras/es juveniles dificultan la dedicación del 10% de la jornada laboral a esta nueva metodología).

2.

3.

7. Perspectivas de futuro

Se prevé que en el futuro esta metodología de trabajo se incorpore a las tareas de las y los informadores de forma permanente. Ello puede traer que cada informador/a que sea parte de la red se especialice en un tema concreto, y sea la/el responsable de estar en constante renovación, tanto de fuentes como de contenidos, coordinación y difusión.

8. Financiación de la Experiencia

Fuente(s) de financiación:

Diputación Foral de Gipuzkoa, Servicio de Infancia, Adolescencia y Juventud.

Recursos materiales, humanos:

Recursos materiales: sala de reuniones, ordenador con conexión a internet, cañón, pizarra.

Recursos humanos: 6 informadoras, 1 responsable del centro coordinador y 1 técnica de juventud de la Diputación Foral. El grupo fue dirigido por un experto de MIK.

Coste de la experiencia:

6.000 euros

9.- Soportes que se utilizaran para su presentación

Documento power point

Pag. Web: www.gipuzkoangazte.info