

Otra Buena Práctica también del Ayuntamiento de Vélez Málaga, la constituye **“La comunicación de la convocatoria de subvenciones para el estímulo de la capacidad emprendedora y el desarrollo empresarial “**

El proyecto de promoción económica y social de los barrios de la Villa, Arroyo de San Sebastián y la Molineta de Vélez-Málaga, Iniciativa Urbana “De toda la Villa”, puso en marcha en octubre de 2012 una convocatoria de subvenciones para el estímulo de la capacidad emprendedora y el desarrollo empresarial en la zona de actuación de este programa cofinanciado con fondos europeos, por un importe total de 200.000 euros.

Se presentaron una veintena de solicitudes, que están siendo evaluadas actualmente por los técnicos del proyecto. El importe máximo de la subvención será de un 70 por ciento de la inversión subvencionable con un máximo de 30.000 euros.

Proyecto de promoción económica y social de los barrios de la Villa, Arroyo de San Sebastián y la Molineta de Vélez-Málaga, cofinanciado por la Unión Europea con cargo al Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER), al amparo de la Iniciativa Urbana prevista dentro del Eje 5 de “Desarrollo sostenible urbano y local” del Programa Operativo FEDER 2007-2013 de Andalucía y por el Ayuntamiento de Vélez-Málaga



La comunicación de esta convocatoria se ha llevado a cabo a través de diferentes canales, tanto a través de los medios de comunicación de masas, como de recursos propios, caso de folletos y la difusión de las ayudas a través de la web de Iniciativa Urbana.

Esta comunicación de las acciones formativas se considera una buena práctica de comunicación por cumplir los siguientes criterios:

Uso de recursos innovadores en la presentación, organización y/o desarrollo: A través de la página web de Iniciativa Urbana “De toda la Villa”, www.detodalavilla.es, se ha dado la posibilidad a los interesados en estas ayudas de descargarse el tríptico informativo que se elaboró al respecto, así como otros anexos incluidos en las bases y que eran necesario para la presentación de las solicitudes, cuyo plazo estuvo abierto hasta el 22 de noviembre. También se incluyó un banner en la portada de la web, en una zona destacada durante todo el periodo de solicitudes.



Adecuación de los contenidos a los objetivos perseguidos: La intención de las acciones de comunicación relacionadas con estas ayudas era garantizar que el mayor número posible de beneficiarios las conocieran y pudieran acceder a las mismas. Para ello, se recurrió a la difusión a través de los medios de comunicación, mediante la celebración de ruedas de prensa y anuncios en prensa y radios locales. En las cuñas radiofónicas se incluyó el siguiente texto: “El Ayuntamiento de Vélez-Málaga, a través del proyecto cofinanciado con fondos FEDER Iniciativa Urbana “De toda la Villa”, pone a disposición de autónomos y pymes una subvención de 200.000 euros para implantarse o mejorar su empresa en los barrios de la Villa, Arroyo de San Sebastián y la Molineta. Subvenciones de hasta el 70 por ciento. Plazo de solicitudes abierto hasta el próximo 22 de noviembre. Información y asesoramiento en el edificio de Iniciativa Urbana y el CADE de Vélez-Málaga. Ven a emprender a la Villa y su entorno. Unión Europea, Fondo Europeo de Desarrollo Regional. Una manera de hacer Europa”.

Incorporación de criterios de igualdad de oportunidades: Los mecanismos y los canales que se han buscado para realizar la comunicación de esta iniciativa garantizan que todos los ciudadanos han tenido la oportunidad de conocer estas ayudas ofertadas por el programa europeo.

Adecuación con el objetivo general de difusión de los fondos: Toda la comunicación identificativa de estas subvenciones contribuye al objetivo general de difundir la importancia que tienen los fondos europeos en la mejora de la calidad de vida de los ciudadanos. En las ruedas de prensa, folletos, notas de prensa y cuñas se ha hecho mención a la cofinanciación con fondos FEDER.



Alto grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción de comunicación: Los medios empleados para llevar a cabo la comunicación permiten asegurar que todos los destinatarios potenciales de las ayudas han podido tener conocimiento sobre las mismas. Además de las acciones de comunicación propias que se efectuaron con motivo de la apertura del plazo de solicitudes, Iniciativa Urbana ha trabajado en esta convocatoria de ayudas durante todo el año, en el que se efectuaron diferentes borradores del folleto explicativo, que fue repartido entre emprendedores y colectivos de la zona.

Evidencia de un alto grado de calidad: La buena acogida que ha tenido la convocatoria de ayudas evidencia que la comunicación desarrollada al respecto ha tenido una alta calidad.

Uso de las nuevas tecnologías de la información: Como ya hemos mencionado, en la comunicación de este proyecto ha sido muy importante la difusión a través de la página web y gracias al uso de las redes sociales.

Otra Buena Práctica también del Ayuntamiento de Vélez Málaga es ***La identificación de Ruedas de Prensa y Actos Públicos***

Durante el año 2012, el proyecto cofinanciado con fondos FEDER Iniciativa Urbana “De toda la Villa” ha desarrollado más de setenta convocatorias de prensa o actos públicos en los que se ha informado y se han materializado las diferentes acciones programadas y ejecutadas por el programa europeo, que persigue la promoción económica y social de los barrios de la Villa, Arroyo de San Sebastián y la Molineta de Vélez-Málaga.

En todos estos actos, se ha identificado el proyecto Iniciativa Urbana mediante la colocación de un *rollup* o cartelón alusivo al programa, en el que se recogen las doce áreas que integran el mismo.



El contenido de estos eventos, tanto las convocatorias de prensa como los diferentes actos públicos (jornadas, exposiciones, concursos, talleres o cursos) se difunden en notas de prensa en las que se incluyen los logos del proyecto y una mención expresa a la cofinanciación del mismo con fondos europeos.

Esta identificación de las ruedas de prensa y los actos públicos se considera una buena práctica de comunicación por cumplir los requisitos establecidos:

Uso de recursos innovadores en la presentación, organización y/o desarrollo: El uso del *rollup* y de un documento tipo para las notas de prensa supone un recurso importante a la hora de identificar el proyecto y sus acciones y aumentar la publicidad sobre ellas entre los vecinos de la zona de actuación y las personas que visiten los barrios de la Villa, Arroyo de San Sebastián y la Molineta. Estos elementos resultan fácilmente visibles e identificables y ayudan a acercar al público potencial la idea de la cofinanciación con fondos FEDER.

Adecuación de los contenidos a los objetivos perseguidos: Tanto en el caso del *rollup* como de las notas de prensa se ha buscado un diseño claro, que identifique claramente al proyecto que ejecuta las actividades, obras o programas que se están presentando o difundiendo a través de esos medios. En ellos se hace referencia a la cofinanciación a través del logotipo del Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER). Estos elementos incluyen también los logos del proyecto Iniciativa Urbana “De toda la Villa” y el del Ayuntamiento de Vélez-Málaga.



Incorporación de criterios de igualdad de oportunidades: Los mecanismos y los canales que se han buscado para realizar la comunicación de esta iniciativa garantizan que todos los ciudadanos han tenido la oportunidad de conocer estas ayudas ofertadas por el programa europeo y siempre se ha garantizado el uso de un lenguaje no sexista..

Adecuación con el objetivo general de difusión de los fondos: Toda la comunicación identificativa de las ruedas de prensa y los actos públicos contribuye al objetivo general de difundir la importancia que tienen los fondos europeos en la mejora de la calidad de vida de los ciudadanos.

Alto grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción de comunicación: Las convocatorias de prensa realizadas por el proyecto Iniciativa Urbana son seguidas por los medios de comunicación locales, a los que también se envían las notas de prensa, lo que garantiza que los mensajes y las comunicaciones llegan de forma clara a los vecinos de los barrios de actuación.



Evidencia de un alto grado de calidad: La buena acogida que han tenido todas estas actuaciones tanto por el público como por los medios de comunicación evidencian la alta calidad de las mismas.

Uso de las nuevas tecnologías de la información: Las notas de prensa y comunicaciones del proyecto se incluyen también en la página web del programa, www.detodalavilla.es, y para su difusión, se emplean también las redes sociales, lo que universaliza aún más cualquier acción comunicativa del programa europeo.