

## Otra Buena Práctica es la **Difusión de la Acción de Fomento para Personas Emprendedoras**

La Acción de Fomento para Personas Emprendedoras consiste en un instrumento de promoción económica con el que la Agencia IDEA pretende impulsar, dinamizar e incentivar la actividad económica en el área del emprendimiento, mediante la definición de una serie de actuaciones conjuntas que, incorporando al tejido productivo, adapte los instrumentos de apoyo público, concretándose en medidas específicas de carácter financiero y no financiero con las que actuar de forma integral y coordinada para conseguir el objetivo de aumentar el autoempleo de los jóvenes andaluces y con ello reducir los niveles de desempleo.

En concreto, el apoyo prestado por esta Acción de Fomento se materializa en:

### ***Financiación de proyectos empresariales***

Financiación de proyectos a través de los Fondos Reembolsables (entre otros el Fondo JEREMIE Multiinstrumento)

Financiación de proyectos a través de la Orden de Incentivos a la Innovación y al Desarrollo Empresarial

Subvención de tipos de Interés

### ***Prestación de servicios empresariales***

Programa Empresa 24 Horas

Propiedad industrial

### ***Dotación de infraestructuras***

Alojamiento empresarial

Acceso a Naves industriales

La Acción de Fomento para Personas Emprendedoras tiene como principales fuentes de financiación, entre otros, el Fondo JEREMIE Multiinstrumento y la Orden de Incentivos a la Innovación y al Desarrollo Empresarial, instrumentos ambos que se integran en la Subvención Global Innovación-Tecnología-Empresa de Andalucía 2007-2013 (SGA), cofinanciada por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER).

***Se considera una Buena Práctica de Comunicación ya que cumple con los siguientes criterios:***

*Uso de recursos innovadores en la presentación, organización y desarrollo. La innovación de esta actuación reside en la variedad de soportes utilizados para*

difundir las ayudas con el fin de dar la máxima divulgación y alcanzar el mayor potencial de público posible. Éstas son:

Organización de jornadas: atendiendo al público objetivo de la Acción de Fomento (especialmente jóvenes emprendedores) y a la tipología organizativa planteada para el ámbito de actuación (universitario, innovador, tecnológico, economía social y 'spin off'), se celebraron distintas jornadas informativas en colaboración con las instituciones más representativas en cada uno de estos ámbitos de acción.

En este sentido, el calendario de jornadas se inició con un primer acto con proyección regional con la institución que tiene mayor peso y apego social en todas las provincias: la Universidad. El acto de presentación regional estuvo presidido por el consejero de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo y contó también con la participación de la rectora de la Universidad anfitriona. Por criterio de oportunidad, en términos de representatividad, se arrancó en la Universidad de Málaga, cuya rectora, Adelaida de la Calle, preside actualmente la Conferencia de Rectores de las Universidades de España (CRUE).



Resumen fotográfico de las presentaciones

Esta primera jornada informativa se replicó posteriormente en cada una de las capitales de provincia andaluzas, de forma que se garantizaba así un contacto directo con el mayor número posible de posibles beneficiarios de la Acción de Fomento y de entidades a las que se incorporaron como aliados para la consecución de los objetivos.

Tras las presentaciones institucionales, se daba paso a las distintas mesas técnicas en las que tuvieron participación otros agentes de las entidades u organizaciones (Fundación Andalucía Emprende, CEPES, Parques y Centros Tecnológicos...). Un protagonismo esencial en estas jornadas lo ocuparon los emprendedores y emprendedoras que participaron en las

jornadas para contar sus experiencias en la creación de sus respectivos proyectos empresariales, por lo que sus testimonios.

Material de difusión: para el conjunto de las jornadas se han diseñado y producido distintos materiales de difusión. Entre otros elementos se pueden citar: preparación de plantilla de presentación; material gráfico (fotografías y audiovisual explicativo de la Acción de Fomento; trasera/ roll-up/Invitación electrónica; Programa de mano/folleto...

Campaña en prensa digital: coincidiendo con la semana de presentación regional de la campaña, comenzó la ejecución de una campaña publicitaria en prensa digital regional y provincial, el soporte con mayor penetración en el segmento de población al que nos dirigimos, los jóvenes, y que garantizaba los mejores resultados en términos de inversión/recuerdo.

Campaña en radio: igualmente, la convocatoria de la celebración de las jornadas, tanto regionales como comarcales se apoyaron con la emisión de unos spots radiofónicos en emisoras provinciales y/o locales, en los que se comunicaba a los oyentes, la fecha y el horario de celebración de la jornada, todo ello con el fin de animar la participación. Por el alto grado de cobertura del territorio andaluz, estas emisiones se realizaron principalmente en emisoras del Grupo Prisa y de Canal Sur Radio, en un horario ajustado en cada caso al público objetivo de la acción de fomento concreta.

Programas especiales en radio: la Cadena SER Andalucía realizó una programación especial consistente en la emisión en directo desde las jornadas del programa Hoy por hoy en cada una de las 8 provincias. Estos programas, que se realizaban en las desconexiones territoriales, tenían tanto entrevistas institucionales como mesas de debates con los emprendedores/as participantes.



Inserciones en radio

Difusión en prensa escrita: con motivo de la celebración de las jornadas provinciales en las distintas universidades, la Agencia IDEA llegó a acuerdos de colaboración con las primeras cabeceras de cada provincia con el fin de

mediante una o dos páginas de información, dar difusión entre sus lectores de la Acción de Fomento de Personas Emprendedoras.



Inserciones en prensa

Difusión en IDEA Digital: se utilizó esta herramienta para dar cobertura y posterior difusión a todas las actuaciones que se llevaron a cabo en el marco de esta Acción de Fomento. Esta cobertura fue tanto audiovisual como escrita.

#### *Adecuación de los contenidos a los objetivos establecidos.*

La situación actual de crisis económica ha provocado que las cifras de desempleo en Andalucía hayan alcanzado cifras que superan el 30 por ciento sobre la población activa. Y esta situación es aún más preocupante en el caso de los jóvenes, tanto para aquellos que acceden por primera vez al mercado de trabajo como de aquellos que accedieron en su día de forma precaria y no han podido mantener su empleo en este periodo.

En este sentido, el apoyo integral a los jóvenes emprendedores que se plantean la posibilidad de comenzar una nueva actividad económica constituye una opción de política económica más que necesaria en estos momentos. También se estimaba necesario promover el reconocimiento social del emprendedor en aras de un mayor nivel de emprendimiento y, por ende, de creación de empleo y riqueza en nuestra región. Para favorecer la difusión del emprendimiento como alternativa al desempleo y con el fin de llegar al máximo número de interesados/as se llevaron a cabo la relación de actuaciones anteriormente indicadas, obteniéndose una gran cobertura sobre le público al que iban destinadas.

#### *Incorporación de criterios de Igualdad de Oportunidades.*

Las acciones de comunicación y publicidad realizadas han tenido en cuenta criterios fundamentales en cuanto a igualdad y perspectiva de género. La

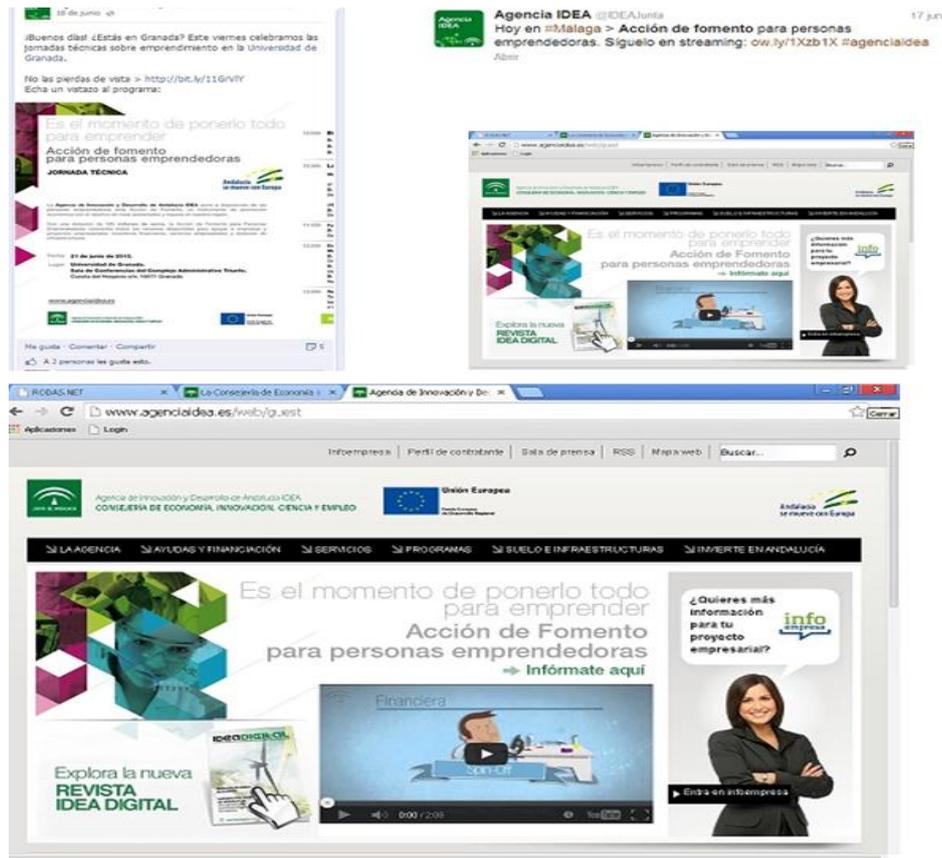
propia denominación de “Acción de Fomento para Personas Emprendedoras” incorpora tanto a hombres como a mujeres como posibles beneficiarios de los incentivos económicos en igualdad de condiciones y sin ningún tipo de distinción por cuestiones de género. Además, en todas las piezas y mensajes diseñados para comunicar esta acción de fomento se han seguido las siguientes pautas:

- Utilización de un lenguaje inclusivo y no sexista, tanto en los textos escritos como en las producciones audiovisuales y las cuñas de radio, de forma que tanto hombres como mujeres se sintieran reconocidos/as, para ello se han usado términos genéricos como empresas en lugar de empresarios, personas emprendedoras sustituyendo a emprendedores y, en otras ocasiones, haciendo uso de barras y/o mediante el uso del masculino y el femenino simétricamente en la misma frase.
- En cuanto a las imágenes de video y recursos gráficos utilizados tanto en producciones audiovisuales como en prensa, redes sociales e internet, se han cuidado escrupulosamente los contenidos y las situaciones en las que las mujeres eran mostradas, con el fin de visibilizar a las mujeres como personas igualmente activas en la sociedad, mostrando para ello mujeres empresarias, ingenieras, doctoras en distintas disciplinas, investigadoras y ocupando cargos de responsabilidad, respetando, en todo momento, además, la diversidad de las mujeres.
- Igualmente, en las jornadas técnicas de difusión de esta Acción de Fomento han participado en las mesas de debate sobre experiencias de emprendimiento proyectos empresariales cofinanciados por la SGA y que son dirigidos por mujeres, con el fin de romper con los estereotipos laborales, poniendo en valor el papel femenino en los procesos de toma de decisiones de las empresas.

#### *Adecuación con el objetivo general de difusión de los Fondos.*

Estas acciones de difusión cumplen con el Objetivo Global del Plan de Comunicación de los Programas Operativos FEDER y FSE de Andalucía 2007-2013 de concienciar e informar a la opinión pública andaluza de las acciones que se realicen en el marco de estos programas en la región.

Además, han servido para comunicar a la ciudadanía andaluza, por medio de la variedad de soportes e instrumentos informativos y publicitarios, cuáles son las actuaciones que se desarrollan en materia de política regional europea a las que pueden optar como beneficiarios potenciales de las mismas.



Redes sociales y web

*Alto grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción.* La cobertura alcanzada resultó muy alta, gracias a todas las actividades de comunicación que se llevaron a cabo y que han sido descritas con anterioridad. De forma resumida, los resultados más relevantes que se obtuvieron fueron los siguientes:

**Celebración de jornadas:** las 8 jornadas de carácter provincial que se celebraron en las universidades andaluzas contaron con más de 620 asistentes. Además, ya en colaboración con la Fundación Red Andalucía Emprende, y con el fin de alcanzar el mayor territorio posible, se organizaron otras 45 jornadas de carácter comarcal a la que asistieron alrededor de 1.350 personas.

**Campaña en prensa digital:** se sirvieron más de 2.800.000 impresiones mediante las distintas inserciones que se hicieron en prensa digital.

**Campaña en radio y programas especiales en radio:** la emisión de cuñas anunciando tanto la Acción de Fomento como la celebración de las jornadas con carácter regional y provincial, alcanzó una cobertura de más de 1,5 millones de oyentes, en caso de las cuñas regionales y de más de 1,14 millones en las emisiones provinciales.

*Evidencia de un alto grado de calidad* queda justificado con las sinergias con otras políticas para el autoempleo e instituciones que lo promueven. Un ejemplo de ello han sido las presentaciones a nivel comarcal en las que se contó con la estrecha colaboración de los distintos Centro de Apoyo al Desarrollo Empresarial que están repartidos por la geografía andaluza, dependientes de la Fundación Red Andalucía Emprende.

*Uso de nuevas tecnologías de la información.*

También se realizaron acciones cuyo principal medio de difusión fueron las nuevas tecnologías de la información. Entre otras, cabe destacar:

Ejecución de un plan de divulgación en los distintos perfiles de la Agencia IDEA en redes sociales. De esta manera se publicaba la agenda de cada jornada en Facebook, Google +, Twitter y LinkedIn.

Desde Twitter, entre los meses de junio y julio de 2013, se lanzaron más de 150 tuits con la etiqueta #emprendimiento y con contenido relacionado con esta Acción de Fomento. Esto generó más de 50 retuits y 218.000 impresiones potenciales.

Por otro lado, se produjo un audiovisual explicativo de los contenidos de la Acción de Fomento, que se publicó en Youtube (<http://www.youtube.com/watch?v=t6ym8XclGss>), y se incrustó en la home de la página web de la Agencia IDEA.

Como ya se ha indicado, la página de inicio de [www.agenciaidea.es](http://www.agenciaidea.es), se vistió con la creatividad desarrollada para esta Acción de Fomento e igualmente, se desarrolló ex profeso una sección donde se ofrecía mayor información a los usuarios (<http://www.agenciaidea.es/web/guest/programas-fomento-emprendedores>) y se habilitó un correo electrónico para un contacto directo de aquellos que desearan ampliar información ([financiaemprendedores@agenciaidea.es](mailto:financiaemprendedores@agenciaidea.es)).

Por último, por primera vez, se retransmitió vía streaming las 8 jornadas que se celebraron en otras tantas provincias andaluzas. Para ello, se desarrolló un contenedor en la revistaidealdigital.es desde la que cualquier usuario podía seguir en directo las distintas intervenciones de los participantes en las jornadas celebradas en ocho universidades andaluzas.