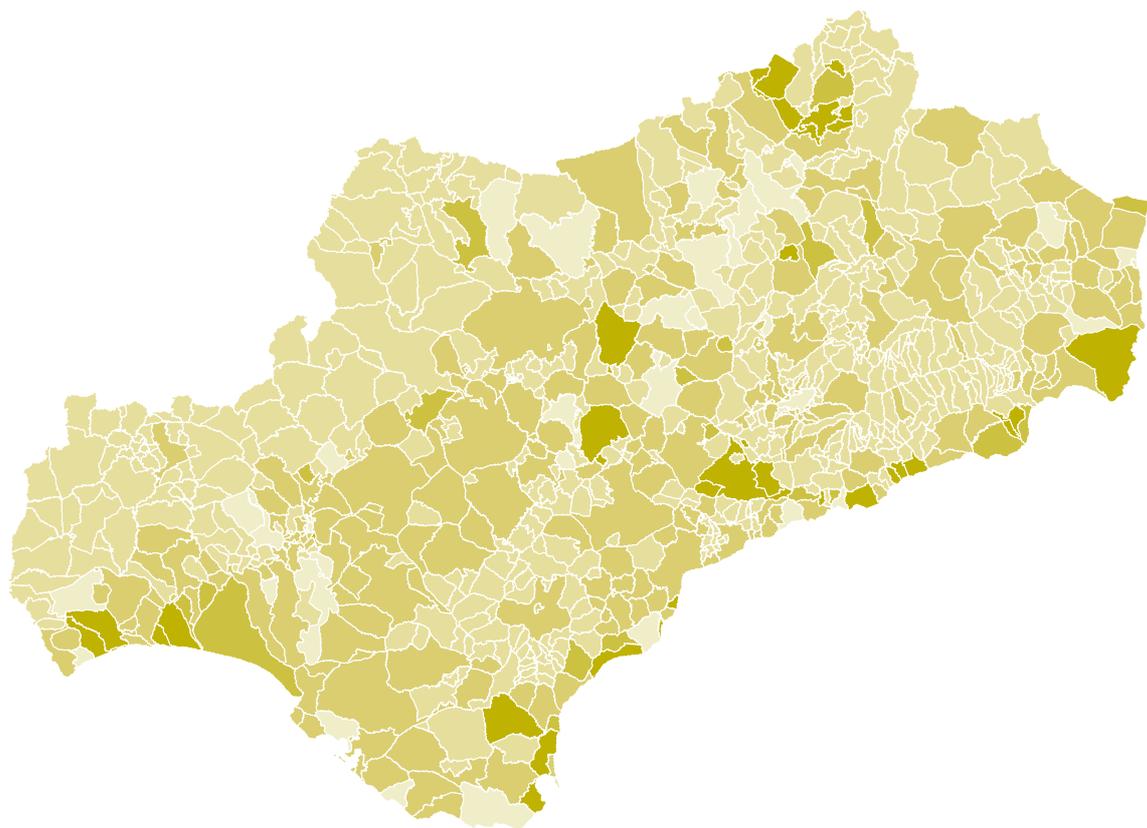




Fondo de apoyo a la acogida y la integración
de inmigrantes así como al refuerzo
educativo de los mismos



Manual sobre la Política Municipal de Integración de la Población Inmigrante en Andalucía





Manual sobre la Política Municipal de Integración de la Población Inmigrante en Andalucía

CONSEJERÍA DE GOBERNACIÓN

JUNTA DE ANDALUCÍA



Edita: Junta de Andalucía. Consejería de Gobernación.
Dirección General de Coordinación de Políticas Migratorias

Dirección de proyecto: Victor Bellido Jiménez

Dirección artística: Inventia Publicidad

Impresión: Ibergrafic Morón S.L.

Depósito legal: SE-3260-2008



Índice

1	Introducción.	5
2	Datos descriptivos.	7
	2.1. Orden de transferencias.	9
	2.2. Consideraciones generales.	14
	2.3. Distribución de transferencias por ejes.	19
3	Acciones relevantes en el ámbito municipal.	25
	3.1. Información municipal.	26
	3.2. Información general sobre el Fondo.	29
	3.3. Campañas de sensibilización.	48
	3.4. Cursos de formación.	61
	3.5. Talleres.	72
	3.6. Jornadas.	84
	3.7. Servicios de información.	96
	3.8. Actividades relacionadas con el alojamiento.	106
	3.9. Ayudas de emergencia.	111
	3.10. Ayudas a asociaciones de inmigrantes o proinmigrantes.	116
	3.11. Otras actividades no clasificadas.	121
4	Resumen operativo.	127
	4.1. Información municipal.	127
	4.2. Información general sobre el Fondo.	127
	4.3. Detalle de las actividades ejecutadas.	128
	Relación de tablas.	133
	Relación de gráficos.	134



1 | Introducción

La Junta de Andalucía tiene atribuidas, por mandato constitucional y estatutario competencias diversas que hacen referencia a la prestación de servicios básicos a la ciudadanía, tales como la asistencia sanitaria, la educación, los servicios sociales, la vivienda, la asistencia jurídica, las políticas activas de empleo, de igualdad, para la juventud y de atención al menor. Incluso la reforma del Estatuto de Autonomía aprobada en el año 2007, ha introducido un artículo (art. 62) dedicado a la inmigración, aspecto por otra parte necesario tras el paso de más de 25 años desde la aprobación del primer estatuto. Hace 25 años Andalucía era tierra de emigración, hoy es un territorio que acoge inmigrantes.

El 2 Plan Integral para la Inmigración en Andalucía, vigente hasta 2009 (aprobado por el Decreto 92/2006), permite definir la política de integración de la población inmigrante en Andalucía. Este plan cuenta con 11 áreas de intervención, 90 objetivos específicos y 248 medidas, así como más de 500 indicadores de evaluación, tanto cuantitativos como cualitativos. El esfuerzo presupuestario asignado a las acciones contempladas asciende a más de 1.177 millones de euros para el periodo 2006-2009.

La Junta de Andalucía, a través de la Consejería de Gobernación, como principal órgano responsable de la coordinación, seguimiento y evaluación de las políticas en materia de inmigración, ha apostado por acercar las políticas migratorias a la realidad de cada una de las provincias iniciando, a principios del año 2005, la elaboración de los nuevos Planes Provinciales de Políticas Migratorias. Ello ha permitido mejorar, entre otros aspectos, la coordinación con los ayuntamientos, estableciendo modelos de integración adecuados a la realidad de cada uno de los territorios en el marco de unos requisitos mínimos que no fomenten competencia entre los modelos teóricos de integración.

Ha de señalarse que, en ocasiones, la población inmigrante constituye un sector de la población residente en Andalucía que encuentra especiales dificultades para el ejercicio de algunos de los derechos fundamentales, así como para la utilización de los servicios. En algunos casos, como el de las personas que arriban a Andalucía carentes de los requisitos legales exigidos para su residencia en nuestro territorio, esta realidad se agrava, obligándoles a situaciones de precariedad y exclusión social a las que la Junta de Andalucía debe hacer frente.

El aumento de población ha llevado a la adaptación de los servicios y recursos a esta nueva situación, manteniendo la calidad de los mismos e incrementándolos tanto en el ámbito cualitativo como cuantitativo, bajo un enfoque integral, permitiendo realizar políticas orientadas a una sociedad diversa e intercultural.

En definitiva, la política de inmigración en Andalucía busca crear las condiciones para conformar el escenario de una sociedad cohesionada, plural, diversa, intercultural, una sociedad articulada en torno al respeto de los derechos humanos y al cumplimiento de los deberes de ciudadanía, tal como figura en el Estatuto de Autonomía, una sociedad en la que la población inmigrante y la de acogida convivan, interactúen y construyan conjuntamente un futuro mejor.



2 | Datos descriptivos

En los últimos años la inmigración en Andalucía se ha convertido en un hecho consolidado, con un fuerte crecimiento en determinados municipios, que repercute obviamente en la demanda de servicios municipales y, más específicamente, de aquellos vinculados a las tareas de acogida e integración de la población inmigrante.

Además de los fondos que dispone la Junta de Andalucía para los municipios andaluces y que aparecen reflejados en los Planes Integrales para la Inmigración en Andalucía, desde el año 2005, el Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales ha dispuesto el denominado “Fondo de apoyo para la acogida y la integración de inmigrantes, así como el refuerzo educativo de los mismos”, cofinanciado por la Junta de Andalucía y ejecutado por Corporaciones Locales, Entidades sin ánimo de lucro y la Administración Autonómica.

La política de inmigración en Andalucía, ha apostado por un modelo de integración que cumple unos rasgos generales en su desarrollo e implantación. Más allá de los distintos objetivos específicos o medidas puestos en marcha, existen unos objetivos generales que, por sus características, abarcan al conjunto del 2 Plan y condicionan el alcance y efectividad de las acciones, marcando las estrategias a largo plazo que la Junta de Andalucía tiene en relación con la inmigración.

Las medidas y acciones puestas en marcha en el marco del FAIREA (acrónimo de Fondo de apoyo para la acogida e integración de inmigrantes, así como el refuerzo educativo de los mismos, en Andalucía) son, en muchos casos, complementarias a las que ya se venían realizando en Andalucía desde hace años, por lo que se enmarcarán dentro de los Objetivos Generales del 2 PPIA. Dichos Objetivos Generales son:

Promover las condiciones económicas, sociales y culturales que fomenten las políticas de acogida de la población que llega por primera vez a Andalucía, apoyando estrategias que permitan un modelo de inclusión autónomo para estas personas.

Favorecer la plena integración social, laboral y personal de la población inmigrante, como sujeto de derechos y deberes en el seno de la sociedad andaluza.

Asegurar el acceso, en condiciones de igualdad, de la población inmigrante a los servicios básicos comunes al conjunto de la ciudadanía, tales como la sanidad, la educación, el empleo, la vivienda, los servicios sociales o la atención jurídica, impulsando y realizando estrategias activas que garanticen este acceso.

Fomentar la coordinación, la cooperación y el seguimiento de las actuaciones de los poderes públicos y los agentes sociales y económicos implicados, para poner en valor los recursos disponibles y permitir menores tiempos de respuesta ante los cambios.

Diseñar y promover programas de formación para todas las personas que realicen actividades, en el ámbito privado o público, permitiendo una actualización constante en la aplicación de conocimientos.

Fomentar la sensibilización social acerca de los valores positivos de la inmigración, rechazando toda forma de racismo y xenofobia y cualquier clase de discriminación que se produzca.

Contribuir a mejorar las condiciones de vida y las infraestructuras en los países de origen de las personas que emigran, mediante una política integrada de Cooperación al Desarrollo por parte de la Junta de Andalucía, que incida sobre las causas del hecho migratorio, así como en la percepción que se tiene de nuestro sistema de bienestar en esos países.



En el ejercicio de sus competencias, en 2006, el Gobierno del Estado consignó de nuevo una partida presupuestaria para fomentar la integración de las personas de origen extranjero, ya que “el aumento de los flujos migratorios hacia España en los últimos años ha supuesto un incremento importante de la población atendida por los diferentes servicios públicos, con los correspondientes efectos sobre la planificación, desarrollo y financiación de las políticas sobre las que las Comunidades Autónomas cuentan con competencias, de ahí que, en materia de integración de los inmigrantes, se requiera una especial colaboración entre las distintas Administraciones públicas”. La Ley 30/2005 de 29 de diciembre, de Presupuestos Generales del Estado para el año 2006 dió continuidad al “Fondo de apoyo para la acogida e integración de inmigrantes, así como el refuerzo educativo de los mismos” con una dotación presupuestaria de 182.400.000,00 €, de los cuales fueron asignados a la Junta de Andalucía 20.550.363,00 €, el 11,27% del total. Estos fondos debían ser complementados por parte de la Administración Autonómica mediante una aportación del 30% en concepto de cofinanciación, que ascendió a 8.807.298,43 €, lo que hizo un total de 29.357.661,43 €.

Muchas de las actuaciones que han sido objetivos prioritarios para el año 2006 coinciden con las estrategias y medidas puestas de manifiesto en los Planes Integrales Para la Inmigración en Andalucía, ya sean en el ámbito regional o provincial.

En la ejecución del Fondo cabe destacar el empleo de cuatro instrumentos de gestión diferentes, siendo el primero de ellos objeto de análisis en el presente documento:

- 1 Cantidades transferidas a los Ayuntamientos, debido a la situación migratoria en el municipio, mediante Orden de transferencias.
- 2 Cantidades solicitadas por las corporaciones locales y otras instituciones en el marco de órdenes de convocatoria de ayudas públicas.
- 3 Cantidades transferidas de forma directa y específica a las corporaciones locales y otras instituciones para la realización de medidas.
- 4 Cantidades gestionadas por la Administración Autonómica en el marco de sus competencias.



2.1 | Orden de transferencias

La Junta de Andalucía viene incluyendo desde 1989 en sus presupuestos una dotación destinada, a través de financiación no condicionada, a la nivelación de los servicios municipales. Por otra parte, en los últimos años la inmigración en Andalucía se ha convertido en un hecho consolidado, es por ello que la Orden de transferencias para 2006 queda configurada como complemento de la de nivelación de los servicios municipales de 24 de febrero.

En el marco del Protocolo de Prórroga del Convenio de Colaboración firmado entre el Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales y la Junta de Andalucía (BOE 168, del 15 de Julio de 2006), se ha procedido a ejecutar dichas medidas a través de diversos instrumentos. En concreto se ha diseñado una Orden (Orden de 27 de junio de 2006), similar a la elaborada para el ejercicio 2005, donde se establecen los destinatarios, las cuantías, los indicadores y la fórmula de reparto de las transferencias de financiación para la nivelación de servicios municipales vinculados a la acogida e integración de inmigrantes, en el ámbito de las competencias de la Consejería de Gobernación.

Este instrumento de gestión ha contemplado siete ejes de actuación sobre los que desarrollaron sus planes de acción 112 municipios de las ocho provincias andaluzas.

La cuantía destinada a los ayuntamientos ha sido de 4.480.145,00 €. Dicha distribución se basó en una serie de criterios, que se detallan más adelante, entre los que primaban los relacionados con la “mayor presión migratoria de la población inmigrante”. Los datos utilizados para determinar los municipios receptores de dichos fondos fueron proporcionados por fuentes públicas (IAE, INE y BOJA) y son simples, válidos, fiables y auditables.

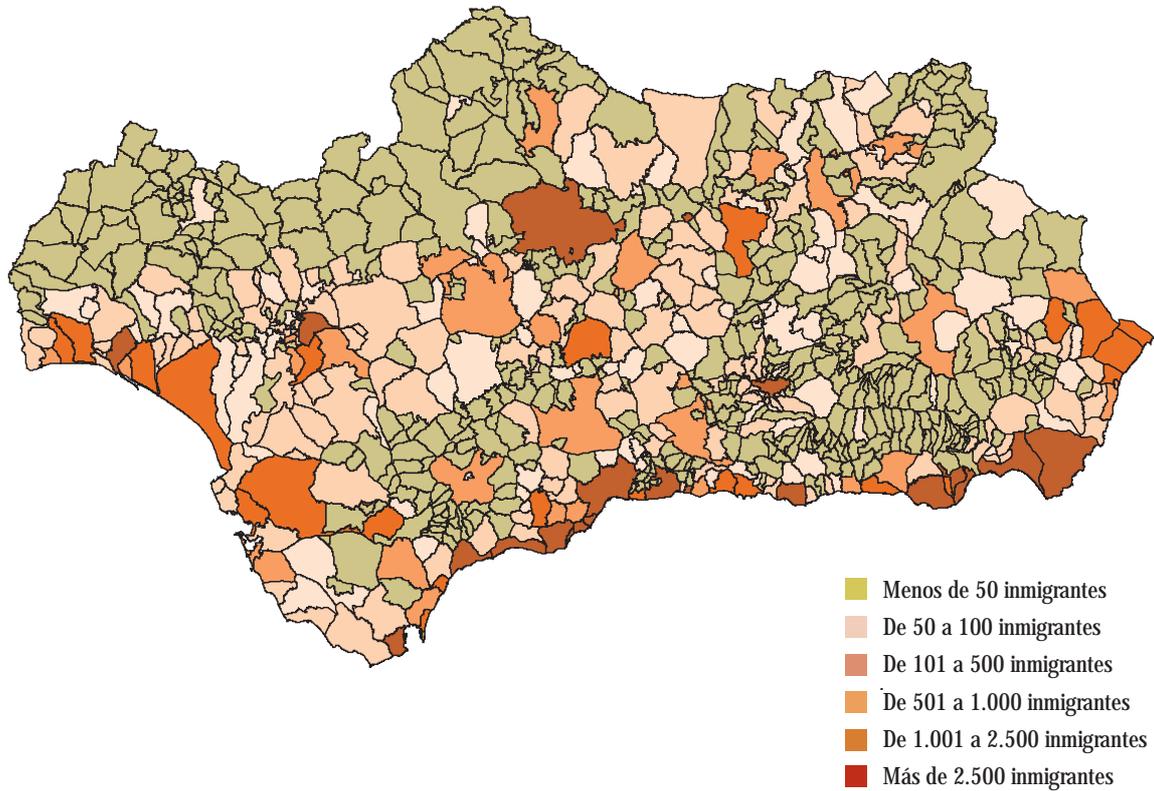
Para el reparto de esta cifra también se tuvo en cuenta dos aspectos fundamentales, por una parte el concepto de inmigrante; en este contexto, no todas las personas extranjeras que residen en Andalucía pueden ser consideradas inmigrantes, más aun cuando en la actualidad el debate sobre la inmigración se centra en la diferencia de bienestar entre las sociedades, como motor del fenómeno migratorio. Así pues, en el marco del FAIREA se entiende por persona inmigrante a aquella originaria de terceros países que se encuentre empadronada en los municipios de Andalucía; a efectos de cálculo, se tomó la actualización del Padrón a fecha 1 de enero de 2005, excluyendo de este cómputo a las personas provenientes de los países de la Unión Europea y quienes procedan de países cuyo IDH (Índice de Desarrollo Humano, publicado anualmente por la ONU) en el año 2005 fuese superior al de España y no estuviesen encuadrados en el grupo anterior (Australia, Canadá, EE.UU., Islandia, Japón, Noruega, Nueva Zelanda y Suiza). Este aspecto fue discutido inicialmente, ya que algunos de los países de la U.E., tienen un I.D.H. inferior al de España y por lo tanto sus nacionales deberían ser considerados “strictu sensu” inmigrantes, es el caso, por ejemplo de los colectivos de Rumanía y Bulgaria residentes en Andalucía que dejarán de ser considerados inmigrantes por la pertenencia de estos países a la UE 27.

Por otra parte se tuvo en cuenta la presión migratoria, ésta es muy diferente según el municipio que se analice, por lo que en aras de diseñar medidas que permitiesen una aplicación y unos resultados efectivos, fueron objeto de análisis las localidades cuyo número absoluto de personas inmigrantes fuese al menos de 50.

Bajo estas premisas y utilizando los datos del Padrón de 1 de enero de 2005 se identificaron, a priori, 302 municipios susceptibles de desarrollar políticas de acogida e integración de inmigrantes con eficacia y eficiencia (47 municipios más que en el ejercicio 2005, donde fueron analizados 255). El Padrón reflejaba una población extranjera de 420.207 personas, que suponía el 5,35% del total de Andalucía. Si se centra el análisis en las personas que no pertenecen a la Unión Europea la cifra global era de 278.386 personas, el 3,55% de la población (mapa 1).



Mapa 1 Distribución geográfica de la población inmigrante en Andalucía, ejercicio 2005.



Fuente: Dirección General de Coordinación de Políticas Migratorias. Elaboración Propia.

Para determinar las transferencias que se habían de realizar a cada Ayuntamiento se empleó un modelo de baremación que establecía de modo objetivo la situación del municipio incorporando una nueva variable que valorara el Plan de Acción desarrollado por los municipios el año anterior. Viene fijado por la siguiente función:

$$P = k_1 V_1 + k_2 V_2 + k_3 V_3 + k_4 V_4 + k_5 V_5 + k_6 V_6$$

Donde:

P = Puntos que obtiene el municipio en relación con las variables establecidas.

V_i = Variables normalizadas definidas para determinar la puntuación.

k_i = Pesos asignados a las variables.

V₁ = Numero total de personas empadronadas en el municipio con fecha 01.01.2005. Este dato se ponderó según la escala siguiente para determinar el valor de la variable:

Si es inferior o igual a 5.000 habitantes, entonces **V₁ = 1.**

Si está entre 5.001 y 10.000 hab., **V₁ = 2.**

Si está entre 10.001 y 20.000 hab., **V₁ = 3.**

Si está entre 20.001 y 50.000 hab., **V₁ = 4.**

Si es superior a 50.000 hab., **V₁ = 5.**



V_2 = Número de personas inmigrantes (según la definición dada anteriormente) empadronadas en el municipio a 01.01.2005, ponderado de igual forma según la escala (mapa 1):

- Si es inferior o igual a 100 personas, $V_2 = 1$.
- Si está entre 101 y 500 personas, $V_2 = 2$.
- Si está entre 501 y 1.000 personas, $V_2 = 3$.
- Si está entre 1.001 y 2.500 personas, $V_2 = 4$.
- Si es superior a 2.500 personas, $V_2 = 5$.

V_3 = Relación entre el porcentaje de personas inmigrantes (sobre la población total del municipio) respecto al mismo dato calculado para toda la provincia, normalizado, igualmente según la escala (mapa 2):

- Si está por debajo de la media provincial, $V_3 = 1$.
- Si iguala la media provincial o la supera como máximo en $1/3$, $V_3 = 2$.
- Si supera a la media provincial en más de $1/3$ y como máximo la supera $2/3$, $V_3 = 3$.
- Si supera a la media provincial en más de $2/3$ y como máximo la duplica, $V_3 = 4$.
- Si supera en más del doble la media provincial, $V_3 = 5$.

V_4 = Tasa de feminización de la población inmigrante en el municipio a 01.01.2005:

- Si no supera el 35%, $V_4 = 1$.
- Si supera el 35% y llega al 45%, $V_4 = 2$.
- Si supera el 45% y llega al 55%, $V_4 = 3$.
- Si supera el 55% y llega al 65%, $V_4 = 4$.
- Si supera el 65%, $V_4 = 5$.

V_5 = Financiación recibida en el ámbito municipal, en los últimos cuatro años por parte de la DGCPM destinada a políticas de acogida e integración de inmigrantes:

- Si no ha recibido financiación en los últimos cuatro años, $V_5 = 1$.
- Si ha recibido financiación al menos un año de los últimos cuatro, $V_5 = 2$.
- Si ha recibido financiación al menos dos años de los últimos cuatro, $V_5 = 3$.
- Si ha recibido financiación al menos tres años de los últimos cuatro, $V_5 = 4$.
- Si ha recibido financiación los últimos 4 años, $V_5 = 5$.

V_6 = Valoración del Plan de Acción, presentado en el año 2005, en función del análisis de las acciones presentadas, desarrolladas y evaluadas, así como otros aspectos técnicos. (Escala de 0-50 puntos).

- Si la valoración recibida es inferior a 10 puntos, $V_6 = 1$.
- Si la valoración recibida está entre 10 y 19 puntos, $V_6 = 2$.
- Si la valoración recibida está entre 20 y 29 puntos, $V_6 = 3$.
- Si la valoración recibida está entre 30 y 39 puntos, $V_6 = 4$.
- Si la valoración recibida es de 40 puntos o superior, $V_6 = 5$.

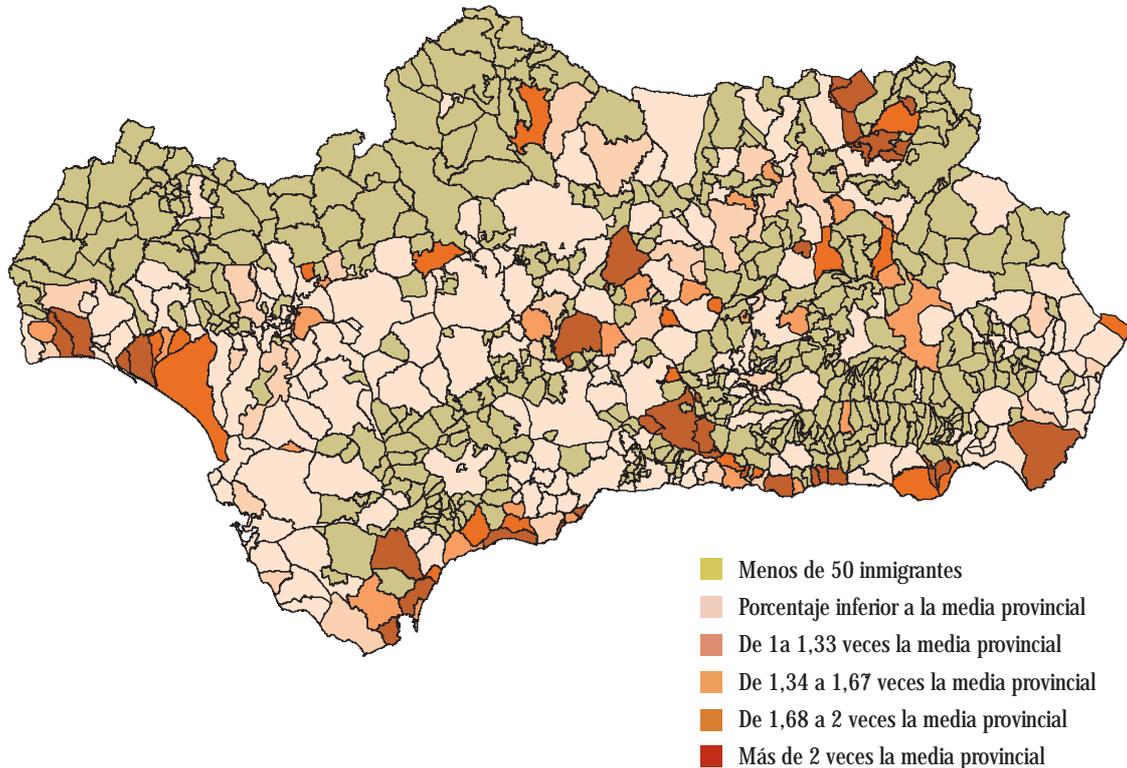
k_i = Pesos asignados a las variables, siendo $k_1=3$, $k_2=4$, $k_3=5$, $k_4=2$, $k_5=3$ y $k_6=3$.

Para aquellos municipios que no recibieron Fondos a través de la Orden de transferencias en 2005 $k_5 = 6$ y $k_6 = 0$.

La elección de estas variables pretendía plasmar la situación de los municipios andaluces frente al fenómeno migratorio mediante el aporte de información cualitativa y cuantitativa.



Mapa 2 Distribución geográfica de la desviación del porcentaje de personas inmigrantes respecto al dato provincial en Andalucía.



Fuente: Dirección General de Coordinación de Políticas Migratorias. Elaboración Propia.

Hecha esta baremación, el criterio de selección de los municipios se realizó teniendo en cuenta que:

- Se debía contar con una masa mínima de municipios en el ámbito provincial que permitiese realizar análisis comparativos de las políticas diseñadas, por lo que se seleccionaron los doce municipios que hubiesen obtenido mayor puntuación en cada provincia.
- Fueron incluidos también aquellos municipios que alcanzasen al menos 45 puntos en la baremación.
- En caso de igualdad en la puntuación se optó por el municipio que contaba con mayor población inmigrante empadronada a 01/01/05.

Bajo estas premisas se seleccionaron 112 municipios, 12 más que el año anterior, cuya relación figura en la Orden de transferencias (BOJA 130 de 7 de julio de 2006). Establecido el conjunto de localidades, debía efectuarse el reparto económico, para lo cual se llevó a cabo, previamente, un reparto provincial que utilizó criterios similares a los establecidos



por el Gobierno Central y a los que les fue aplicada una ponderación en función de su importancia:

C1 Asignación básica. Se estableció para cada provincia, según un criterio de solidaridad interterritorial, con el fin de que las provincias en las que hubiese una menor presencia de inmigrantes contasen con una aportación estable.

C2 Situaciones especiales. Criterio que responde a situaciones concretas de cada provincia, para ello se tuvieron en cuenta indicadores como los de frontera exterior, campañas de temporada (agrícola, hostelera, servicios de proximidad, etc.), composición de la población inmigrante, pirámide de edad, así como otros factores de diferente importancia.

C3 Número de personas extranjeras extracomunitarias empadronadas en cada provincia, a fecha 1 de enero del 2005. Fuente de Datos: INE. Esta variable pretende recoger la realidad del fenómeno migratorio, con relación a su distribución geográfica y sus modelos de asentamiento.

C4 Número de trabajadores/as extracomunitarios afiliados/as a la Seguridad Social, excluido el Régimen Especial Agrario (REA), a fecha de 31 de marzo de 2005, en cada provincia. Fuente de Datos: Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales. La población inmigrante en Andalucía presenta una tasa de actividad mayor que la población de acogida, por lo que esta variable recoge algunos aspectos de esta circunstancia.

C5 Número de trabajadores/as extracomunitarios/as afiliados/as a la Seguridad Social en el Régimen Especial Agrario (REA), en cada provincia, a fecha de 31 de marzo de 2005. Fuente de Datos: Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.

C6 Renta per capita provincial, cuyos datos han sido publicados en la página Web del INE, correspondientes al año 2003.

Una vez determinados los fondos correspondientes a cada provincia (tabla 1), la asignación a cada municipio dentro de ellas fue proporcional a la puntuación alcanzada en la baremación. En la distribución provincial puede verse como Almería (20,84%) y Málaga (19,29%) concentran el 40% de los fondos.

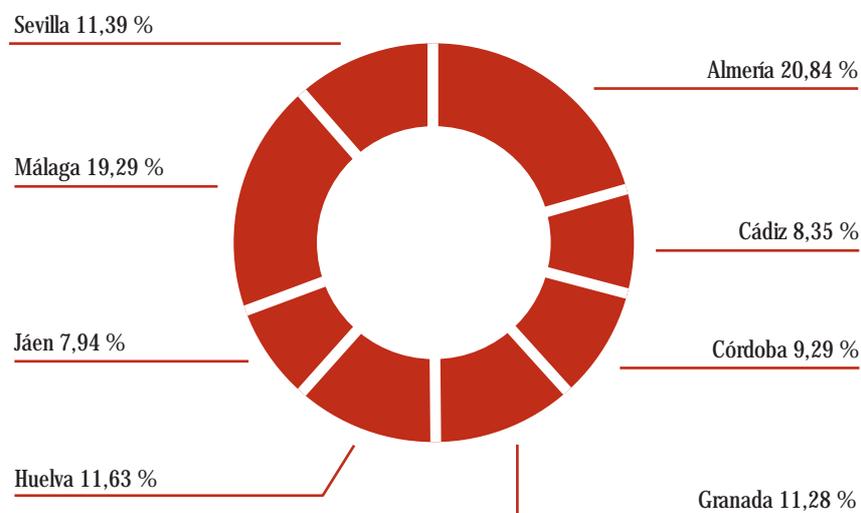
Tabla 1 Desglose provincial de la financiación de los fondos gestionados por los ayuntamientos a través de la Orden de transferencias de la Consejería de Gobernación.

Criterios	Asignación básica	Situaciones especiales	Extracomunitarios/as	Afiliados/as a la S.S. (excluido REA)	Afiliados/as al REA	PIB per Cápita (2003)	Total (€)
Peso del criterio	17,50%	25,00%	20,00%	15,00%	15,00%	7,50%	
Importe a distribuir	784.025,37	1.120.036,25	896.029,00	672.021,75	672.021,75	336.010,88	4.480.145,00
Almería	12,50%	4,17%	26,76%	21,54%	58,81%	2,78%	933.733,73
Cádiz	12,50%	11,67%	6,25%	5,58%	0,76%	13,89%	373.920,02
Córdoba	12,50%	14,17%	4,44%	4,00%	4,07%	19,44%	415.991,59
Granada	12,50%	12,50%	9,62%	10,21%	8,41%	16,67%	505.335,80
Huelva	12,50%	20,83%	5,31%	2,99%	15,37%	5,56%	520.962,24
Jaén	12,50%	8,33%	3,74%	3,13%	5,23%	22,22%	355.736,59
Málaga	12,50%	13,33%	32,64%	39,26%	3,49%	11,11%	864.366,90
Sevilla	12,50%	15,00%	11,25%	13,30%	3,86%	8,33%	510.098,13

Fuente: Dirección General de Coordinación de Políticas Migratorias. Elaboración Propia.



Gráfico 1 Distribución del Fondo según la provincia (en porcentajes).



Fuente: Dirección General de Coordinación de Políticas Migratorias. Elaboración Propia.

2.2 | Consideraciones generales

Los 112 municipios seleccionados en el Fondo aglutinan una población de 5.188.147 habitantes y suponen un total de 231.083 inmigrantes (más del 86% del total de inmigrantes de la comunidad autónoma), según la actualización del Padrón a 1 de enero de 2005. Estas 112 localidades se distribuyen en las ocho provincias andaluzas de forma similar (entre 12 y 15 municipios por provincia) y aunque están representados todos los ámbitos poblacionales, es mayoritaria la presencia de corporaciones locales con más de 10.000 habitantes, situación por otro lado lógica, al concentrar estas entidades el grueso del colectivo inmigrante.

Según la información facilitada por los municipios las nacionalidades de origen más representativas son Marruecos, mencionada por el 87% de las localidades como una de las tres más relevantes y siendo en el 52% la más importante y Rumanía, nombrada por el 47%, siendo la nacionalidad principal en el 17% de los casos (tabla 2). También destacan Colombia (27%), Ecuador (24%), Argentina (24%) y Bolivia (16%). Junto a este grupo, hay múltiples menciones a distintos países que nunca llegan al 10% (principalmente Bulgaria y Ucrania en Europa y Argelia y Senegal en África) y otras indicaciones genéricas a continentes (Asia, África) o áreas geográficas (Latinoamérica, Europa del Este).

Esta realidad no hace sino corroborar los datos estadísticos que arrojaba el Padrón Municipal, donde se mencionaban como países con mayor número de inmigrantes a Marruecos (72.602), Ecuador (21.575), Rumanía (20.513), Colombia (15.421) y Argentina (12.840).



Tabla 2 Nacionalidades más relevantes en el colectivo inmigrante.

País	Porcentaje de municipios que menciona el país como uno de los tres más relevantes			
	Total de menciones	Según la importancia del colectivo		
		1º	2º	3º
Marruecos	87	52	25	10
Rumanía	47	17	18	12
Colombia	27	1	9	17
Ecuador	24	8	8	8
Argentina	24	4	11	9
Bolivia	16	9	7	0
Otros	58	9	17	32

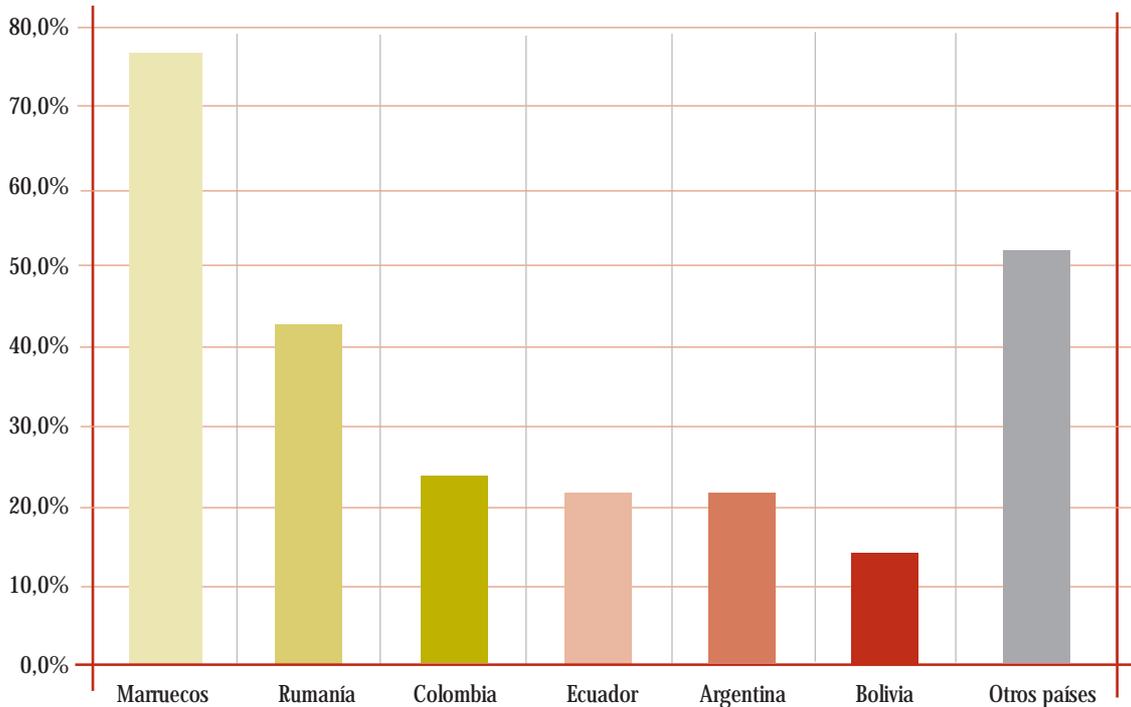
Fuente: Dirección General de Coordinación de Políticas Migratorias. Elaboración Propia.

Una distribución provincial de los datos representados en la tabla anterior permite afirmar las siguientes cuestiones:

- La presencia de personas de Marruecos es mayoritaria en siete de las ocho provincias (excepto Córdoba).
- El colectivo rumano es predominante en Huelva (92,3% de los municipios), siendo su presencia importante en otras cuatro provincias (Almería, Granada, Jaén y Sevilla).
- Colombia, si se exceptúa Huelva (dónde no se nombra), tiene una importancia media en seis provincias (siendo mencionada por entre el 13,3% y el 33,3% de los municipios), destacando su mayor relevancia en Sevilla (50,0%).
- Los nacionales de Ecuador destacan en Almería (40,0%), su presencia es media en otras cinco provincias (13,3% - 33,3%) y es muy baja o inexistentes en otras dos (Cádiz 0,0% y Córdoba 7,7%).
- Argentina concentra sus nacionales en tres provincias: Málaga (citada por el 86,7% de los municipios) y, en menor medida, Cádiz (40,0%) y Granada (33,3%).
- Bolivia tiene cierta presencia en Cádiz (50%), Granada (26,7%) y Sevilla (28,6%).
- Las menciones a otros países (destacan Argelia, Bulgaria, Senegal y Ucrania) como los más relevantes en la inmigración han sido más frecuentes en los municipios de las provincias de Jaén (el 80,0% de las localidades), Almería (73,3%), Huelva (76,9%) y Sevilla (57,1%).



Gráfico 2 Nacionalidades más relevantes según el porcentaje de municipios del Fondo que las menciona.



Si se compara la presencia de las diferentes nacionalidades respecto al tamaño de las poblaciones o la presencia de inmigrantes en términos absolutos, se observa mayor homogeneidad y debe destacarse:

- Marruecos es el país más mencionado en los diferentes ámbitos poblacionales y de número de inmigrantes, siempre por encima del 60% y frecuentemente con un índice superior al 80%.
- Rumanía tiene un peso similar (entre el 30% y el 50%) en todos los tamaños municipales o de número de inmigrantes, con la excepción de las localidades con más de 50.000 habitantes donde sólo es mencionado por el 16%.
- En sentido contrario, en las ciudades de mayor tamaño (más de 50.000 habitantes), Ecuador (44%) y Argentina (56%) tienen bastante más relevancia que en el resto de ámbitos poblacionales. Este predominio de Argentina se puede trasladar a las localidades con más de 2.500 inmigrantes, que en un 58% mencionan a este país como uno de los orígenes predominantes en la inmigración.

El 93,8% de los municipios del Fondo cuenta con, al menos, un Centro de Servicios Sociales Comunitarios, equipamientos importantes en materia de inmigración. Generalmente son de titularidad municipal (71,8% de los centros) y el resto está adscrito a las Diputaciones Provinciales. Como media, cada centro cuenta con 6,65 personas tituladas en Trabajo Social, pilar de las prestaciones sociales. Un 55,4% de las localidades concentra un total de 84 equipamientos especializados en materia de inmigración, casi siempre de titularidad municipal (81,0%). Mayoritariamente son Servicios de Información (51,8%) o Albergues (24,7%), el resto responde a una tipología muy variada.

Hecha esta exposición sobre la población de origen y el equipamiento municipal, se pueden describir los ejes de actuación propuestos en los que se engloban diversas medidas destinadas a mejorar la situación de las personas inmigrantes residentes en Andalucía y, con ello, la de todos los andaluces y andaluzas:



1. Acogida. El desarrollo económico y social de Andalucía la convierten en destino para el colectivo inmigrante, que llega con el objetivo de encontrar aquí los niveles de bienestar que no tiene en sus lugares de origen. Tal hecho suscita emprender acciones que hagan que la sociedad de acogida mejore la calidad de sus prestaciones. Básicamente el objetivo será cualificar la oferta de bienes y servicios para la población inmigrante. Para ello se establecerán programas de Acogida Integral y/o especializada que incluyan proyectos de introducción a la sociedad de acogida, derivación a servicios públicos de carácter general, clases de idiomas e itinerarios de inserción así como, para personas inmigrantes en situación de vulnerabilidad, alojamiento y manutención u otras requeridas para su especial atención.

2. Empleo. Se deben abordar las situaciones que generan la incorporación de personas inmigrantes al mercado laboral estableciendo como objetivos: Favorecer el acceso al Servicio Público de Empleo y Autoempleo; Desarrollar actuaciones específicas de orientación, formación e inserción sociolaboral para inmigrantes; Mejorar la cualificación profesional del colectivo inmigrante en aquellos perfiles profesionales que más lo demanden; Facilitar ayudas al empleo en proyectos de interés social y Cooperar en la dotación de mediadores interculturales.

3. Vivienda. En este eje se pretenden promover aquellas acciones dirigidas a mejorar las condiciones de alojamiento de la población inmigrante, considerando diferentes líneas de actuación:

- La integración en el entorno urbano de barrios con alta presencia de inmigrantes.
- La intermediación en el mercado de la vivienda y la formación en interculturalidad de los profesionales del sector.
- La inserción de familias inmigrantes en entornos con escasa población, en el marco de proyectos de desarrollo local.

4. Salud. Las condiciones de vida, en general, y la salud, en particular, de la población inmigrante en Andalucía son previsiblemente mejorables con acciones de asistencia socio-sanitaria, de prevención de enfermedades y de integración social. El reto es complementar la asistencia sanitaria que puntualmente reciben estos colectivos con un seguimiento en el tiempo. También será importante fomentar programas de formación de los profesionales en la atención de personas de distintos orígenes y culturas.

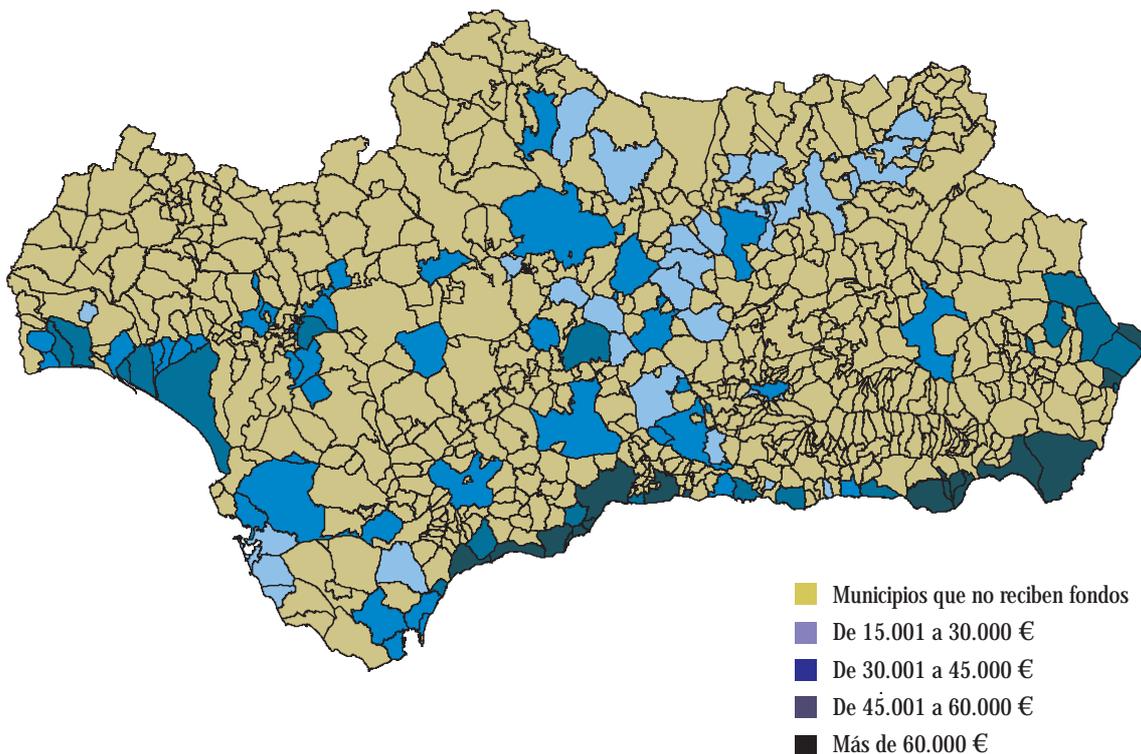
5. Igualdad de trato. Enmarcados en este eje hay proyectos destinados a la formación en igualdad de trato y no discriminación para empleados públicos y responsables de organizaciones, haciendo hincapié, de igual manera, en otros colectivos que, a priori, puedan mantener un contacto más directo con la población inmigrante: empresariado, sindicatos, trabajadores y trabajadoras,...

6. Participación. Su objetivo es ofrecer y asegurar la inmersión de la población inmigrante como sujeto de derechos y deberes en el seno de la sociedad andaluza, así como fomentar el asociacionismo entre el colectivo inmigrante para promover su participación y facilitar su integración en las asociaciones existentes en Andalucía, como medio de acceso al conocimiento de la cultura de la sociedad de acogida.

7. Sensibilización. Teniendo como objetivo la integración de los inmigrantes en la sociedad andaluza se hace necesario llevar a cabo una serie de actuaciones dirigidas a promover una imagen positiva de la inmigración, destacando sus aportaciones en todos los campos y combatiendo prejuicios y estereotipos. Otras líneas de trabajo son la mejora del tratamiento de este fenómeno por los medios de comunicación, así como la lucha contra el racismo y la xenofobia.



Mapa 3 Distribución geográfica de los municipios perceptores del Fondo de Acogida a través de la Orden de transferencias.



Fuente: Dirección General de Coordinación de Políticas Migratorias. Elaboración Propia.

Una vez señalados los datos sobre población inmigrante, equipamientos comunitarios y específicos para la inmigración, vamos a exponer una serie de aspectos generales del Fondo, obtenidos tras el análisis de las entrevistas de campo:

- El 86,2% de los municipios ejecuta el Fondo de modo directo. En el 53,6% de las localidades se ha gestionado desde los Centros de Servicios Sociales Comunitarios, en otro 24,1% es a través de los centros especializados y finalmente hay un 40,2% que menciona otras entidades, casos en los que normalmente se trata del propio ayuntamiento a través de una de sus concejalías (como se aprecia, hay veces que la gestión ha tenido diversos modelos).
- Un 78,6% de los equipos técnicos encuestados manifiestan que está previsto generar algún tipo de publicación, generalmente folletos (50,0%) y carteles (48,2%) y también guías (25,0%). En el 26,8% de los casos se ha empleado otro idioma además del castellano que figura en la práctica totalidad de las publicaciones, destacando el árabe (21,4%).



- El 75,0% de los municipios ha contratado personal específico para el desarrollo de las actuaciones del plan, siendo la contratación media de 2,9 personas con una formación eminentemente técnica (el 62,3% posee estudios universitarios) durante un periodo de 8,0 meses.
- El 87,5% de los ayuntamientos dice haber establecido algún sistema de evaluación realizada a través del cumplimiento de cuestionarios de diverso tipo (30,4%) y el control de asistencia a las distintas actividades (18,8%), aunque también se empleen indicadores (normalmente los contenidos en la ficha del Plan de Acción), se lleven a cabo reuniones de grupo o se realicen estudios.
- El 79,5% de las corporaciones manifiesta contar con otras fuentes para la ejecución de sus políticas migratorias, generalmente vía subvención, siendo la Junta de Andalucía la principal entidad generadora de estos fondos adicionales.

Respecto al reparto a nivel provincial se observa que son las provincias que concentran una mayor población inmigrante, Almería y Málaga, las que reciben más financiación, con cantidades que rondan los 900.000 € y que doblan y casi triplican el presupuesto percibido por algunas de las provincias restantes, de hecho, las transferencias realizadas a las otras seis provincias oscilan entre los 355.736,59 € de Jaén y los 520.962,24 € de Huelva. Como consecuencia de esta distribución asimétrica, provocada, evidentemente, por la realidad del fenómeno migratorio en cada una de las provincias, los diversos análisis de cada eje que se lleven a cabo, tanto en términos generales como específicos, deben tener en cuenta esta circunstancia por lo que las comparaciones interprovinciales, establecidas las diferencias, se centrarán en datos porcentuales, es decir, datos relativos que reflejen el peso que cobran en cada provincia los distintos ejes, en función de la cantidad total percibida por los municipios de cada provincia.

2.3 | Distribución de transferencias por ejes

Comparando la distribución de las transferencias por ejes en el ámbito provincial, se pueden comentar algunos datos relevantes:

- A nivel general y respecto al ejercicio anterior, tres ejes aumentan su asignación, debiéndose destacar el de Acogida con un incremento de 6,3 puntos porcentuales destacando aún más su preponderancia sobre el resto, mientras que en los casos de Empleo y Participación este crecimiento sólo alcanza el 1,38 y 1,3 puntos respectivamente; Vivienda y Sensibilización, sin embargo, reciben en 2006 un porcentaje inferior al del año anterior, con un descenso de 6,21 puntos porcentuales, en el primero de estos ejes frente a los 3,41 de Sensibilización.
- A Igualdad de trato y Salud se ha destinado una parte similar a la de la primera anualidad y continúan siendo, junto con Vivienda en 2006, los ejes a los que los ayuntamientos destinan un presupuesto menor.
- Tres ejes, Acogida, Sensibilización y Empleo, aglutinan algo más del 75% de los fondos ocupando los tres primeros puestos en todas las provincias y a gran distancia del resto, salvo en Granada y Sevilla, con un reparto más homogéneo entre los distintos ejes.



- El eje de Acogida es, como ya se ha mencionado, en el que más fondos se han invertido, ocupando el primer lugar en todas las provincias menos en Granada, donde es superado por Empleo. Es esta provincia, además, la que menos fondos destina a este eje (24,31%), junto con Sevilla (34,58%). Huelva (42,28%), Almería (43,36%) y Málaga (46,96%) destinan menos del 50%, Jaén el 53,14% mientras que Cádiz (60,57%) y Córdoba (65,68%) superan el 60%.
- Según los fondos reservados para Empleo podrían agruparse las provincias andaluzas de la siguiente manera: en Cádiz, Córdoba y Jaén no se alcanza el 10%, destacando la primera con un 2,95%; en el intervalo entre el 10% y el 20% se encuentran Huelva y Almería sin llegar al 13% y Málaga y Sevilla, con más del 16%; sólo en Granada se aproxima al 30% siendo, como ya se ha citado, el eje que más fondos percibe. Cabe destacar que en estas tres provincias Empleo recibe más fondos que Sensibilización, contradiciendo la pauta observada en las demás.
- Uno de los ejes con menos presupuesto es el de Vivienda, que no supera el 10% en ninguna provincia; entre un 2% y un 4% están Almería, Huelva, Cádiz y Sevilla mientras que Jaén, Málaga y Granada rondan el 6,5% y Córdoba, con el máximo, destina el 8,62%.
- El eje de Salud, como ya ocurriera en 2005, muestra los porcentajes más bajos que oscilan entre el 2,74% de Huelva y el 5,54% de Sevilla.
- El eje de Igualdad de trato tampoco llega a acumular en ninguna provincia más del 8,25% que destina Huelva; entorno al 6,5% se encuentran Granada, Sevilla, Cádiz y Almería mientras que las demás están por debajo del 4%.
- El eje de Participación, aún acumulando a nivel regional cerca del doble del presupuesto en relación con los tres ejes anteriores, se encuentra en el grupo de los menos ejecutados, con cuatro provincias (Cádiz, Jaén, Córdoba y Málaga) que no alcanzan el 8%, dos (Huelva y Almería) entorno al 10% y otras dos, Sevilla y Granada, alrededor del 15%.
- Sensibilización es, en general, el segundo eje donde más han trabajado las corporaciones locales aunque el análisis provincial permite diferenciar entre las provincias de Cádiz, Almería, Jaén y Huelva, que destinan aproximadamente el 20% de su presupuesto, Málaga, Granada y Sevilla donde la cantidad empleada supera en poco el 15% y Córdoba, que reserva sólo un 10,19%, siendo la provincia en la que más acusada es la tendencia comentada de descenso del eje de Sensibilización frente al ascenso del de Acogida.

Dada la dificultad para llegar a las localidades pequeñas que existe en todas las distribuciones de fondos en las que se manejan variables demográficas, se ha analizado el reparto estableciendo cinco intervalos en función del tamaño de los municipios. Se puede observar que más de la cuarta parte de éstos no superan los 10.000 habitantes (diez de ellos no pasan de 5.000), obteniendo una financiación alrededor de 1.100.000 €, lo que implica una media por localidad entorno a los 35.000 €, dato que los equipara a municipios de mayor tamaño, si se exceptúa a aquellos que tienen más de 20.000 habitantes que perciben un cifra sensiblemente superior (más de 40.000 € de media).

Respecto a 2005, se observa un incremento superior a 4.000 € en la dotación presupuestaria media en todos los ámbitos poblacionales, salvo en los de menos de 5.000 habitantes.



Tabla 3 Desglose provincial de la financiación de las transferencias según el tamaño de la población.

Provincia	Número de municipios	Distribución del Fondo (€)	Media por municipio (€)
Hasta 5.000 hab	10	325.005,03	32.500,50
De 5.001 a 10.000 hab.	21	784.693,11	37.366,34
De 10.001 a 20.000 hab.	27	979.019,24	36.259,97
De 20.001 a 50.000 hab.	29	1.168.784,94	40.302,93
Más de 50.000 hab.	25	1.222.642,68	48.905,71
Andalucía	112	4.480.145,00	40.001,29

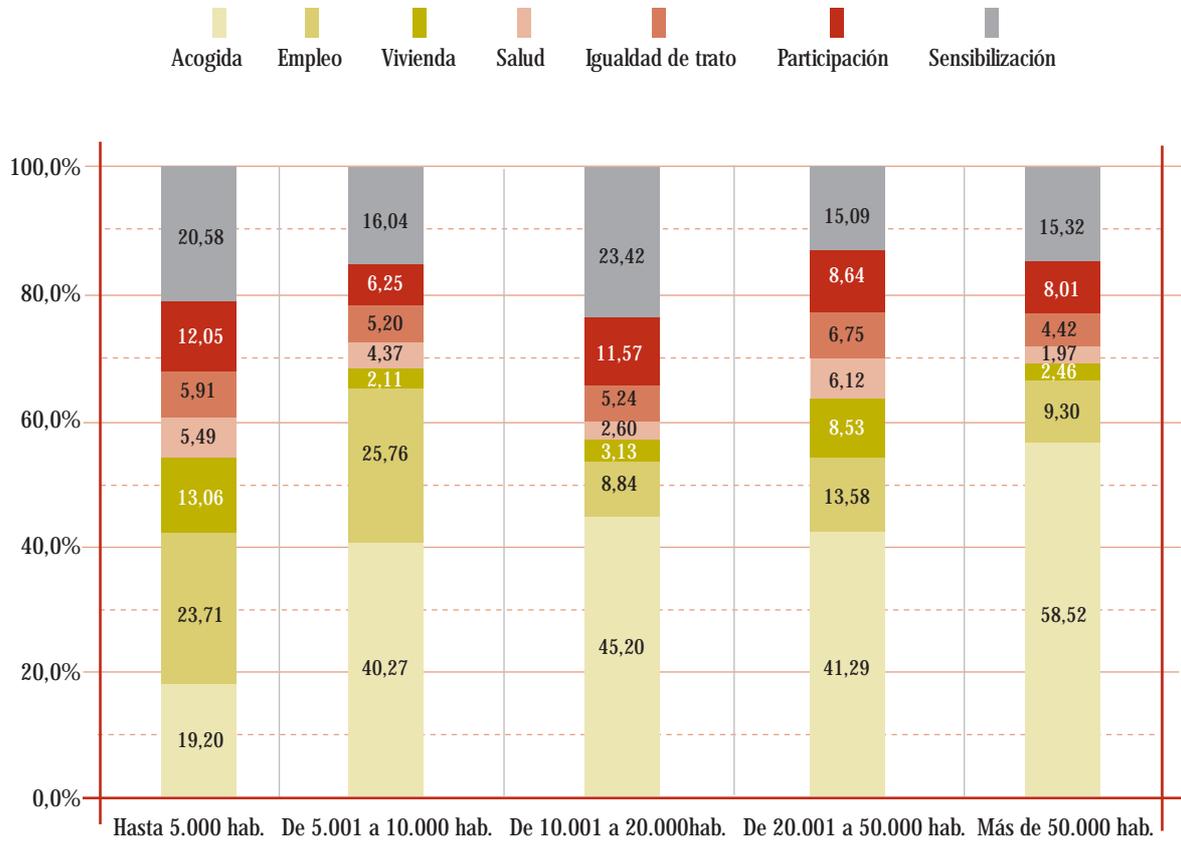
Fuente: Dirección General de Coordinación de Políticas Migratorias. Elaboración Propia.

Observando la distribución de los fondos por ejes que llevan a cabo los diferentes tipos de municipios, es importante destacar el peso del eje de Empleo en aquellos con menos de 10.000 habitantes (más del 23,5% del total percibido por este grupo) en contraposición al que otorgan el resto de corporaciones (entre el 8,84% y el 13,58%). El grupo de entidades que no superan los 5.000 habitantes difiere en el reparto del resto por el menor interés que han mostrado respecto al eje de Acogida que, sin embargo, es el que concentra los mayores esfuerzos en las demás localidades, este dato podría ser reflejo de la situación social que se produce en dichas zonas, donde las dificultades de acogida y alojamiento suelen ser menores (gráfico 3).

El eje de Participación se ve más favorecido en los ayuntamientos pequeños concentrando el 12,05% en las corporaciones locales que no superan los 5.000 residentes. En los ejes de Salud e Igualdad de trato no se observa una distribución de los fondos que permita distinguir criterios de actuación según el tamaño de población del municipio. El eje de Sensibilización ocupa el segundo lugar en importancia en todos los grupos salvo en el de municipios entre 5.001 y 10.000 hab. (acumulando entre un 15,09% y un 23,42% de los fondos según el ámbito poblacional) y, finalmente, respecto a Vivienda (gráfico 3), son los municipios pequeños los que más importancia dan a este eje destinando un 13,06% del presupuesto, seguidos de las entidades locales de 20.001 a 50.000 hab. (8,53%), el resto no reserva más del 3,5%.



Gráfico 3 Porcentaje destinado a cada eje según el tamaño del municipio.



Fuente: Dirección General de Coordinación de Políticas Migratorias. Elaboración Propia.

El Plan de Acción Municipal consta de 32 medidas englobadas en los siete ejes ya citados, si se analiza la distribución del Fondo en las diez medidas más relevantes (gráfico 4), se pueden establecer las actuaciones prioritarias para las corporaciones locales en relación con el fenómeno migratorio, asimismo se traslucen las necesidades que, en la actualidad, puede tener el colectivo inmigrante en Andalucía. Estas diez medidas mencionadas acumulan 3.726.353,33 €, lo que supone el 83,17% del total del presupuesto.

Observando los datos obtenidos se podría decir que para las corporaciones locales receptoras del Fondo es fundamental aumentar la oferta y calidad del servicio de acogida y atención al inmigrante. Esta medida concentra 1.322.941,52 € (el 29,53% del total), ya que muchos municipios han estimado necesaria la creación de nuevos servicios, proyectos que requieren partidas económicas importantes. En segundo lugar se encuentra la otra medida que conforma el eje de Acogida que concentra otro 15,53%, por lo que éste se erige, como ya se describe a lo largo de este documento, como el prioritario en las necesidades de los ayuntamientos para la correcta atención del colectivo inmigrante. Estas dos medidas abarcan servicios de información en todos los ámbitos, labores de interpretación, asesoría jurídica, clases de idioma y/o la derivación a otros servicios de carácter general.



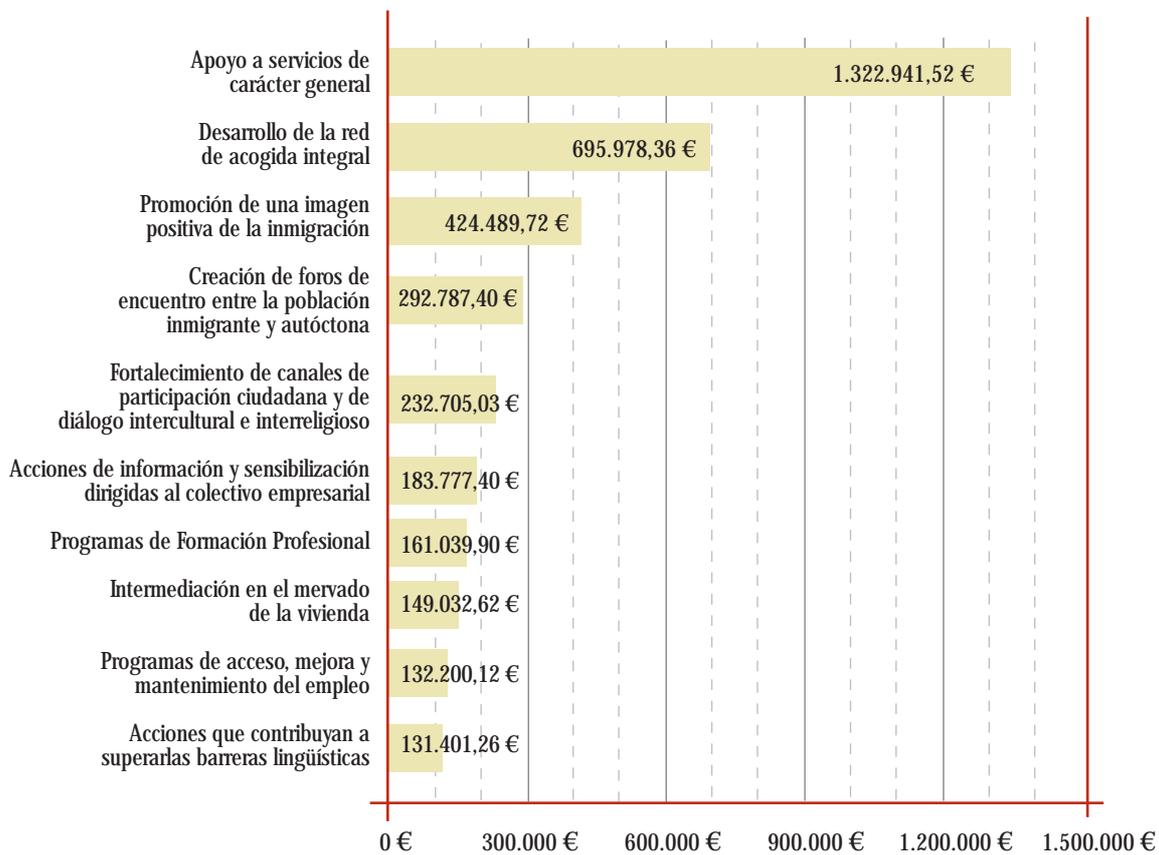
En tercer lugar, en función de los presupuestos destinados, se encuentra una de las medidas del eje de Sensibilización, la promoción de una imagen positiva de la inmigración que, conjugada con la creación de foros de encuentro entre la población inmigrante y autóctona, también de Sensibilización, aglutinan más del 16% de los fondos, lo que denota que el conocimiento de las costumbres de la población inmigrante por parte de los andaluces y andaluzas es una herramienta fundamental para eliminar las reticencias hacia lo desconocido. También en este sentido se encuentra la quinta medida más realizada, con un presupuesto de 232.705,03 € y enmarcada en el eje de Participación, orientada al fortalecimiento de los canales de diálogo intercultural e interreligioso entre la ciudadanía.

La medida destinada a la intermediación en el mercado de la vivienda para favorecer el acceso de las personas inmigrantes ocupa el octavo lugar con una partida de 149.032,62 €, de ello podría interpretarse que cada vez son más los inmigrantes que buscan establecerse en nuestra comunidad autónoma, encontrando muchos de ellos dificultades para arrendar una vivienda, bien por los recelos de los propietarios, el desconocimiento de los trámites a seguir o, en algunos casos, la falta puntual de recursos económicos; por todo ello, desde las corporaciones se gestiona y asesora a las personas inmigrantes facilitándoles, en determinadas ocasiones, ayudas económicas de emergencia que les permitan continuar pagando el alquiler:

En el ámbito del Empleo, los esfuerzos se dirigen tanto a la formación de las personas inmigrantes (ya sea en el conocimiento de la lengua o en una formación profesional que les permita optar a determinados puestos de trabajo) como a la información y sensibilización del colectivo empresarial para favorecer el acceso, mejora y mantenimiento del empleo a estas personas inmigrantes. Cuatro de las seis medidas del eje se encuentran entre las diez más realizadas por las corporaciones locales, acumulando el 13,58 % del presupuesto y reflejando, si comparamos con 2005, una creciente importancia de este aspecto de la inmigración. Este hecho podría interpretarse como un paso en el proceso de integración del colectivo inmigrante en Andalucía pues, una vez cubiertas las necesidades básicas que abarca el eje de Acogida, un volumen de población cada vez mayor, centra sus esfuerzos en obtener un empleo, ya que, como bien es sabido, el principal motivo que mueve a este colectivo a emigrar es una imperiosa necesidad económica.



Gráfico 4 Gastos, de las diez medidas más relevantes, en valores absolutos.



Fuente: Dirección General de Coordinación de Políticas Migratorias. Elaboración Propia.



3 | Acciones relevantes en el ámbito municipal

Tras aportar una visión general sobre el apartado de gestión del Fondo de apoyo para la acogida e integración de inmigrantes mediante la Orden de transferencias de la Consejería de Gobernación de 27 de junio, detallar las características poblacionales de los municipios perceptores y los medios municipales a través de los que se gestiona dicho Fondo, se procede a analizar la información obtenida del trabajo de campo.

La información cuantitativa recabada de las visitas realizadas ha permitido un análisis estadístico que se ha organizado en once bloques:

- Información Municipal.
- Información general sobre el Fondo.
- Campañas de sensibilización.
- Cursos de formación.
- Talleres.
- Jornadas.
- Servicios de información laboral, acogida, salud y vivienda.
- Actividades relacionadas con el alojamiento.
- Ayudas de emergencia.
- Ayudas a asociaciones de inmigrantes o proinmigrantes.
- Otras actividades no clasificadas anteriormente.

En la descripción de los datos se ha intentado mantener una estructura similar a la hora de cruzar los resultados con las variables anteriormente comentadas, salvo en los casos en los que estadísticamente no tuvieran un interés reseñable por el escaso número de actuaciones. Asimismo, los diferentes apartados se ilustran con gráficos y tablas que recogen de manera sucinta toda la información comentada.



3.1 | Información municipal

Servicios sociales en los municipios del Fondo

La configuración de la administración andaluza en las prestaciones sociales da un papel predominante a los Ayuntamientos y Diputaciones Provinciales, titulares de los Centros de Servicios Sociales Comunitarios (CSSC en adelante), organismos encargados de gestionar, en casi todos los municipios, los servicios en materia de inmigración. Estos centros cubren en sus respectivas zonas de influencia todo el territorio andaluz, pero a nadie se escapa la importancia de contar con un CSSC en el propio municipio, por tanto, se ha analizado la cobertura de dichos servicios en el conjunto de municipios perceptores del Fondo.

A este respecto, debe decirse como primer dato que el 93,8% de los municipios analizados cuenta con un CSSC, el resto de localidades, está adscrito a centros que dependen de la Diputación Provincial correspondiente y se ubican en otro municipio que dista, como media, unos 17 kilómetros (sólo un municipio se encuentra lejos de su CSSC de referencia, a 54 km.). De los 105 CSSC localizados, el 71,8% son de titularidad municipal y el 28,8% restante son centros dependientes de las Diputaciones Provinciales.

Los municipios (siete) que no disponen de CSSC son pequeños, no alcanzando los 20.000 habitantes (generalmente, por debajo de 10.000) y en ningún caso cuentan con una población inmigrante superior a las 2.500 personas (la mayoría no supera los 1.000). Esta situación ha permitido una más fácil integración del Fondo en las políticas que cada corporación local viniera desarrollando en materia de inmigración y el contar con unas infraestructuras ya establecidas para el desarrollo de las actividades propuestas.

Estos centros, que cuentan con un personal multidisciplinar, tienen su perfil central en las personas tituladas en Trabajo Social (TS), piedra angular de los CSSC, contando en cada municipio con una media de 6,65 profesionales con esa titulación. Este dato tiene una distribución provincial muy dispar destacando las provincias de Cádiz (13,0 TS de media) y Málaga (12,6), aunque debe decirse que esta diferencia se debe a la existencia de municipios de mayor tamaño en estas provincias, de hecho, se observa que esta presencia de trabajadores y trabajadoras sociales aumenta con el tamaño de la población y si bien en los municipios que no superan lo 20.000 habitantes el dato oscila entre 1,4 y 3,0, se dispara en las localidades de 20.001 a 50.000 residentes (6,0) y, sobre todo, en las ciudades de mayor tamaño (16,7 de media). Esta relación, lógica por otro lado, también se observa con respecto al número de inmigrantes en cada municipio.

El colectivo titulado en Trabajo Social, normalmente se centra en la atención a los residentes de su municipio pero, a veces, en los centros de titularidad de las Diputaciones Provinciales, este personal debe atender a los habitantes de otros municipios de su zona de influencia; esto ocurre en 20 localidades que ven como parte de su personal debe ser compartido (1,85 de media) con otros ayuntamientos (cada uno de estos CSSC atiende como media a 2,9 municipios) y cubrir las necesidades de, como término medio, unas 12.000 personas más.

Esta situación de los Centros de Servicios Sociales Comunitarios se completa con equipamientos especializados en materia de inmigración en el 55,4% de las localidades (62 municipios), con una distribución muy dispar según la provincia, destacando las de Jaén (93,3%) y Huelva (84,6%) por su elevado nivel de equipamiento y Málaga (20,0%), Sevilla (28,6%) y Córdoba (38,5%) por su escasa presencia. La existencia de estas dotaciones no presenta diferencias relevantes al considerar los ámbitos poblacionales o el número de inmigrantes (gráficos 5 y 6).



Gráfico 5 Existencia de centros especializados, en materia de inmigración, en los municipios del Fondo.

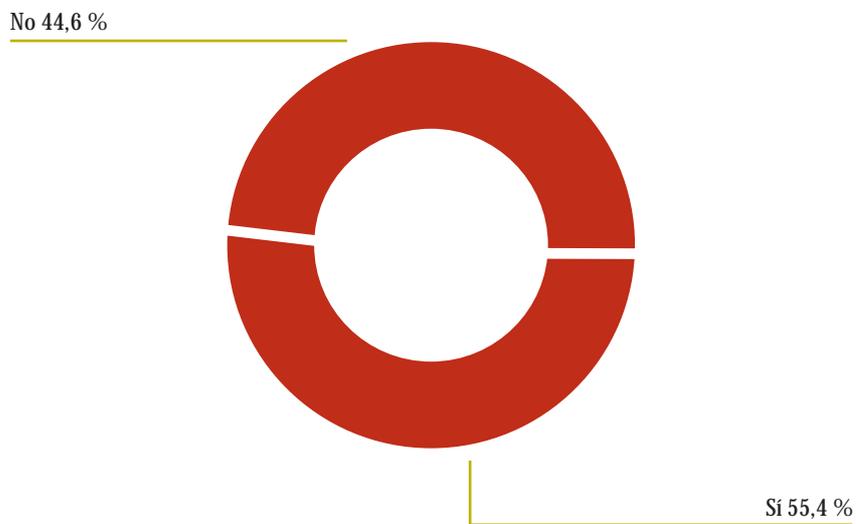
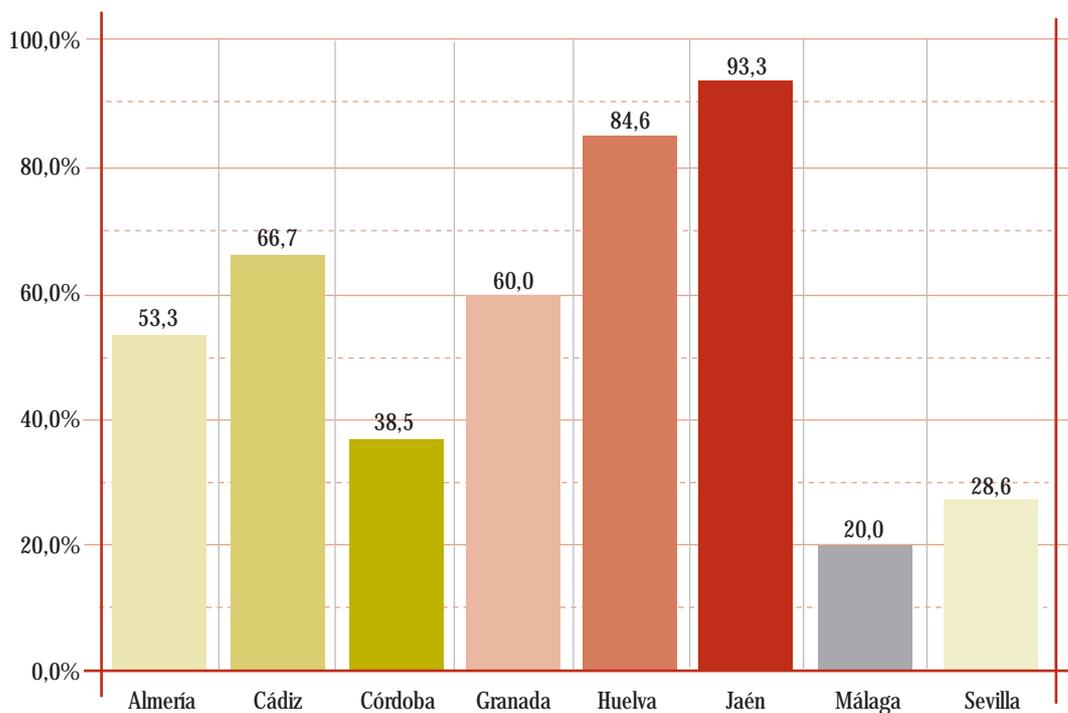


Gráfico 6 Distribución provincial (en porcentajes) de los municipios con servicios especializados en inmigración.





Analizando en detalle estos centros especializados, se han detectado 84 equipamientos en las 62 localidades ya mencionadas, siendo su titularidad eminentemente municipal (81,0%), aunque no debe ignorarse el 11,9% que está gestionado por diversas ONG, el resto tiene una titularidad muy diversa en la que intervienen entidades públicas como las diputaciones. En cuanto a la tipología de los mismos, el 51,8% son Servicios de Información y el 24,7% Albergues, el resto (23,5%) responde a una casuística muy variada donde junto a centros que parecen prestar una atención más integral al inmigrante se localizan otros muy especializados como asesoría jurídica, de orientación laboral de emergencia, de educación, etc.

Un análisis provincial de estos centros refleja una serie de diferencias (tabla 4):

- El 71,4% de los equipamientos detectados en Jaén son Albergues, a diferencia del resto de provincias donde este dato no supera el 25% y en tres de ellas no se contabiliza ninguno.
- En sentido contrario, el Servicio de Información es más relevante en provincias como Almería (72,7%) y Huelva (68,8%) y tiene poco peso en Jaén (28,6%).

Tabla 4 Detalle de equipamientos especializados en materia de inmigración.

Provincia	Municipios con equipamientos		
	Tipo de equipamiento (Porcentajes por provincia)		
	Servicio de Información	Albergue	Otros
Almería	72,7	0,0	27,3
Cádiz	60,0	0,0	40,0
Córdoba	42,9	28,6	28,6
Granada	45,5	9,1	45,5
Huelva	68,8	12,5	18,8
Jaén	28,6	71,4	0,0
Málaga	50,0	25,0	25,0
Sevilla	60,0	0,0	40,0

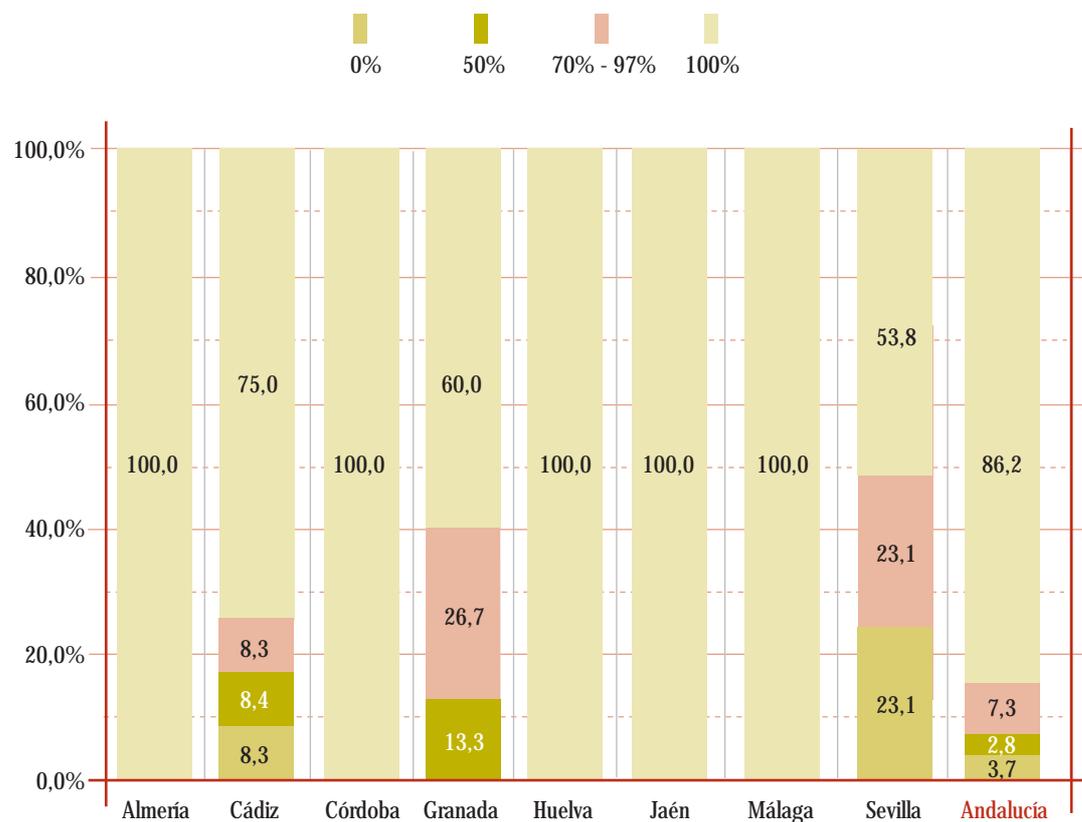
Fuente: Dirección General de Coordinación de Políticas Migratorias. Elaboración Propia.



3.2 Información general sobre el Fondo

Vista la situación de partida en cuanto a la población inmigrante y los equipamientos comunitarios y específicos para la inmigración con los que cuentan los municipios incluidos en el Plan de Acción, este documento se centra en una serie de aspectos relacionados con el Fondo en sentido general sin entrar aún en el detalle de las actuaciones. Como primer aspecto, debe mencionarse que el 86,2% de los municipios ejecuta directamente la totalidad del Fondo desde el propio ayuntamiento. Otro 7,4% deriva una parte de los fondos a otras entidades pero gestiona de modo directo entre el 70% y el 97% del importe del Plan de Acción. Un 2,7% gestiona el 50% desde el ámbito municipal y el 3,7% delega en su totalidad la gestión de los fondos (gráfico 7).

Gráfico 7 Distribución provincial de los municipios según el porcentaje de ejecución del Fondo realizado por el ayuntamiento.





Como se ha visto la ejecución del Fondo desde otras instancias es muy minoritaria. Así, las ONG participan de la gestión en el 10,1% de los municipios, ejecutando sólo en cinco casos más del 25% del presupuesto del Fondo. En cuanto a las empresas, sólo intervienen de modo directo en el 5,6% de los municipios, responsabilizándose en tres casos de más del 25% del presupuesto.

Estos resultados globales reflejan divergencias cuando se realiza un análisis provincial, de manera que si bien en todas las provincias es mayoritaria la ejecución municipal de la totalidad del Fondo, hay cinco provincias en la que todos sus municipios han optado por esta vía de gestión (Almería, Córdoba, Huelva, Jaén y Málaga). En las otras tres, en mayor o menor grado se localizan otros modelos en los que predomina el mayor peso del municipio en la ejecución, debiendo reseñar el 23,1% de las corporaciones sevillanas acogidas al Fondo que han delegado su ejecución (gráfico 7).

En cuanto a las otras variables de cruce no se observan diferencias significativas en los modelos de gestión del Fondo, detectando mayor homogeneidad en el comportamiento respecto al tamaño de la población de manera que en todos los ámbitos poblacionales entre el 82,8% y el 90,0% de los municipios ejecutan directamente la totalidad del Fondo. Así, en el análisis según el número de inmigrantes, la oscilación es mayor (77%-95%), aunque, como se dijo antes, sin llegar a la significación estadística.

Independientemente de la entidad que pudiera ejecutar el Fondo se observa que existen diversos organismos dentro del ayuntamiento que se han encargado de la gestión. A este respecto, debe decirse, en primer lugar que en el 16% de los municipios se han dado situaciones mixtas en lo que a la entidad gestora se refiere, por lo que los porcentajes facilitados no suman cien. De hecho, en el 53,6% de los municipios el Fondo se ha gestionado desde los Centros de Servicios Sociales Comunitarios, en otro 24,1% ha sido a través de los centros especializados y finalmente hay un 40,2% que mencionó otras entidades, normalmente se trata del propio ayuntamiento a través de una de sus concejalías que suele corresponder a la de asuntos sociales o igualdad y bienestar social, aunque de modo esporádico sea una comisión específica sobre inmigración o una concejalía de inmigración.

Un análisis provincial de esta distribución pone de manifiesto algunas diferencias relevantes pero que tienen más que ver con la titularidad de los centros comunitarios y la situación provincial respecto a la inmigración, así las provincias de Cádiz, Córdoba, Jaén, Málaga y Sevilla son las que en mayor medida han utilizado los comunitarios, pero cuatro de ellas cuentan con un mayor número de municipios con más de 20.000 habitantes (excepto Jaén) y menor nivel de inmigración (excepto Málaga), por lo que la atención se hace de manera normalizada. En sentido contrario, Almería, Córdoba, Granada y Huelva (que tienen un mayor número de municipios menores de 20.000 habitantes) y dos de ellas (Almería y Huelva) cuentan con un número importante de inmigrantes, son las que han atendido a la población inmigrante en mayor medida desde servicios especializados.

Para la ejecución del Fondo, sólo un 34,8% de los municipios ha confeccionado un programa al margen de la propia Ficha del Plan de Acción que para muchos ayuntamientos ha sido utilizada a modo de proyecto para el desarrollo del Fondo. Esta tónica general, aunque con lógicas divergencias puntuales, se reproduce sin diferencias relevantes entre las provincias, tamaños poblacionales o al distribuir las localidades según el número de inmigrantes. Un 29,5% de los ayuntamientos han empleado el logotipo del Fondo en sus actuaciones (gráfico 8), debiendo tener presente que en muchos casos la actividad vinculada al Fondo se ha realizado con anterioridad al diseño del logotipo por lo que esta cifra que se puede considerar muy baja, debe matizarse. El uso del logotipo ha sido muy dispar según la provincia, destacando Huelva con el 61,5% de los municipios frente a la escasa presencia detectada en Cádiz (8,3%), Córdoba (15,4%), Málaga (13,3%) y Sevilla (14,3%). Esta disparidad no se refleja en las otras variables de corte (tamaño de la población y número de inmigrantes).



Gráfico 8 Municipios que utilizan el logotipo del Fondo.

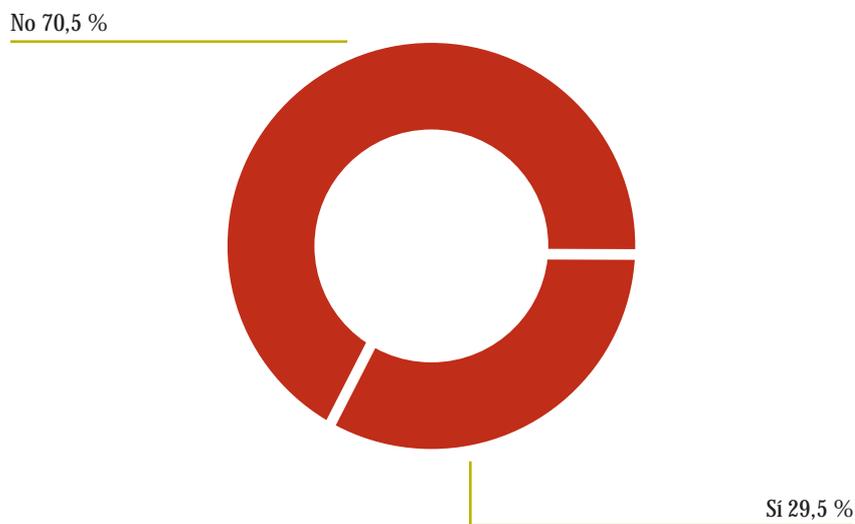
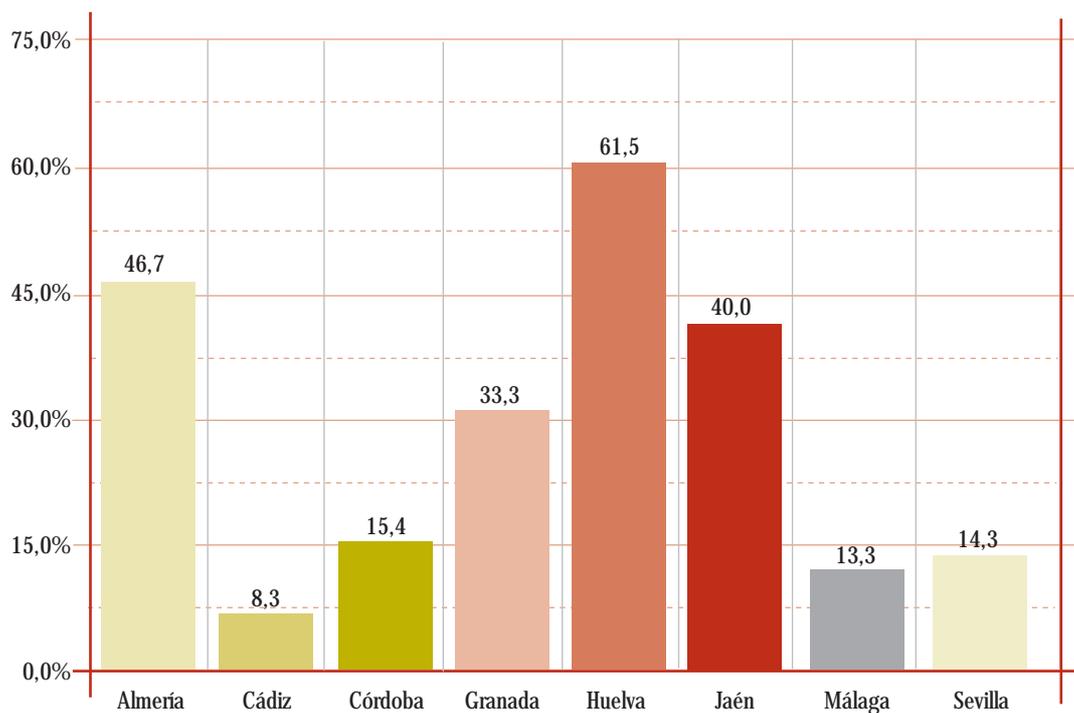


Gráfico 9 Distribución provincial del porcentaje de municipios que emplea el logotipo del Fondo





El 78,6% de los ayuntamientos han indicado que dentro de las actuaciones recogidas en el Plan de Acción se va a generar algún tipo de publicación, predominando la confección de folletos (50,0%) y carteles (48,2%). También un 25,0% diseñará guías y sólo el 7,1% tiene previsto publicar un libro. Hay un 22,3% que menciona otros productos, destacando la confección de diversas páginas web, periódicos y revistas junto a otras cuestiones más puntuales como camisetas, bolígrafos o pegatinas (gráficos 10 y 11).

En el gráfico, se muestran unos valores medios de las tiradas para cada tipo de publicación o producto (cuando ha procedido), aunque debe mencionarse que este dato es muy variable en todas las tipologías analizadas, destacando, de todas formas las 2.130 unidades del folleto y las 1.709 de las guías. La media de 1.933 unidades relativa a otras publicaciones y productos es aún más heterogénea pues mezcla elementos como camisetas, bolígrafos, DVD, etc.

Otro aspecto analizado es la situación en la que se encontraban estas publicaciones y productos en el mes de noviembre, en general, la situación es bastante buena ya que un 19,9% estaba en fase de difusión o ésta ya finalizada y otro 38,0% contaba con el producto acabado a la espera de su reparto, sólo el 22,2% se encuentra en las fases iniciales del proceso. Por tipo de producto, son las guías las que se encuentran más atrasadas, con sólo el 35,8% terminadas o en fase de difusión y, en sentido contrario, los carteles son los que están más avanzados (el 66,6% ya está concluido y, una parte, se está difundiendo).

Finalmente, se ha analizado el idioma en el que se han confeccionado las diferentes publicaciones. Como primer punto debe mencionarse que el castellano se emplea en la práctica totalidad de las publicaciones diseñadas en el Fondo, de modo adicional, el 26,8% de los municipios ha elaborado publicaciones en otros idiomas, destacando el árabe, presente en el 21,4%. En un segundo nivel están el francés que lo emplea el 15,2% de los ayuntamientos, el rumano (13,4%) y el inglés (11,6%). Por último, hay un 11,6% de localidades que han utilizado otras lenguas (básicamente, chino, polaco y ruso).

Gráfico 10 Municipios que generan productos y publicaciones asociados al Fondo.

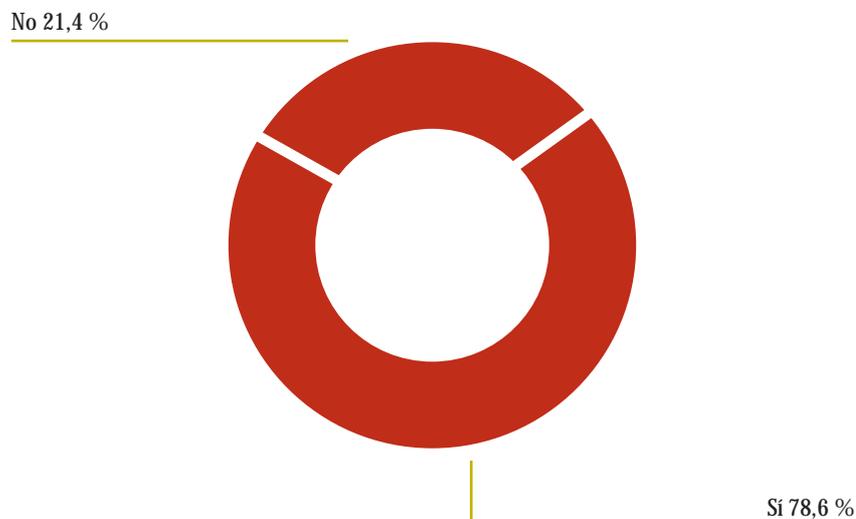




Gráfico 11 Tipo de publicación o producto.

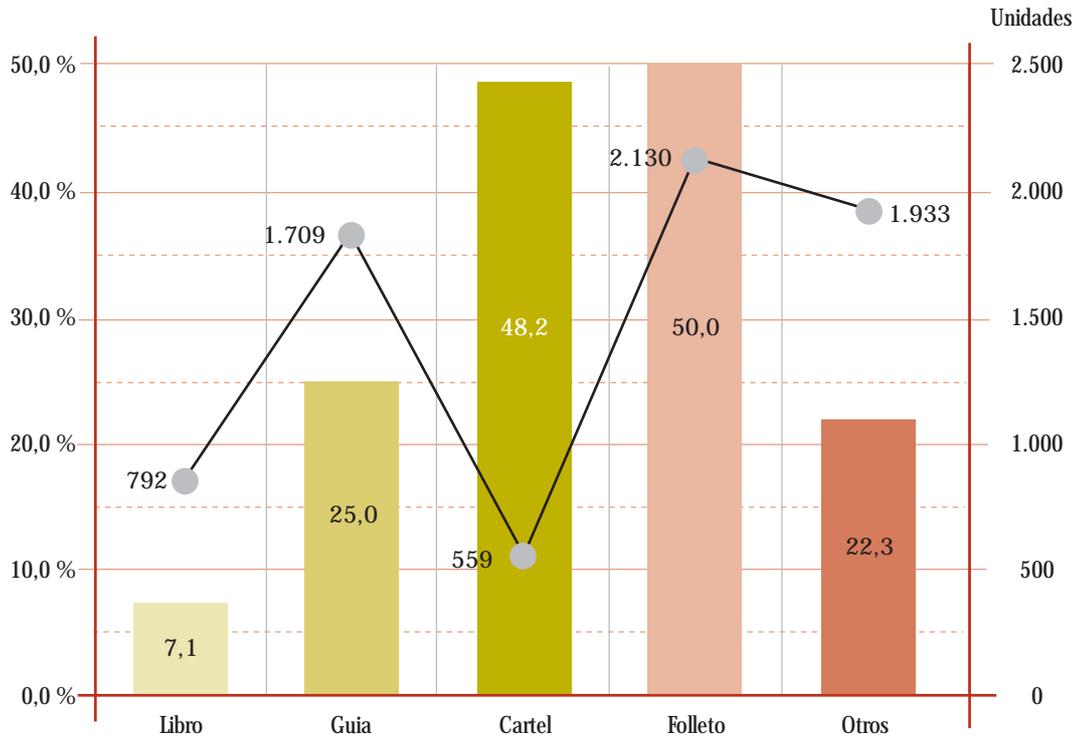


Gráfico 12 Fase del proceso de edición de los diferentes productos.

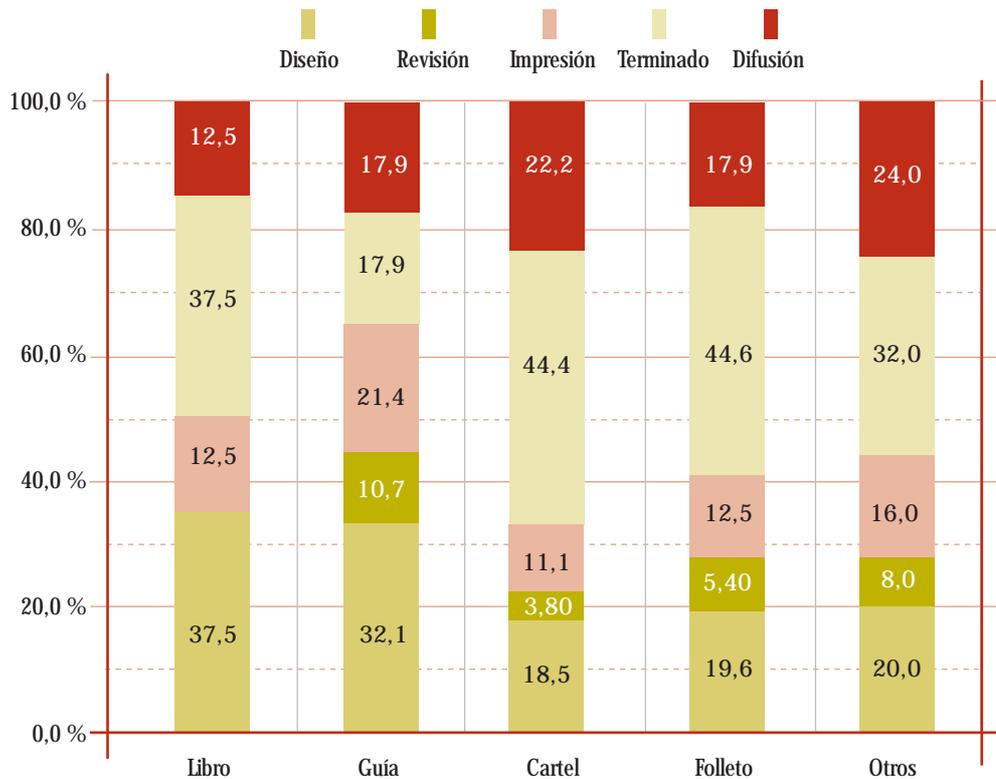
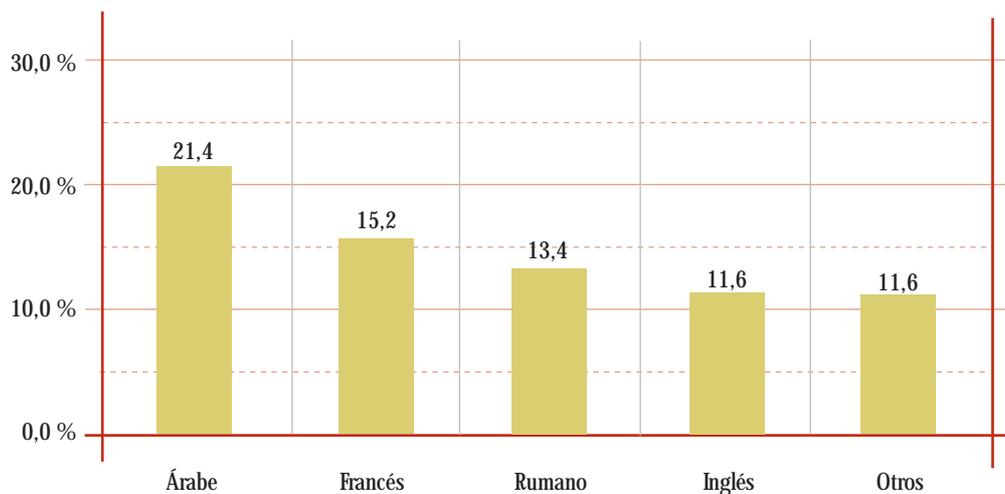




Gráfico 13 Municipios que emplean otros idiomas.

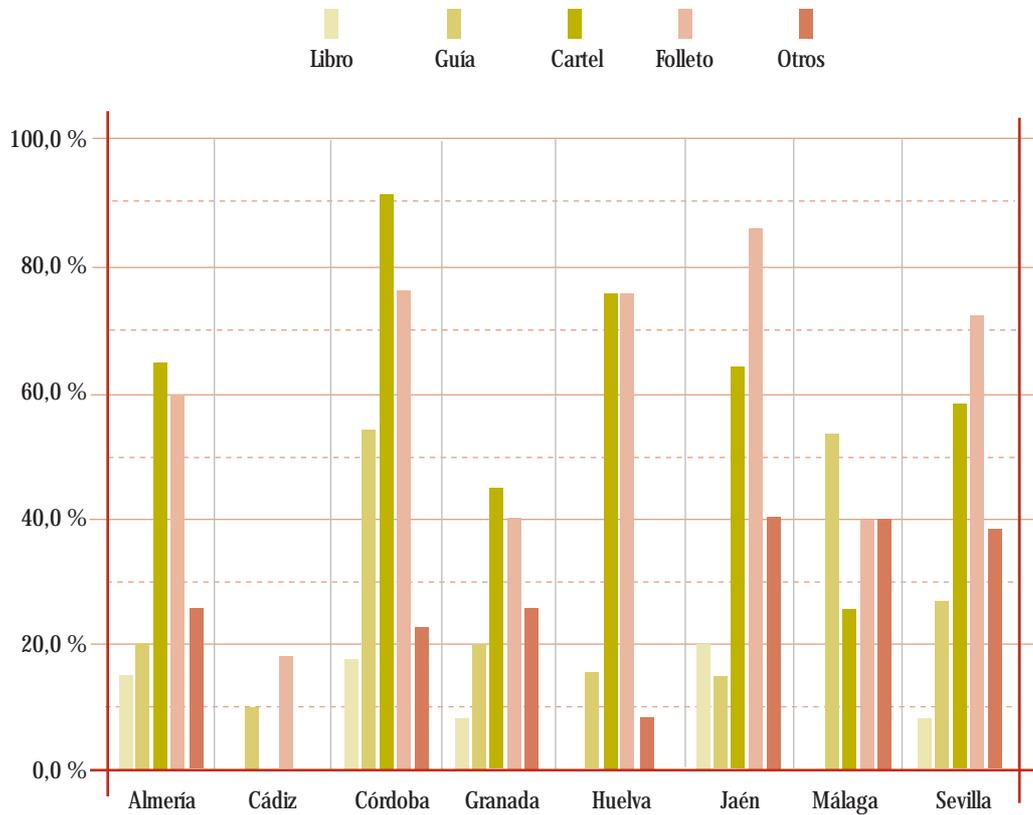


Una vez visto el análisis general sobre las publicaciones y otros productos generados dentro del Fondo se exponen las cuestiones más relevantes en el cruce con las variables de clasificación:

- El diseño de publicaciones y otros productos está bastante generalizado en siete provincias (entre el 73,3% y el 92,3% de las localidades según la provincia) y, sin embargo, sólo ha sido llevado a cabo por el 25% de los municipios de Cádiz.
- En cuanto a las diferentes publicaciones (gráfico 14):
 - En Córdoba (53,8%) y Málaga (53,3%) se han producido más guías que en el resto de provincias (por debajo del 25%).
 - En sentido contrario, en Málaga hay poca presencia de carteles (26,7%), frente a otras provincias, especialmente Córdoba (92,3%).
 - La producción de folletos ha sido más elevada en Córdoba (76,9%), Huelva (76,9%), Jaén (86,7%) y Sevilla (71,4%).
- La presencia de guías se concentra en las localidades que cuentan entre 10.001 y 50.000 habitantes (el 40% de esos municipios) y es poco frecuente en el resto de corporaciones (inferior al 16%).



Gráfico 14 Publicaciones y productos asociados al Fondo según la provincia.



Continuando con el análisis general del Fondo, un aspecto muy importante en el diseño de las actuaciones lo constituye la contratación de personal, aspecto que lleva a cabo el 75,0% de los municipios que han contratado, de media, 2,9 personas durante 8,0 meses (gráficos 15 y 16).



Gráfico 15 Municipios que contratan personal asociado al Fondo.

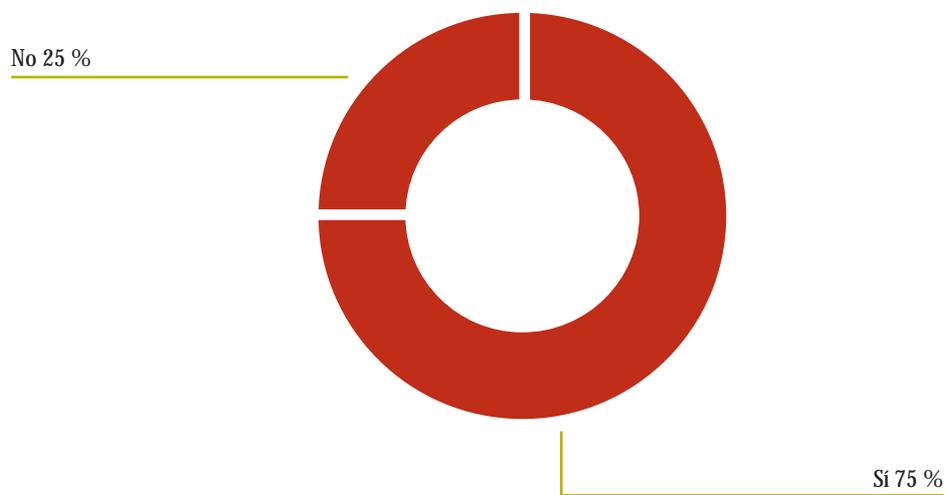


Gráfico 16 Características medias de las contrataciones.

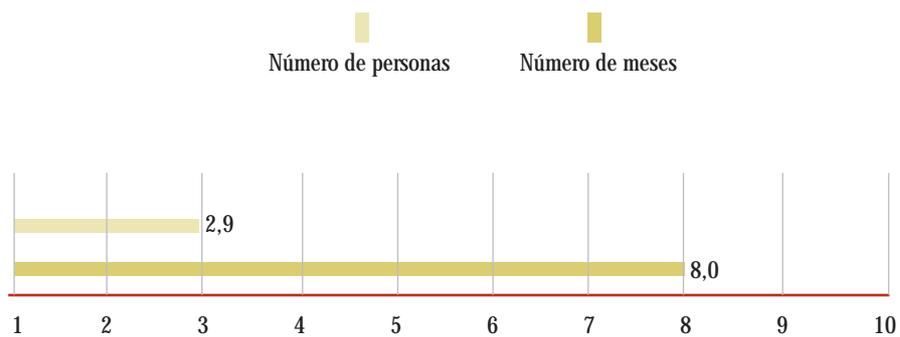




Gráfico 17 Formación del personal contratado.

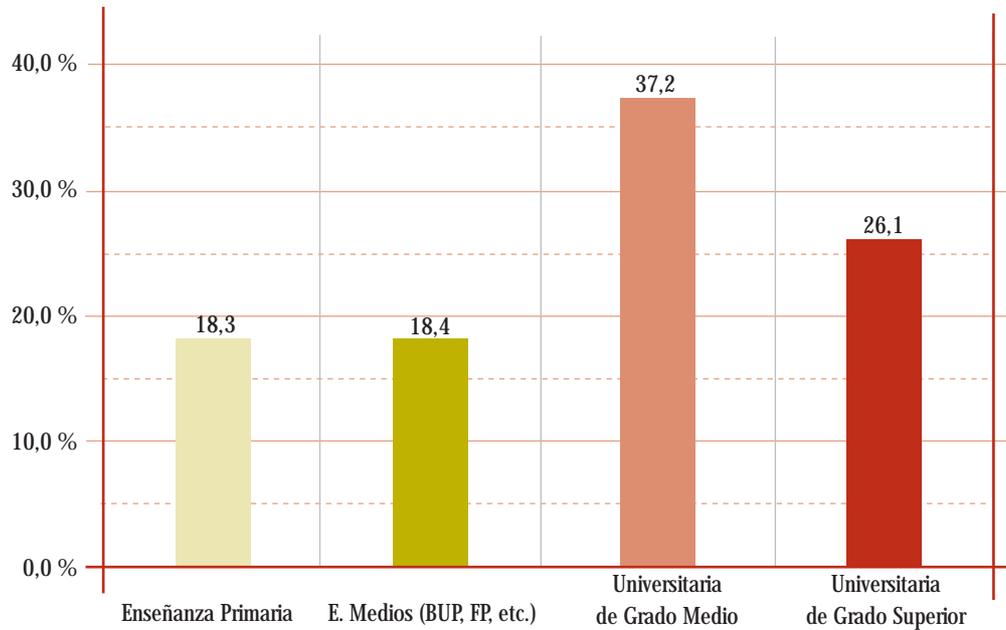
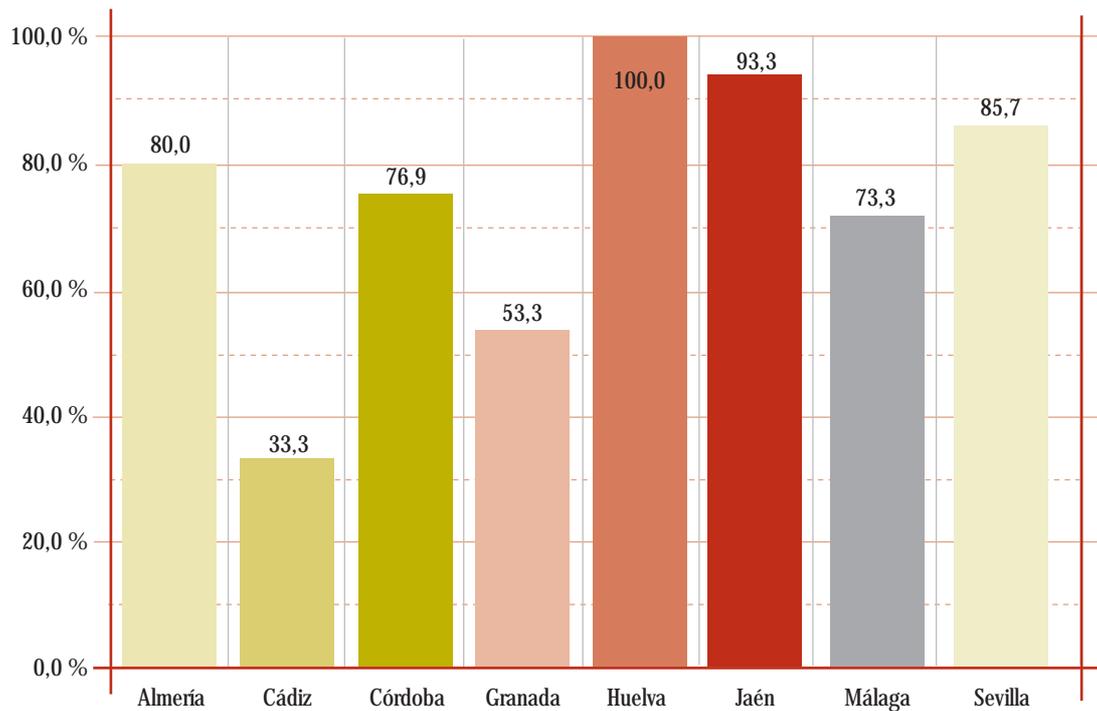


Gráfico 18 Porcentaje de municipios que contratan personal por provincia.





Su nivel de formación es eminentemente técnico ya que el 62,3% posee estudios universitarios, ya sea de grado medio (37,2%) o superior (26,1%). Del resto destaca el colectivo con menor nivel de formación, es decir, que a lo sumo tiene estudios primarios (18,3%).

Un análisis provincial resalta el bajo índice de contratación de personal en los municipios de Cádiz (33,3%) y, en menor medida, de Granada (53,3%) frente al resto que oscila entre el 73,3% de las localidades de Málaga y el 100,0% de las de Huelva. Respecto a las otras variables de corte no se aprecian diferencias relevantes por lo que no se expondrán nuevas cifras que sólo aportarían pequeños matices.

Una vez establecido el Plan, uno de los aspectos en los que se debe profundizar es en la evaluación del mismo desde las instancias municipales. El 87,5% de los ayuntamientos dice haber establecido algún sistema, aunque las omisiones que a lo largo del informe se irán comentando deben hacer reflexionar sobre la idoneidad del sistema seguido, mencionando una variada casuística en cuanto a los métodos empleados, que en alguna ocasión se llevan a cabo de manera simultánea (gráfico 20):

- Un 30,4% indica que la evaluación se centra en el análisis de cuestionarios de diverso tipo dirigidos, principalmente, al colectivo destinatario de las actuaciones.
- Un 18,8% se centra en el control de las personas que asisten a las diversas actividades.
- El 11,6% menciona la aplicación de indicadores, generalmente los diseñados en la ficha del Plan de Acción y, en algunas ocasiones, definidos por la corporación local.
- Un 9,8% efectúa la evaluación a partir de la celebración de reuniones, ya sea contando con el colectivo destinatario o bien con el personal responsable del Plan de Acción.
- El resto son menciones más genéricas:
 - Un 10,7% habla de la realización de estudios y la confección de memorias sin especificar la base sobre la que se realizan.
 - Un 11,6% habla de un seguimiento sin aclarar cómo se hace y hay un 14,3% que menciona otras acciones que van desde el uso del SIUSS a la implementación de una aplicación.



Gráfico 19 Municipios que aplican sistemas para evaluar el Fondo.

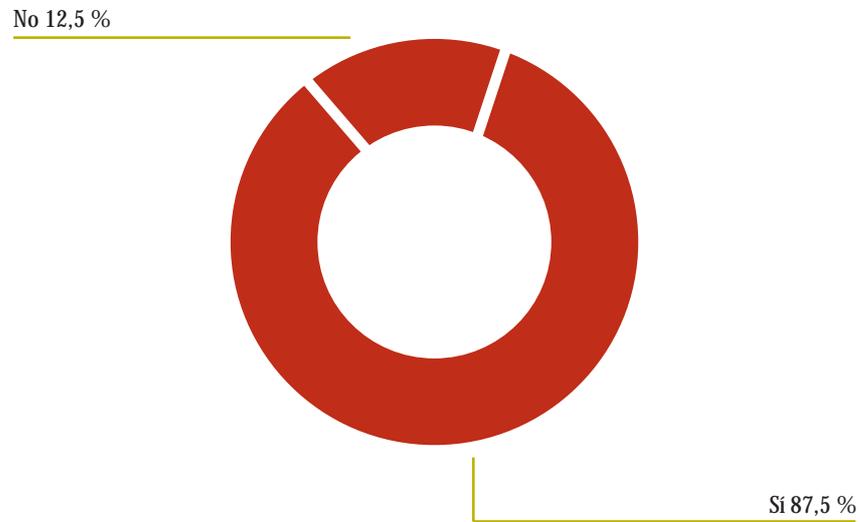
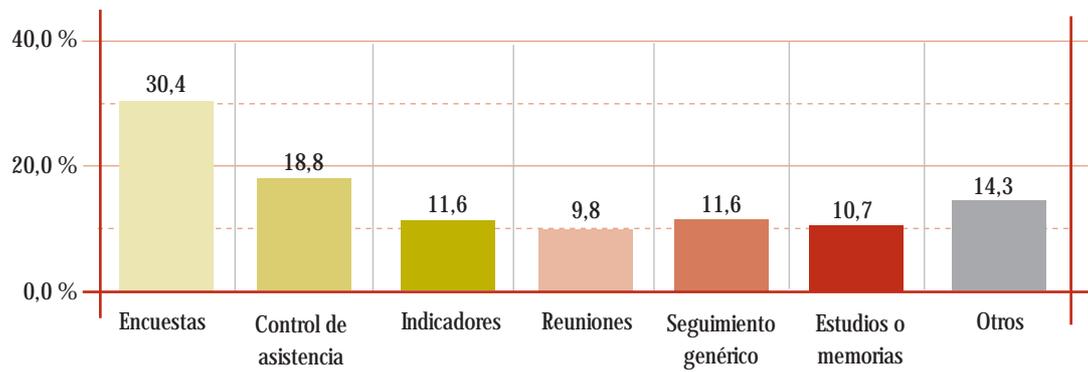


Gráfico 20 Sistemas de evaluación empleados.





Centrándose en la recogida de los datos necesarios para los indicadores reflejados en el Plan debe decirse que un 4,5% declara no recogerlos. El resto utiliza, a veces, varios sistemas de modo simultáneo y el 90,2% utiliza una recogida manual ya sea con datos exactos (56,3%) o aproximados (33,9%), lo que vendrá, probablemente, en función del volumen de información a recoger y de la propia naturaleza de la actuación. Este sistema se compatibiliza con el empleo de registros informáticos (42,9%).

Una de las últimas cuestiones a tratar en este apartado hace referencia a las actuaciones en materia de inmigración que muchas corporaciones ya venían desarrollando y que tanto la Junta de Andalucía como el Gobierno Central han estado financiando.

A este respecto, debe decirse que el 79,5% de los municipios manifiesta contar con otras fuentes para la ejecución de sus políticas migratorias (en muchas ocasiones, más de una fuente). Casi siempre se trata de subvenciones y la principal vía de financiación, al margen del Fondo, es la propia Junta de Andalucía (74,1%), ya sea a través de la Consejería para la Igualdad y Bienestar Social (52,7%) o la misma Consejería de Gobernación a través de sus Delegaciones Provinciales (50,9%). Al margen de la administración autonómica, un 9,8% percibe fondos del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales y un 18,8% de los ayuntamientos cuenta con financiación pública de otras entidades que casi siempre se trata de fondos europeos. Generalmente son aportaciones puntuales (57,7%) aunque también se ha detectado una financiación más estable, de periodicidad anual (34,5%). El 7,8% restante no establece la periodicidad o lo hace de forma vaga (gráficos 21 y 22).

Un análisis de la situación provincial permite ver como en los municipios de seis provincias la financiación adicional está muy extendida, alcanzando entre el 80,0% y el 93,3% de las localidades, cifras que se alejan de la situación de Sevilla donde el 64,3% de las corporaciones receptoras del Fondo tienen otras fuentes de financiación para el fenómeno migratorio y, especialmente, de las de Granada (46,7%), provincia en la que ni la mitad de los municipios manifiestan tener otras fuentes para la ejecución de sus políticas migratorias.

Gráfico 21 Municipios con financiación adicional para el desarrollo de políticas migratorias.





Gráfico 22 Municipios financiados según la entidad.

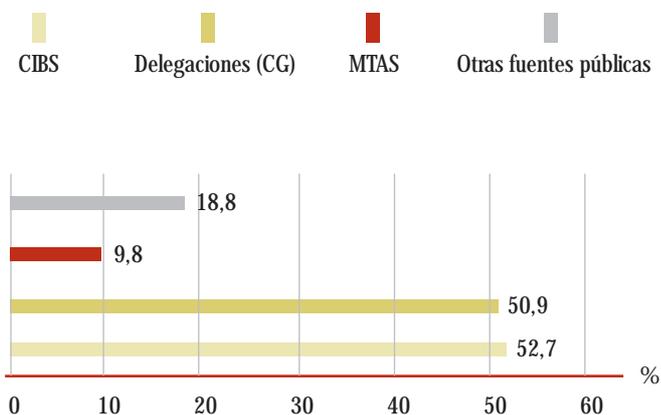


Gráfico 23 Municipios con financiación adicional según tamaño de población y número de inmigrantes.

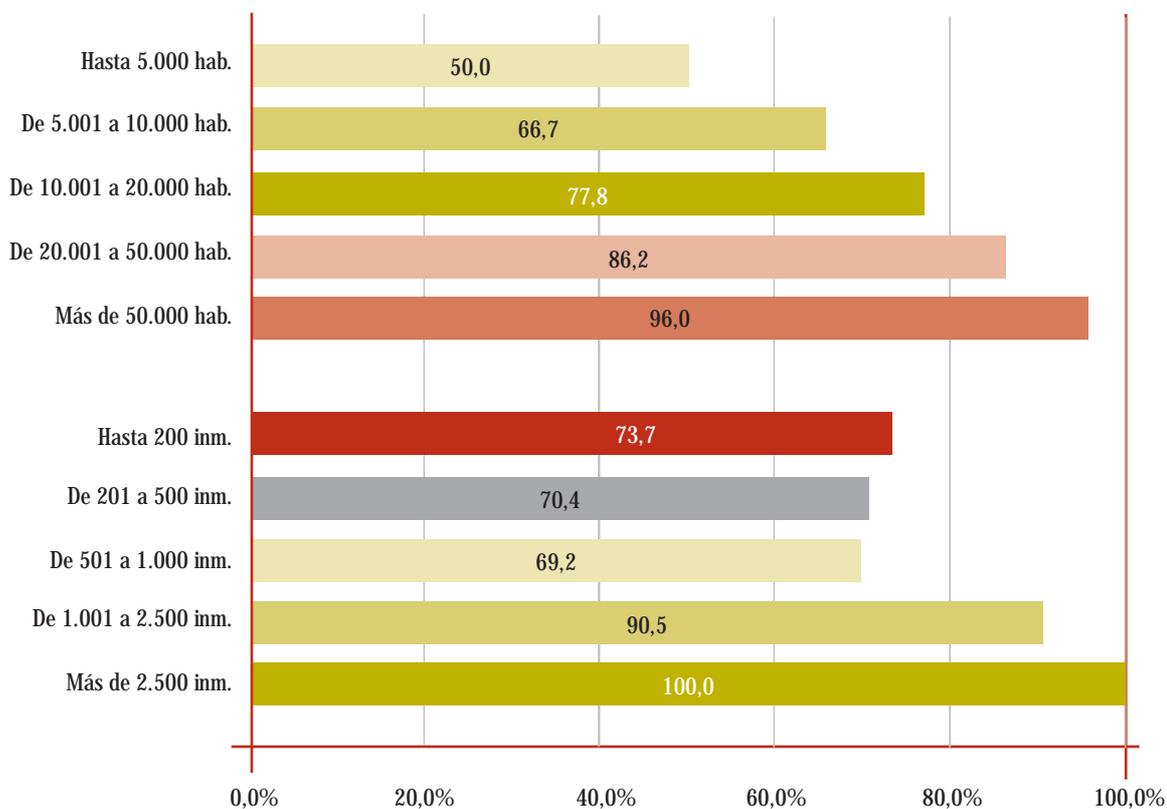
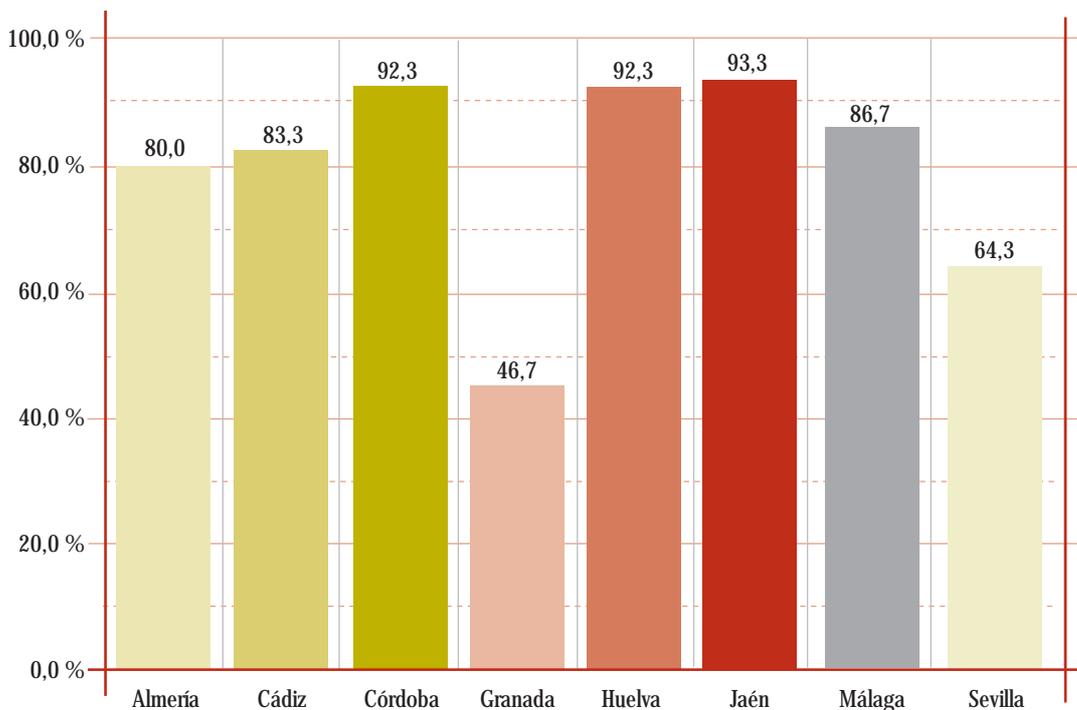




Gráfico 24 Distribución provincial de los municipios con financiación adicional.



Si se considera el tamaño de la población, la proporción de municipios que perciben fondos adicionales aumenta con éste, de manera que sólo es del 50% entre los que no superan los 5.000 habitantes y llega al 96% entre las ciudades con más de 50.000 residentes. De forma similar, si se analiza según el número de personas inmigrantes, aproximadamente el 70% de las localidades que no cuentan con más de 1.000 inmigrantes reciben financiación adicional, cifra que es del 90,5% en el grupo de municipios que cuentan entre 1.001 y 2.500 inmigrantes y alcanza el 100,0% en las corporaciones con mayor número de inmigrantes.

Beas de Segura, Villacarrillo y Villanueva del Arzobispo. Jaén.
“Plan Comarcal para la Inmigración”.

Los tres municipios señalados se plantean esta experiencia a la vista de la realidad de la inmigración en sus respectivos territorios, caracterizados por una población migrante estable y otra flotante de naturaleza temporera que presenta características similares, así como a la vista de los servicios ofrecidos y sus déficits encontrados.

El modelo de trabajo se desarrolla de acuerdo a una planificación conjunta de las diferentes fases, concretándose en un Plan Comarcal y señalando las líneas de trabajo futuras.

Destacan como ejes a desarrollar, la importancia de la formación de técnicos/as en las materias relacionadas con la política migratoria, especialmente en relación con la acogida. Se pretende incidir en el ámbito socioeducativo de menores y jóvenes en general, así como en la traslación de los beneficios de la aplicación de modelos de calidad de los servicios públicos, especialmente en el ámbito de la evaluación, mediante la importancia de un análisis sistematizado de la información y la formación en materia de evaluación.



Es de suma importancia gestionar, desde el ámbito municipal, el hecho migratorio mediante herramientas fiables y eficaces que permitan anticipar respuestas ante el dinamismo de este fenómeno en el ámbito local. Asimismo la evaluación de las actividades se ha de realizar mediante técnicas de análisis cuantitativas y cualitativas, analizando incluso la calidad de los servicios prestados.

Finalmente, para cerrar este capítulo dedicado al Fondo, antes de entrar en las actividades concretas desarrolladas se ofrece aquí un pequeño resumen de las mismas. Se ha recabado información de un total de 770 actividades diferentes desarrolladas en los 112 municipios perceptores del Fondo.

Según el tipo de actividad se puede destacar (tabla 5):

- Los municipios han desarrollado, sobre todo, campañas de sensibilización, participando 87 entidades (77,7% de los municipios del Fondo) y gestionando un total de 213 actividades (el 27,7% del total de actuaciones).
- En un segundo plano se sitúa la configuración de un servicio de información desarrollado por 83 localidades (74,1% de las 112) que en total han diseñado 122 actuaciones (el 15,8% del conjunto).
- También se deben mencionar los 111 talleres (14,4% de las actuaciones), montados por 63 ayuntamientos y los 99 cursos de formación (12,9%), también gestionados desde 63 poblaciones.
- El resto de actividades han tenido menos peso y en conjunto no llegan ni al 30%.

Tabla 5 Desglose de actividades según su tipo.

Actuaciones	Resumen de actividades			
	Municipios		Actividades	
	Nº	% ¹	Nº	% ²
Campañas de sensibilización	87	77,7	213	27,7
Cursos de formación	63	56,3	99	12,9
Talleres	63	56,3	111	14,4
Jornadas	46	41,1	59	7,7
Servicios de información	83	74,1	122	15,8
Actividades relacionadas con el alojamiento	29	25,9	31	4,0
Ayudas de emergencia	31	27,7	48	6,2
Ayudas a asociaciones de inmigrantes o proinmigrantes	16	14,3	16	2,1
Otras	39	34,8	71	9,2

(1) Porcentaje respecto a los municipios de cada ámbito.

(2) Porcentaje respecto al total de actividades.



Un estudio de la distribución de las actuaciones según los ejes de intervención permite establecer, en general la mayor presencia de actividades de Sensibilización (25,5%) y Acogida (23,3%) que aglutinan casi el 50% del total de acciones planteadas (tabla 5). En un segundo plano, se localizan los ejes de Empleo (17,2%) y Participación (14,3%). Finalmente, los ejes menos utilizados por las corporaciones han sido Salud (7,5%), Igualdad de trato (7,5%) y Vivienda (4,7%). Esta distribución global es muy variable según los diferentes tipos de actividades planteadas, siendo en algunos casos muy obvia la distribución mostrada (tabla 6):

- El eje de Sensibilización concentra las dos terceras partes de las campañas (66,7%).
- Los cursos de formación se han centrado eminentemente en el eje de Empleo (57,9%).
- Los talleres no han tenido un eje claro, observándose una amplia participación de cinco de ellos y poco peso de Acogida y Vivienda.
- Las jornadas se han centrado en Participación (31,0%) y, en menor medida, en Sensibilización (22,4%), Salud (20,7%) e Igualdad de trato (17,2%).
- El eje de Acogida ha sido predominante en los servicios de información (60,0%).
- Las actividades relacionadas con el alojamiento se han ubicado sólo en el eje de Vivienda (63,3%) y en el de Acogida (36,7%).
- Acogida también es el eje destinatario de las ayudas de emergencia (85,1%).
- Las ayudas a asociaciones de inmigrantes o proinmigrantes son casi exclusivas del eje de Participación (93,8%).
- Finalmente las otras actuaciones se han ubicado, sobre todo, en los ejes de Participación (28,4%), Acogida (26,9%) y Empleo (19,4%).

Tabla 6 Desglose de actividades según su tipo y el eje de intervención.

Actuaciones / Ejes (%) ¹	Acogida	Empleo	Vivienda	Salud	Igualdad de trato	Participación	Sensibilización
Campanñas de sensibilización	2,4	2,4	2,4	2,4	7,3	15,1	67,8
Cursos de formación	20,0	57,9	0,0	3,2	7,4	5,3	6,3
Talleres	7,4	19,4	1,9	20,4	12,0	14,8	24,1
Jornadas	0,0	8,6	0,0	20,7	17,2	31,0	22,4
Servicios de información	60,0	23,3	4,2	5,8	3,3	2,5	0,8
Actividades relacionadas con el alojamiento	36,7	0,0	63,3	0,0	0,0	0,0	0,0
Ayudas de emergencia	85,1	2,1	8,5	0,0	0,0	0,0	4,3
Ayudas a asociaciones de inmigrantes o proinmigrantes	6,3	0,0	0,0	0,0	0,0	93,8	0,0
Otras	26,9	19,4	0,0	10,4	10,4	28,4	4,5
Total	23,3	17,2	4,7	7,5	7,5	14,3	25,5

(1) Distribución en porcentajes de cada eje según el tipo de actuación (filas).



Una primera visión general permite ver en cada provincia qué actuaciones destacan (tabla 7):

- Se produce el predominio de las campañas de sensibilización en todas las provincias, aunque con un peso muy variable (18,8% - 40,2%), excepto en Sevilla donde alcanza el 12,9%.
- Almería se centra además en los talleres (18,2%) y los servicios de información (17,2%).
- Cádiz le da bastante importancia a los servicios de información (24,1%).
- Córdoba, como Almería, completa las actividades predominantes con los talleres (17,4%) y los servicios de información (18,8%).
- En Granada sólo es relevante la opción mayoritaria, ya comentada, de las campañas (40,2%).
- En Huelva hay un número importante de actividades centradas en los servicios de información (22,8%).
- Jaén prima los talleres (19,8%).
- En Málaga son los cursos de formación (16,8%) y los servicios de información (16,8%) los que sobresalen de la media.
- Finalmente, Sevilla, como ya se ha citado, es la única provincia en la que las campañas tienen poco peso, por debajo de los cursos de formación (18,3%) y los talleres (18,3%).

Tabla 7 Desglose de actividades según su tipo y la provincia.

Actuaciones / Provincia (%) ¹	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla
Campanias de sensibilización	26,3	29,3	18,8	40,2	35,0	21,8	28,4	12,9
Cursos de formación	13,1	12,1	11,6	10,6	10,6	10,9	16,8	18,3
Talleres	18,2	13,8	17,4	10,6	13,8	19,8	5,3	18,3
Jornadas	9,1	5,2	2,9	7,6	8,1	10,9	9,5	5,4
Servicios de información	17,2	24,1	18,8	6,8	22,8	13,9	16,8	11,8
Actividades relacionadas con el alojamiento	1,0	0,0	10,1	4,5	1,6	7,9	6,3	1,1
Ayudas de emergencia	2,0	10,3	7,2	1,5	6,5	7,9	4,2	14,0
Ayudas a asociaciones de inmigrantes o proinmigrantes	6,1	1,7	1,4	1,5	0,0	0,0	4,2	2,2
Otras	7,1	3,4	11,6	16,7	1,6	6,9	8,4	16,1

(1) Distribución en porcentajes de cada tipo de actuación según la provincia (columnas).

Respecto al tamaño de la población y la tipología de las actividades se deben hacer las siguientes consideraciones (tabla 8):

- Las campañas de sensibilización son mayoritarias en todos los ámbitos poblacionales con porcentajes casi idénticos que oscilan entre 26,4% y 28,6%.



- Municipios hasta 5.000 habitantes. Se da importancia a los talleres (18,7%).
- De 5.001 a 10.000 habitantes. Destacan los cursos de formación (17,0%) y los servicios de información (17,6%).
- De 10.001 a 20.000 habitantes. Vuelven a tener más peso los talleres (17,8%).
- De 20.001 a 50.000 habitantes. Aunque no tengan especial relevancia, son los servicios de información (15,8%) los que se deben resaltar.
- Más de 50.001 habitantes. Claramente deben mencionarse los servicios de información (23,4%).

Tabla 8 Desglose de actividades según su tipo y el tamaño de la población.

Actuaciones / Tamaño de la población (%) ¹	Hasta 5.000 habitantes	De 5.001 a 10.000 hab.	De 10.001 a 20.000 hab.	De 20.001 a 50.000 hab.	Más de 50.000 habitantes
Campanas de sensibilización	26,4	28,6	27,7	27,9	26,6
Cursos de formación	8,8	17,0	11,3	13,7	10,6
Talleres	18,7	13,2	17,8	13,2	7,4
Jornadas	13,2	6,6	8,9	4,7	7,4
Servicios de información	11,0	17,6	13,1	15,8	23,4
Actividades relacionadas con el alojamiento	5,5	2,2	3,8	5,8	3,2
Ayudas de emergencia	2,2	6,0	9,4	4,2	7,4
Ayudas a asociaciones de inmigrantes o proinmigrantes	1,1	2,2	0,9	4,2	1,1
Otras	13,2	6,6	7,0	10,5	12,8

(1) Distribución en porcentajes de cada tipo de actuación según el tamaño de la población (columnas).

Si se repite el estudio utilizando el número de inmigrantes censados en cada municipio, se observa lo siguiente (tabla 9):

- Las campañas de sensibilización también son mayoritarias en todos los ámbitos analizados en función del número personas inmigrantes aunque, en este caso, se detecta una mayor disparidad, oscilando el porcentaje de actividades entre el 23,5% y 32,5% según el ámbito.
- Municipios hasta 200 inmigrantes. Destacan los talleres (22,3%).
- De 201 a 500 inmigrantes. Predominan los talleres (14,4%) y los servicios de información (15,4%).
- De 501 a 1.000 inmigrantes. Nuevamente los servicios de información (17,0%) y, en este caso, los cursos de formación (14,9%).
- De 1.001 a 2.500 inmigrantes. Deben mencionarse los servicios de información (19,2%).
- Más de 2.500 inmigrantes. Como en otros ámbitos, los servicios de información (17,9%) y los cursos de formación (14,7%).



Tabla 9 Desglose de actividades según su tipo y el número de inmigrantes.

Actuaciones /Tamaño de la población (%) ¹	Hasta 200 inmigrantes	De 201 a 500 inmigrantes	De 501 a 1.000 inmigrantes	De 1.001 a 2.500 inmigrantes	Más de 2.500 inmigrantes
Campanas de sensibilización	23,5	28,2	29,4	32,5	24,2
Cursos de formación	12,0	11,8	14,9	10,8	14,7
Talleres	22,3	14,4	11,3	13,3	8,4
Jornadas	12,0	6,2	5,7	5,8	9,5
Servicios de información	11,4	15,4	17,0	19,2	17,9
Actividades relacionadas con el alojamiento	5,4	3,6	4,1	2,5	4,2
Ayudas de emergencia	5,4	10,3	2,6	7,5	5,3
Ayudas a asociaciones de inmigrantes o proinmigrantes	0,6	1,0	3,6	3,3	2,1
Otras	7,2	9,2	11,3	5,0	13,7

(1) Distribución en porcentajes de cada tipo de actuación según el número de inmigrantes (columnas).



3.3 | Campañas de sensibilización

La información recabada permite afirmar que un total de 87 municipios (el 77,7% de los 112 participantes en el Fondo) han desarrollado 213 campañas de sensibilización. El distinto nivel de participación municipal observado en las provincias, que oscila entre 66,7% y 93,3%, no alcanza la significación estadística.

Gráfico 25 Porcentaje de municipios del Fondo que desarrollan campañas de sensibilización.

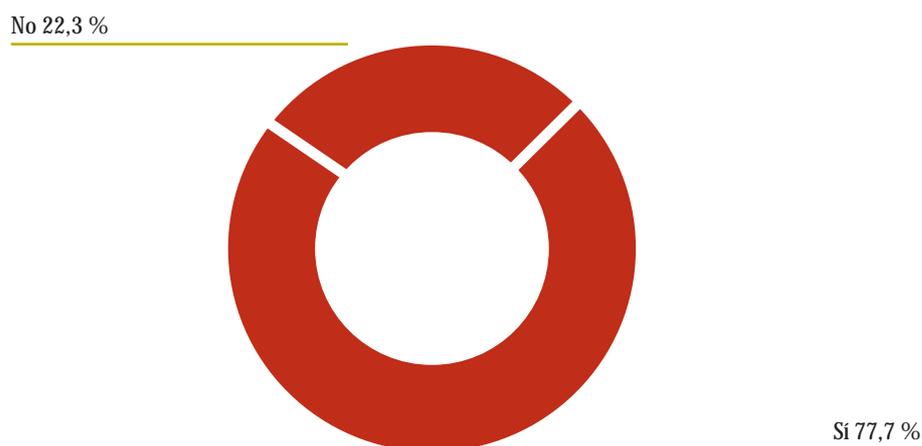


Gráfico 26 Distribución provincial de los municipios que llevan a cabo campañas.

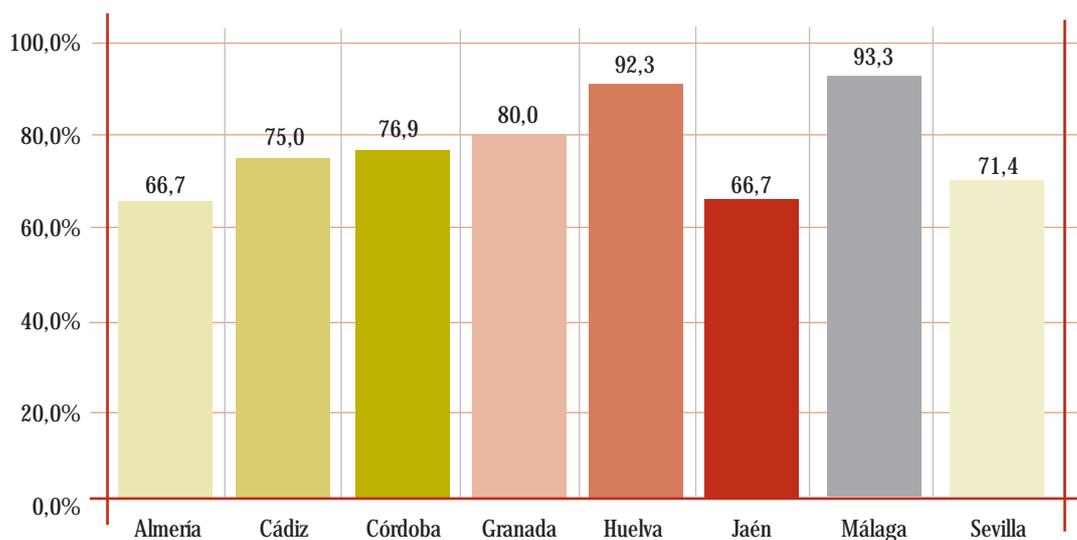




Gráfico 27 Distribución del número de campañas según la provincia.

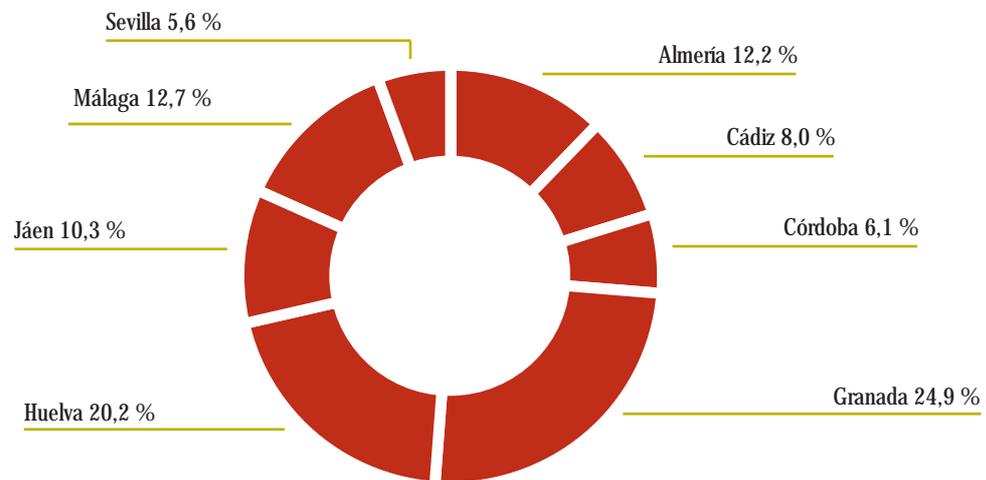
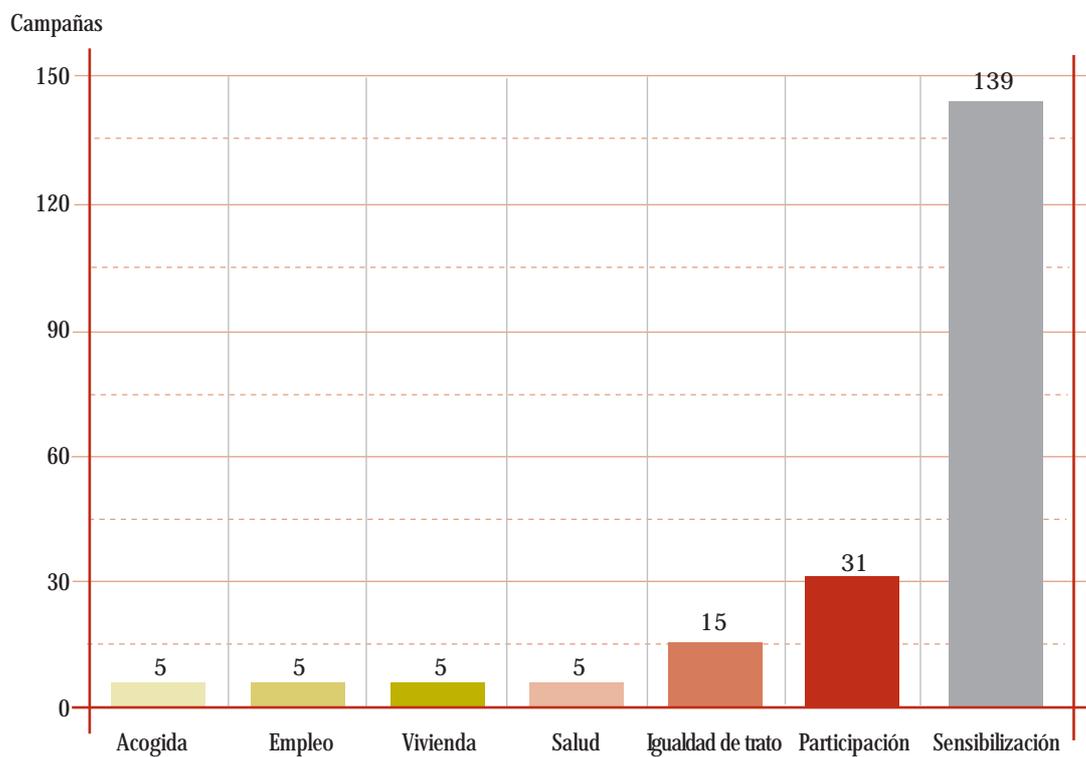


Gráfico 28 Distribución del número de campañas según el eje.





Mayores diferencias se observan en el número de campañas desarrolladas en cada provincia, así se puede ver que Granada concentra la cuarta parte de las actividades encuadradas en este epígrafe (24,9%) y Huelva lleva a cabo una de cada cinco (20,2%), otras tres provincias se mueven en cifras algo superiores al 10,0% y Cádiz (8,0%), Córdoba (6,1%) y Sevilla (5,6%) son las que concentran menos actuaciones (gráfico 26).

Las dos terceras partes de las campañas se integran en el eje de Sensibilización (67,8%). Un número importante de ellas, se encuadran en Participación (15,1%) o Igualdad de trato (7,3%). El resto tiene una incidencia muy inferior en este tipo de acciones no alcanzando en conjunto el 10,0% (gráfico 28). Esta distribución que es similar en los distintos ámbitos poblacionales o de número de personas inmigrantes, presenta algunas diferencias relevantes en el ámbito provincial, destacando:

- El 91,7% de campañas que en Córdoba se centran en Sensibilización frente al 51,0% de Granada.
- Asimismo, se comenta que en esta última provincia tiene más importancia que en el resto el eje de Participación (34,7%) y que en Jaén el eje de Vivienda ha tenido mucho más peso (18,1%).

Respecto al tamaño poblacional se pueden hacer las siguientes reflexiones (tabla 10):

- En torno al 85% de los municipios entre 5.001 y 50.000 habitantes han desarrollado esta actividad, que sólo ha llevado a cabo el 56,0% de los municipios de mayor tamaño y el 70,0% de los que no sobrepasan las 5.000 personas.
- En cuanto al número de actividades, guarda un cierto paralelismo y se observa como las localidades de entre 5.001 y 50.000 habitantes concentran el 77,0% de las campañas.

Sobre el número de inmigrantes se afirma (tabla 11):

- La diferente proporción de municipios que desarrollan la actividad según el número de inmigrantes no es relevante estadísticamente oscilando entre el 66,2% y el 84,6%.
- En cuanto al número de actividades, las localidades que cuentan entre 201 y 1.000 personas inmigrantes concentran el 52,6% de las campañas, dejando sólo el 10,8% para las localidades que cuentan con mayor número de inmigrantes.

Rute, Córdoba. “Experiencias migratorias”.

Este municipio ha realizado un audiovisual sobre la experiencia migratoria de cuatro vecinos del municipio, con el objetivo de acercar la situación del hecho migratorio a los ciudadanos y las ciudadanas de la localidad.

En este audiovisual, se entrevistó a personas residentes en Rute y procedentes de Colombia, Marruecos y Ecuador, las cuales dan a conocer su proceso migratorio, mostrando una realidad distinta a la que suele presentarse en los medios de comunicación y que refleja otras vivencias diferentes a los estereotipos asociados, con frecuencia, a la palabra inmigrante.

Esta acción coincide en presentar a los hombres y mujeres inmigrantes como personas diferentes pero iguales, siendo fundamental dar a conocer a la sociedad en general las causas que provocan la emigración, como las situaciones sociales, políticas, económicas y religiosas en países de origen. Este documental también destaca la importancia de hacer partícipes a las personas inmigrantes en las actuaciones de sensibilización para mejorar el impacto y la eficacia de las acciones.



Tabla 10 Distribución de las campañas de sensibilización según el tamaño de la población y el número de inmigrantes.

Tamaño de la población / Número de inmigrantes	Resumen de actividades			
	Municipios		Actividades	
	Nº	% ¹	Nº	% ²
Hasta 5.000 habitantes	7	70,0	24	11,3
De 5.001 a 10.000 habitantes	18	85,7	52	24,4
De 10.001 a 20.000 habitantes	23	85,2	59	27,7
De 20.001 a 50.000 habitantes	25	86,2	53	24,9
Más de 50.000 habitantes	14	56,0	25	11,7
Hasta 200 inmigrantes	16	84,2	39	18,3
De 201 a 500 inmigrantes	21	77,8	55	25,8
De 501 a 1.000 inmigrantes	22	84,6	57	26,8
De 1.001 a 2.500 inmigrantes	16	76,2	39	18,3
Más de 2.500 inmigrantes	12	63,2	23	10,8

(1) Porcentaje respecto a los municipios de cada ámbito.

(2) Porcentaje respecto al total de actividades.

En relación con la nacionalidad de las personas destinatarias ha de señalarse que los datos ofrecidos se han elaborado sobre una muestra en la que en un 31,9% de las actuaciones no aparece cumplimentada esta información. Partiendo de esta premisa, debe decirse que la población objeto de las actuaciones es muy diversa y es frecuente que se hayan dirigido a los miembros de más de un país. Así, más de la mitad están dirigidas a la población que reside en el municipio de nacionalidad española (53,5%), la cuarta parte tiene también como objetivo a las personas procedentes de Rumanía (27,7%) y Marruecos (25,4%). También es frecuente dirigirse a naturales de Ecuador (18,3%) y Bolivia (14,6%), figurando de forma más esporádica Argentina (7,5%) o Colombia (6,6%). Finalmente, un 32,4% menciona otros países destinatarios, incluyendo a muchos de Europa, especialmente de Europa del Este y dentro de ésta Polonia, Bulgaria y Ucrania, el resto de Sudamérica y una importante representación de países de África, siendo Senegal el más relevante (tabla 11). Asimismo se hacen menciones genéricas como “todas las nacionalidades del municipio” o “la población de acogida y la inmigrante”, aunque son pocas (entorno a un 4% de los casos).

Tabla 11 Países de origen de los colectivos destinatarios de las campañas de sensibilización.

Países	Porcentaje de actuaciones según el país de origen del colectivo destinatario				
	Total	Según orden de mención			
		1º	2º	3º	Otro
España	53,5	43,2	4,7	3,3	2,3
Rumanía	27,7	8,0	8,9	8,5	2,3
Marruecos	25,4	5,6	0,0	12,7	7,1
Ecuador	18,3	2,8	3,8	9,9	1,8
Bolivia	14,6	3,8	8,0	1,9	0,9
Argentina	7,5	1,9	0,9	2,8	1,9
Colombia	6,6	0,0	0,9	2,8	2,9
Otros	32,4	2,8	13,6	8,5	7,5



El desglose de la tabla anterior permite ver, además del peso global de cada nacionalidad, la prioridad dada en las actividades, de manera que la población española es la principal destinataria en el 43,2% de las actividades, siguiéndole los nacionales de Rumanía (8,0%) y Marruecos (5,6%).

La Rinconada, Sevilla. “Programa: Encantado de conocer”.

La población inmigrante residente en este municipio procede, en su mayoría, de países de Latinoamérica (Colombia, Ecuador, Bolivia...) seguidos por los nacionales de países de Europa del Este (ucranianos, rusos, rumanos...), africanos (marroquíes y argelinos), originarios de países de la Unión Europea (Alemania y Francia) y asiáticos, principalmente provenientes de China.

Desde el Ayuntamiento se han llevado a cabo, en el ámbito de la sensibilización, diversas actividades: curso de voluntariado juvenil sobre interculturalidad, ludoteca, celebración de la semana intercultural, creación de una página web, etc.

Todas las actividades se enmarcan en un programa general de sensibilización llamado “Encantado de conocer”, cuyo objetivo principal es que, en coordinación con distintas áreas, se desarrollen manifestaciones culturales y sociales. Estas acciones intentan que las actividades de sensibilización estén insertas en la programación habitual de las distintas áreas municipales, con el objeto de incluir el concepto de interculturalidad en todos ellos; con similar metodología se viene trabajando con las diferentes asociaciones locales, de mujeres, jóvenes... respecto a la población inmigrante, el trabajo se realiza, fundamentalmente, desde una perspectiva de normalización.

Por otro lado, y con el objetivo de una mejora continua, se va a realizar, junto a la Universidad de Sevilla, un Estudio sobre el Racismo y Xenofobia en el municipio, que ayudará a optimizar las programaciones futuras.

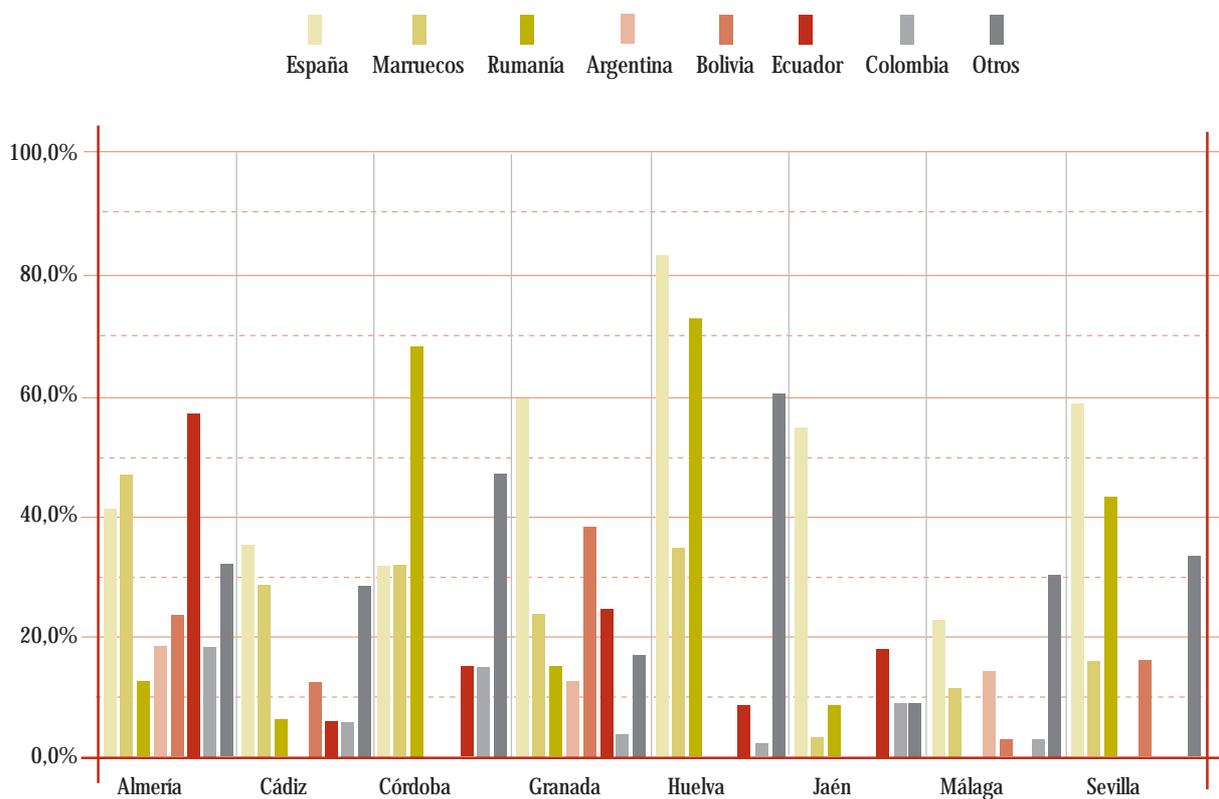
En este municipio, el trabajo realizado en materia de sensibilización es fruto de una planificación estratégica plurianual, no de acciones puntuales. El uso de los medios de comunicación locales se ha mostrado como un instrumento válido e idóneo para acercar la sensibilización a la realidad de cada municipio. El trabajo en sensibilización se produce fundamentalmente en los ámbitos sociales, laborales y educativos.

La sensibilización debe ser contemplada desde la propia Administración, a través de una perspectiva donde la inmigración requiere nuevas necesidades para la población y para la Administración como entidad prestadora de servicios públicos.

Un análisis provincial de los países destinatarios permite resaltar las siguientes cuestiones (gráfico 29):



Gráfico 29 Países de origen de los colectivos destinatarios de las campañas de sensibilización según la provincia.



- España es el país más mencionado en seis provincias. No lo es en Almería (aunque lo indique el 42,3% de las actuaciones) y Córdoba.
- En Almería, los países destinatarios preferentes son Ecuador (57,9%), Marruecos (46,2%) y España (42,3%).
- En Cádiz destacan España (35,3%) y Marruecos (29,4%).
- En Córdoba tienen como principales nacionalidades de destino Rumanía (69,2%), España (30,8%) y Marruecos (30,8%).
- Granada dirige sus campañas a residentes de España (60,4%) y Bolivia (37,7%).
- Huelva tiene un claro destino en la población autóctona (83,7%) y los nacionales de Rumanía (72,1%).
- Jaén centra sus campañas en la población española (54,5%).
- En Málaga hay poca información, aunque el país más mencionado también es España (22,2%).
- Sevilla dirige sus esfuerzos a España (58,3%) y Rumanía (41,7%).



La media de personas a las que se dirigen las campañas es de 1.140, siendo conscientes de que es un dato aproximado en la mayoría de los casos y que en el 34,3% de ellos no se indica. Estas omisiones se dan, principalmente, en las actuaciones con mayor población destinataria, de ahí su dificultad en valorar el dato. También debe decirse que si se excluyen las cinco actuaciones que indican más población la media desciende a 525 personas, cifra mucho más representativa según la estructura de la información aportada. En cuanto a la tasa de feminidad, debe decirse que un 40,4% no cumplimenta el dato y que la media de los que lo hacen es del 59,0%, lo que pone de manifiesto la mayor participación de las mujeres en las actividades ya sea por iniciativa propia o por que en algunos casos, las actuaciones se planifican desde una perspectiva de género.

Las diferencias encontradas respecto de las variables de clasificación no se exponen detalladamente ya que se deben sobre todo a la inclusión de las actuaciones con mayor población, que han de considerarse un tanto excepcionales. Otro punto sobre el que se ha querido obtener información es la duración de las campañas, respecto al que se han producido un 46,0% de omisiones. Restringiendo el estudio a las actuaciones sobre las que se ha podido recabar la duración, la media reflejada es de 103 días, aunque es un dato poco interesante en este caso ya que las actividades cubren todo el arco temporal desde un día (16,5%) a todo el año (19,1%). Como resumen, el 53,9% no excede de 30 días y el 32,2% supera el trimestre. Estas campañas son más largas cuanto mayor es la población, pasando desde mes y medio en los municipios más pequeños hasta 200 días en las ciudades con más de 50.000 habitantes.

Otro aspecto analizado es la participación de centros escolares o de salud en la actividad. Respecto a los centros de enseñanza, participan en el 24,9% de las actividades, normalmente con la intervención de uno a cuatro centros (16,0%). Este nivel de participación, si bien no presenta diferencias relevantes respecto al tamaño poblacional o al número de inmigrantes, sí que muestra una importante variabilidad en cuanto a la provincia, de hecho destaca el 52,9% de actividades de Cádiz que cuentan con, al menos, un centro escolar frente a Córdoba (7,7%), Granada (13,2%) y Málaga (14,8%), con mucha menor participación.

Por lo que respecta a los centros de salud, sólo intervienen en el 5,2% de las campañas. Dato similar en el cruce con todas las variables de clasificación.

Se ha preguntado sobre las publicaciones que pudieran estar relacionadas con las campañas de sensibilización, detectando un 52,6% que menciona diversas publicaciones cuya tirada es tan diversa que la media de 740 no es representativa (gráfico 30). De hecho el 52,1% (49 actuaciones) no exceden de 200 unidades y un 10,6% (10 casos) supera las 2.500. Del total de actividades, el 15,0% no menciona el idioma en el que se realiza la publicación, el resto indica, principalmente el castellano (34,7%), siendo minoritarias las ediciones en otros idiomas, entre los que destaca: rumano (6,1%), árabe (4,7%), polaco (4,2%), inglés (4,2%) y francés (2,8%).



Gráfico 30 Campañas de sensibilización en las que se elaboran publicaciones.



Gráfico 31 Tirada de las publicaciones hechas en campañas de sensibilización.

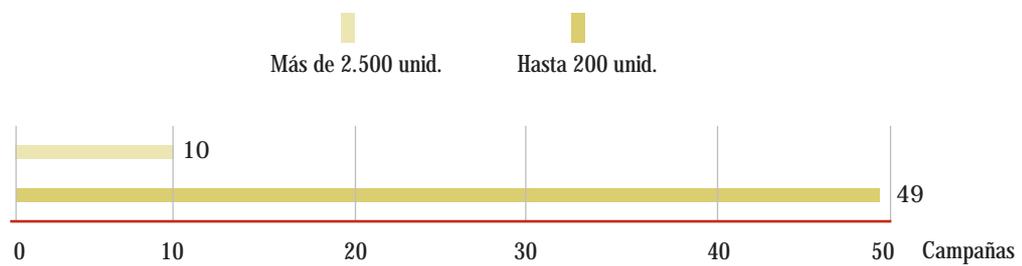
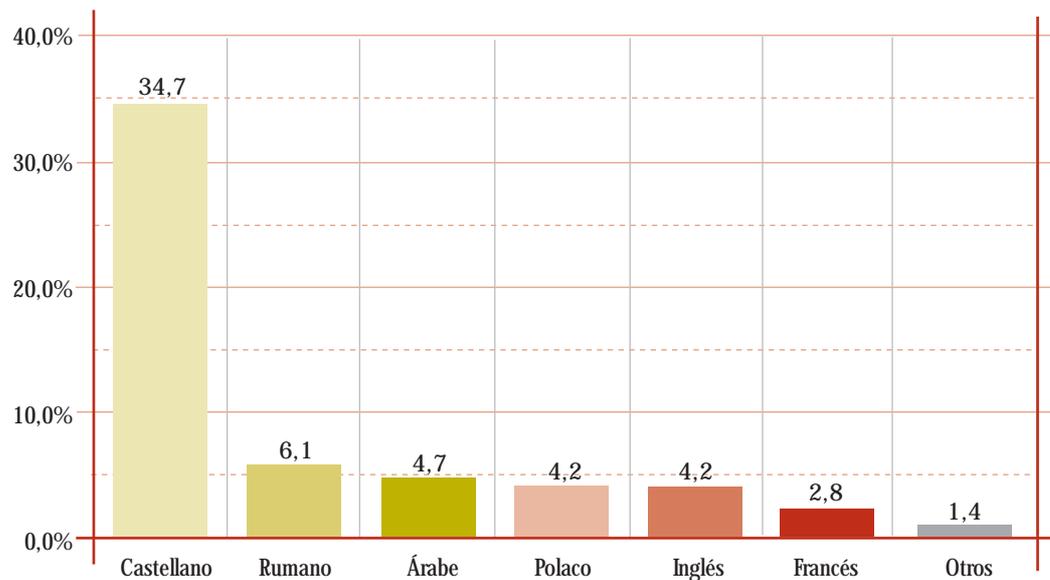


Gráfico 32 Porcentaje de campañas según los idiomas empleados.





Para finalizar con el análisis de las campañas de sensibilización, se han estudiado los medios publicitarios empleados; en el 57,3% de las actuaciones han sido publicitadas de alguna forma, teniendo los tres medios analizados un peso parecido, llegando en el 16,4% de los casos a utilizar las tres vías planteadas. Así, la prensa ha sido empleada en el 39,9% de las campañas, la radio lo ha sido en el 36,2% de las situaciones y la televisión en el 31,0% (gráfico 35).

Ello

implica que se ha usado con frecuencia más de un medio para dar publicidad a la campaña.

Un análisis provincial refleja como las provincias de Granada y Cádiz presentan los índices mínimos de campañas con publicidad en los medios de comunicación (34,0% y 47,1%), muy por debajo del resto, en especial de las actividades de Huelva (72,1%). En cuanto a la comparación provincial de los tres medios empleados surgen una serie de aspectos relevantes (gráfico 35):

- La prensa tiene más peso en las actuaciones de Sevilla (66,7%), Córdoba (61,5%), Almería (57,7%) y Málaga (55,6%), siendo ésta muy baja en Granada (22,6%, aunque en esta provincia la publicidad tiene en general poco peso) y Huelva (25,6%).
- La radio también tiene fuerte implantación como vía de publicidad de las campañas en Córdoba (61,5%), Almería (57,7%), Málaga (51,9%) y Sevilla (50,0%), siendo en este caso Cádiz (11,8%), Jaén (18,2%) y Granada (22,6%) aquellas en las que la incidencia es baja.
- Finalmente, la televisión tiene implantación en Córdoba (61,5%), Málaga (51,9%) y Sevilla (50,0%) y poco peso

Gráfico 33 Campañas de sensibilización con publicidad en los medios de comunicación.

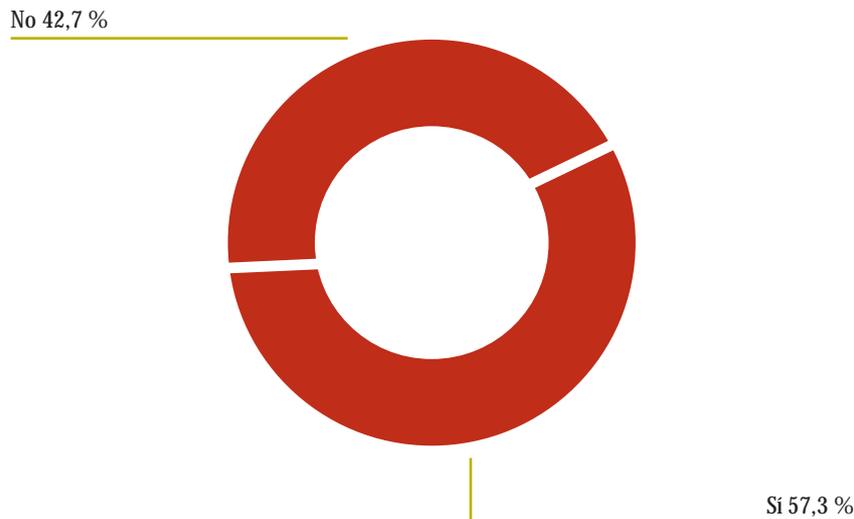




Gráfico 34 Distribución provincial de las campañas con publicidad.

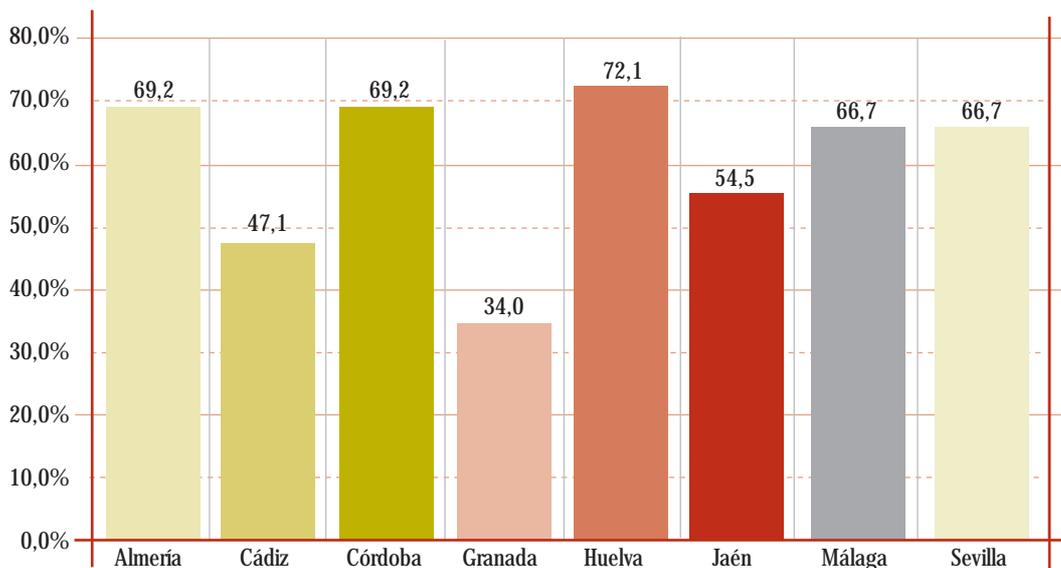
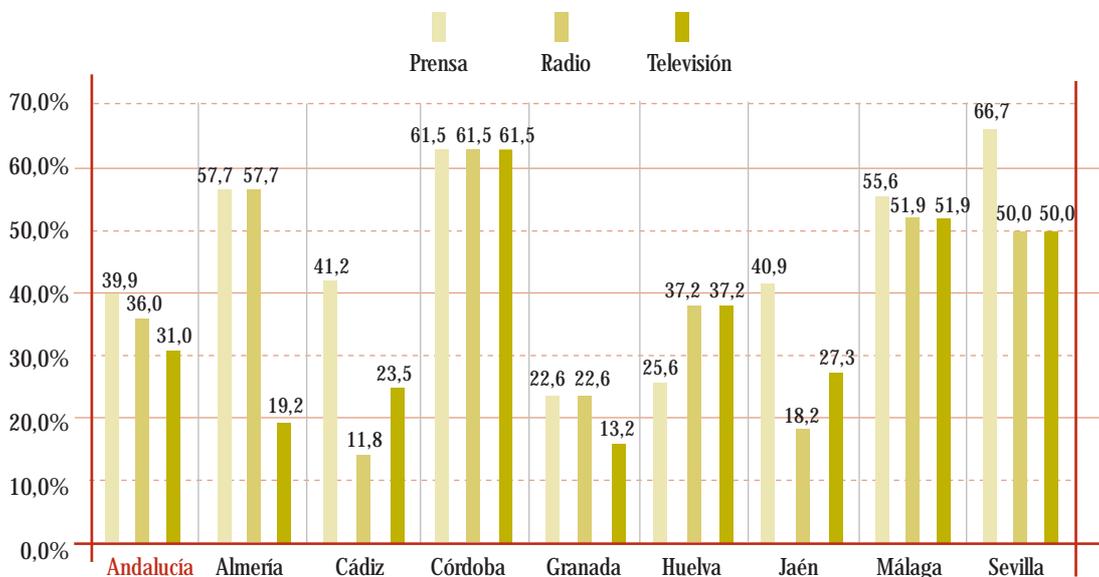


Gráfico 35 Medios de comunicación empleados en la publicidad de las campañas.



Cuando se ha analizado el idioma, la mayoría dice haber empleado el castellano (29,1%), mencionando en algunas ocasiones otros como rumano (4,2%), árabe (3,8%), inglés (2,8%), polaco (2,3%) y francés (1,4%). Las diferencias provinciales, nuevamente se hacen patentes (tabla 12):

- El castellano es el idioma con más peso en todas las provincias, siendo el único empleado en Almería, Cádiz, Córdoba y Jaén. En Huelva, sin embargo, es mencionado sólo en el 4,7% de las actividades, provincia ésta en la que, como se verá seguidamente, se han usado con bastante asiduidad otras lenguas.
- El rumano es utilizado en el 14,0% de las campañas de Huelva y el 8,3% de las de Sevilla.



- El polaco sólo es mencionado en Huelva y por el 11,5% de las actividades.
- El inglés basa su presencia en Málaga, donde afecta al 14,8% de las acciones y, en menor medida, en Huelva (4,7%).
- El francés se ha empleado en Granada (3,8%) y Málaga (3,7%).
- El árabe se ha empleado en Huelva (9,3%) y Sevilla (8,3%).

Córdoba. “Jornadas de transferencia de conocimientos y buenas prácticas en materia de políticas migratorias”

Siguiendo las directrices marcadas por el Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales en el Marco de Cooperación para la gestión del Fondo 2006 y siendo conscientes de la importancia de compartir los conocimientos adquiridos en la práctica de las políticas migratorias, la Dirección General responsable de la coordinación del FAIREA organizó unas Jornadas, en noviembre de 2006, en la ciudad de Córdoba. Asistieron a ellas representantes técnicos y políticos de las entidades locales receptoras del Fondo de apoyo para la acogida y la integración de inmigrantes mediante las transferencias realizadas. Por parte de la Administración autonómica, asistieron técnicos de diversas Consejerías con competencias en la materia (Educación, para la Igualdad y Bienestar Social y Gobernación), así como los Coordinadores Provinciales de Políticas Migratorias y el personal de la Unidad Técnica del FAIREA.

En el evento, de dos días de duración, se trabajó entorno a cuatro mesas en las que se debatió sobre los siete ejes que componen los Planes de Acción municipales; en cada grupo se asistió a la exposición de diversas acciones destacadas llevadas a cabo en las distintas corporaciones locales andaluzas, a continuación se fomentó el debate entre las personas integrantes de las mesas tras el cual se determinaron unas conclusiones, expuestas en la clausura de las Jornadas. Asimismo se pudo contemplar una exposición de paneles informativos que reunía actividades relevantes realizadas en el marco de los Planes de Acción de los Fondos de 2005 y 2006. El conocimiento in situ de las actuaciones mediante la celebración de estas jornadas demostró ser una acción muy positiva.

El intercambio de experiencias, así como el conocimiento de la gestión del fenómeno migratorio en diversos ámbitos municipales y autonómicos, permite perfilar un modelo propio de gestión del hecho migratorio en los municipios andaluces.



Tabla 12 Idiomas empleados en las campañas de sensibilización.

Idiomas	Total	Porcentaje de actuaciones según el idioma							
		Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla
Castellano	29,1	34,6	41,2	38,5	26,4	4,7	31,8	37,0	66,7
Rumano	4,2	0,0	0,0	0,0	3,8	14,0	0,0	0,0	8,3
Árabe	3,8	0,0	0,0	0,0	3,8	9,3	0,0	3,7	8,3
Inglés	2,8	0,0	0,0	0,0	0,0	4,7	0,0	14,8	0,0
Polaco	2,3	0,0	0,0	0,0	0,0	11,6	0,0	0,0	0,0
Francés	1,4	0,0	0,0	0,0	3,8	0,0	0,0	3,7	0,0
Otros	1,4	0,0	0,0	0,0	3,8	2,3	0,0	0,0	0,0

Un análisis de la publicidad respecto al tamaño de población y el número de inmigrantes refleja también diferencias de las que se destacan (gráficos 36 y 37):

- Se aprecia claramente como el uso de la publicidad es bastante escaso en los municipios que no superan los 5.000 habitantes. Pues sólo el 20,8% de las actuaciones la han tenido, siendo reducida la presencia en los tres medios (entre un 8,3% y un 16,7%).
- En una situación intermedia se ubican las localidades que cuentan entre 5.001 y 10.000 personas, donde el 51,9% de las actuaciones ha recibido publicidad con un peso similar de los medios.
- Para el resto de localidades en torno al 65% de las campañas han obtenido publicidad en diferentes medios, que tienen un peso variable según el número de habitantes:
 - Entre 10.001 y 20.000. Predomina la radio.
 - Entre 20.001 y 50.000. Predomina la prensa.
 - Más de 50.000. Predominan la prensa y la televisión.
- La publicidad es infrecuente en las localidades con menor número de inmigrantes, de manera que sólo el 25,6% de las actuaciones llevan publicidad en los municipios que no pasan de 200 personas inmigrantes. Según el medio los porcentajes oscilan entre el 12,8% y el 20,5%.
- Los grupos de municipios que cuentan entre 201 y 1.000 inmigrantes tienen un nivel medio de publicidad entorno al 60% en general y con un peso bastante parejo de los diferentes medios (entre el 30% y el 40% según el número de inmigrantes y el medio).
- Las localidades con más de 1.000 inmigrantes tienen publicidad en el 74% de las actuaciones predominando la prensa y, en los municipios con más de 2.500 inmigrantes, la televisión.



Gráfico 36 Publicidad de las campañas de sensibilización en los medios de comunicación según el tamaño de la población.

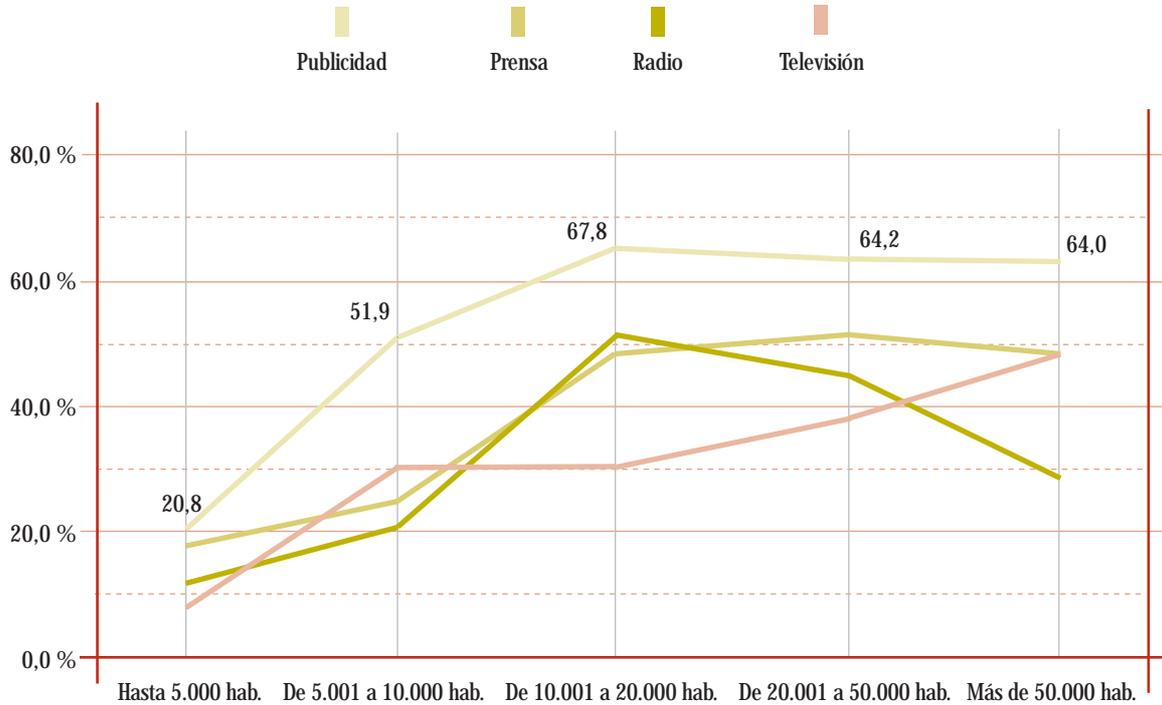
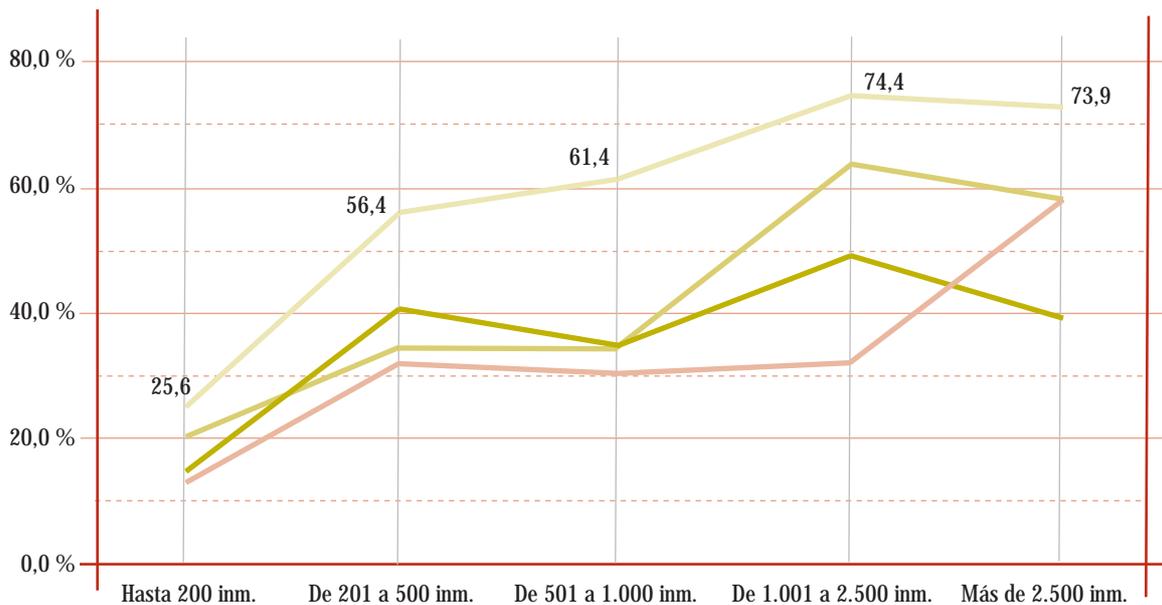


Gráfico 37 Publicidad de las campañas de sensibilización según el número de inmigrantes.





3.4 | Cursos de formación

Gráfico 38 Porcentaje de municipios que desarrollan cursos de formación.

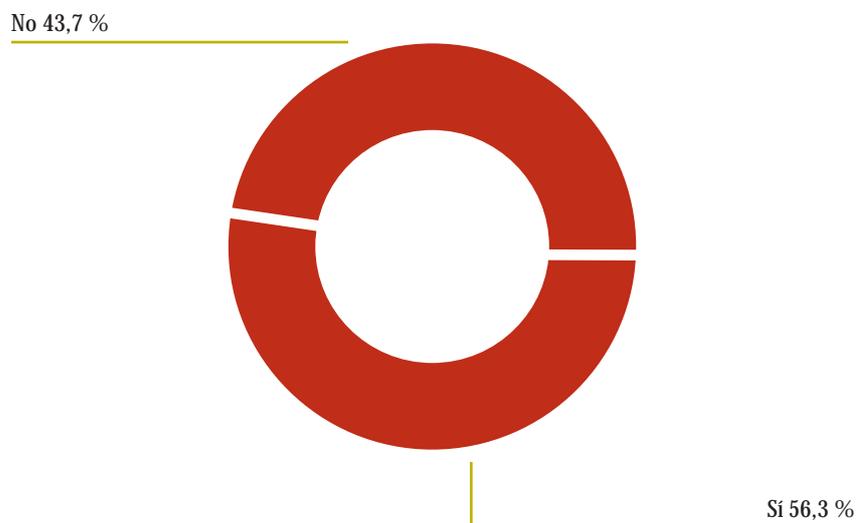


Gráfico 39 Distribución provincial de los municipios que realizan cursos.

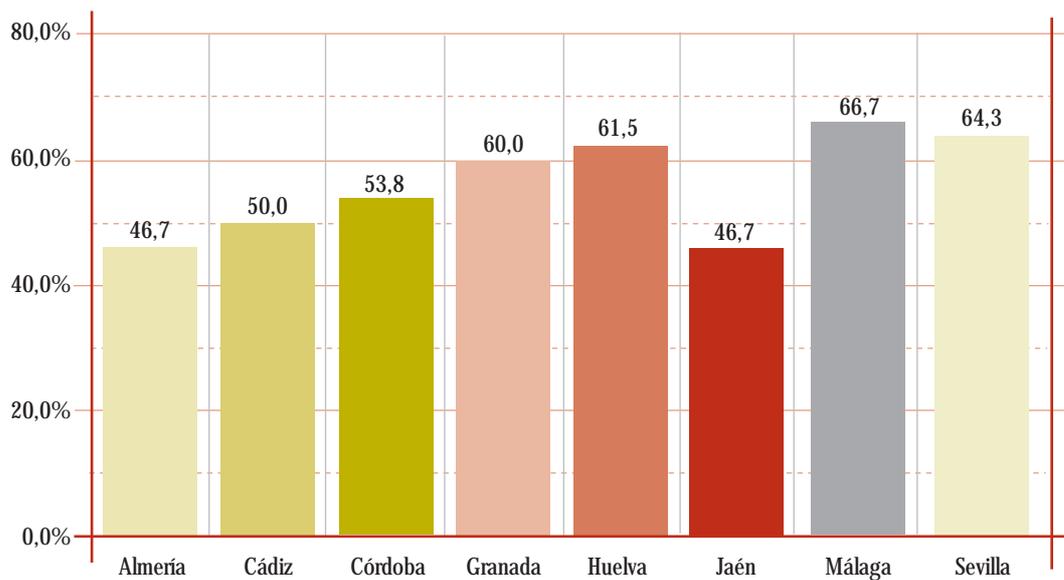




Gráfico 40 Distribución del número de cursos según la provincia.

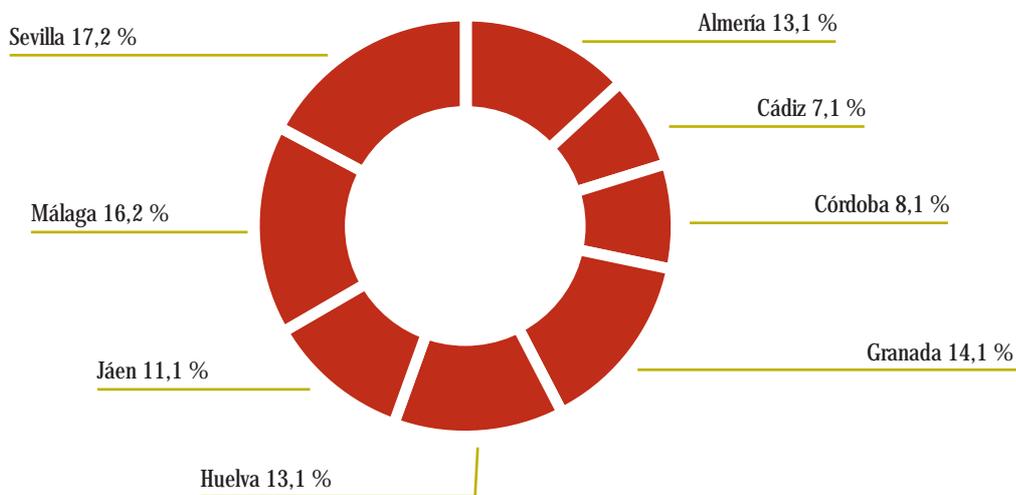
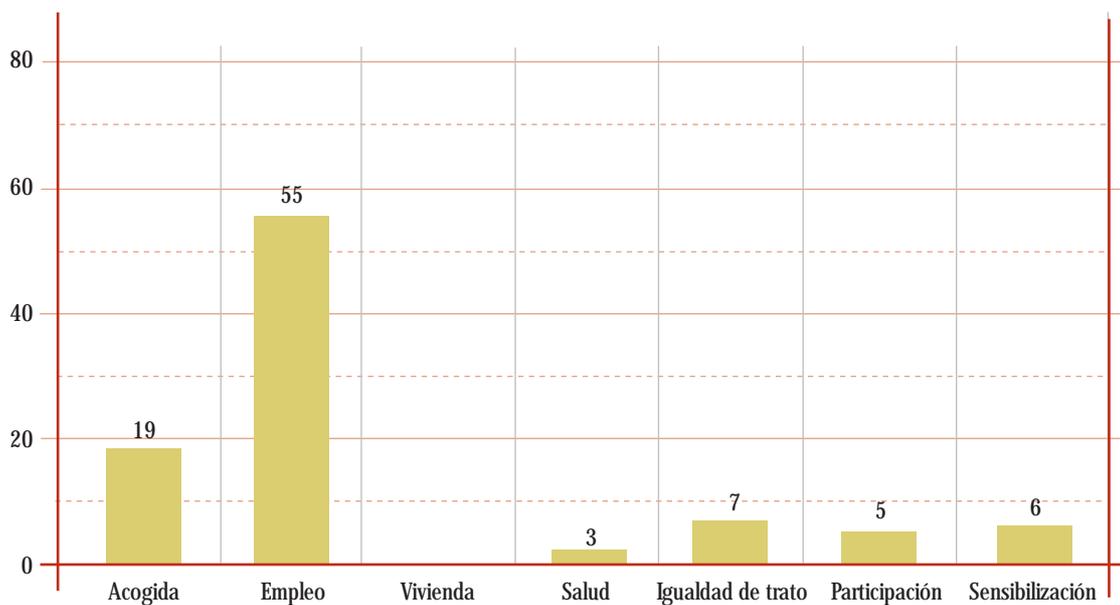


Gráfico 41 Distribución del número de cursos según el eje.





En conjunto 63 localidades, un 56,3% de las 112 receptoras del Fondo han planteado 99 actividades consideradas como cursos de formación. Al igual que ocurrió con las campañas, las diferencias observadas en la distribución de los municipios que han desarrollado los cursos de formación no presenta relevancia estadística y en este caso las diferencias porcentuales son menores, oscilando entre el 46,7% de Almería y Jaén y el 66,7% de Málaga (gráfico 39). Se observa más divergencia si se contabiliza el número de cursos de formación desarrollados, de manera que Sevilla (17,2%) y Málaga (16,2%) concentran la tercera parte de estas actividades, con unas cuotas de participación que duplican las alcanzadas por Cádiz (7,1%) y Córdoba (6,1%).

La mayoría de los cursos de formación están orientados al eje de Empleo (57,9%) siendo importante el volumen de los que se enmarcan en el de Acogida (20%). El resto de ejes tienen una presencia escasa entre el 7,4% de Igualdad de trato y la ausencia de actividad de Vivienda (gráfico 41). Estas cifras, a diferencia de las campañas, no experimentan variaciones importantes entre las provincias.

San Juan de Aznalfarache, Sevilla. “Cursos de profesionalización del servicio doméstico”.

En el Ayuntamiento de San Juan de Aznalfarache (Sevilla), se han realizado cursos de profesionalización del servicio doméstico. La población inmigrante en este municipio tiene un marcado carácter femenino pues el 70% son mujeres procedentes, sobre todo, de Colombia, Ecuador y República Dominicana, la mayoría de ellas con cargas familiares. Principalmente se trabaja en formación para el empleo y, dentro de este ámbito, se busca profesionalizar la actividad de empleada de hogar.

Para ello se imparten dos cursos, nivel básico y oficial de servicio doméstico, destinado a personas empadronadas en la localidad. Dada la situación del alumnado objetivo, se ha apoyado el curso con un servicio de guardería y se han ofrecido prácticas para aplicar los conocimientos adquiridos, emitiendo a la finalización del curso un certificado que les facilita la posterior inserción laboral.

Un aspecto primordial que hay que tener en cuenta a la hora de proponer estrategias, es la realidad y características de la población inmigrante residente en el municipio, los cursos de formación para el empleo deben normalizarse y no hacerse sólo para los inmigrantes, aunque cuando sea necesario se promoverán acciones de discriminación positiva, con personas en situación de especial vulnerabilidad.

Respecto al tamaño poblacional y el número de inmigrantes se observa bastante homogeneidad, destacando lo siguiente (tabla 13):

- El nivel de participación en las ciudades con más de 50.000 habitantes (36,0%) es muy inferior al resto (50,0% - 66,7%), situación que se traslada al poco peso que tienen estas localidades en el número de cursos impartidos (10,1% del total). La poca influencia de los municipios de menor tamaño no debe sorprender ya que es acorde con el escaso número de localidades en ese ámbito (sólo 10). Más llamativo es el 31,3% de cursos que concentran los municipios que disponen de 5.001 a 10.000 habitantes, porcentaje muy superior a su peso en el conjunto de corporaciones.
- Resalta la escasa participación de municipios con 1.001 a 2.500 inmigrantes en la organización de cursos de formación (38,1%), muy por debajo del resto de ámbitos (52,6% - 65,4%). También destaca el menor peso de los municipios con más de 1.000 inmigrantes en la ejecución de ciclos formativos (suponen el 27,2%, casi nueve puntos inferior a su peso en la distribución).



Tabla 13 Distribución de los cursos de formación según el tamaño de la población y el número de inmigrantes.

Tamaño de la población / Número de inmigrantes	Resumen de actividades			
	Municipios		Actividades	
	Nº	% ¹	Nº	% ²
Hasta 5.000 habitantes	5	50,0	8	8,1
De 5.001 a 10.000 habitantes	13	61,9	31	31,3
De 10.001 a 20.000 habitantes	18	66,7	24	24,2
De 20.001 a 50.000 habitantes	18	62,1	26	26,3
Más de 50.000 habitantes	9	36,0	10	10,1
Hasta 200 inmigrantes	11	57,9	20	20,2
De 201 a 500 inmigrantes	17	63,0	23	23,2
De 501 a 1.000 inmigrantes	17	65,4	29	29,3
De 1.001 a 2.500 inmigrantes	8	38,1	13	13,1
Más de 2.500 inmigrantes	10	52,6	14	14,1

(1) Porcentaje respecto a los municipios de cada ámbito.

(2) Porcentaje respecto al total de actividades.

Respecto a estas variables sí se observan diferencias relevantes en la asignación a los ejes, destacando:

- En cuanto al tamaño de la población:
 - Los municipios de menor tamaño han centrado los cursos de formación, aún más, en el eje de Empleo (85,7%).
 - Los que cuentan entre 10.001 y 20.000 habitantes han considerado bastante interesante los cursos dentro del eje de Acogida (35,4%).
 - Las ciudades de mayor tamaño han destinado buena parte de sus cursos a Igualdad de trato (44,4%).
- Respecto al número de personas inmigrantes:
 - Los municipios que no exceden de 200 personas inmigrantes le conceden cierto peso al eje de Sensibilización (15,8%) dentro de los cursos de formación.
 - Los que cuentan entre 201 y 500 inmigrantes se centran casi exclusivamente en Empleo (78,3%) en detrimento del eje de Acogida (4,3%), el otro eje con peso en estas actuaciones.
 - Las localidades con más de 2.500 inmigrantes le han dado mucha importancia a Igualdad de trato (36,4%) que casi no se ha aplicado en el resto de ámbitos.

Una vez explicada la distribución de los cursos de formación, el análisis continúa en términos similares a lo visto en las campañas de sensibilización, siendo el primer aspecto la nacionalidad de las personas destinatarias.

La población a la que se dirigen las actividades formativas es muy heterogénea y es habitual que los cursos se hayan confeccionado para ser recibidos por personas de más de un país. A diferencia de las campañas, al tratarse de algo más concreto y tangible, sólo el 16,2% ha dejado sin indicar la nacionalidad de las personas receptoras de los cursos. En este caso las naciones predominantes son Marruecos (38,4%) y Rumanía (38,4%), quedando en un segundo plano la participación de la población de acogida (25,3%). El resto se sitúa a gran distancia siendo similar la presencia de



nacionales de Ecuador (10,1%), Bolivia (8,1%) y Colombia (8,1%) y muy infrecuente la de Argentina (3,0%). Debe decirse que casi la mitad de los cursos se han dirigido a originarios de otros países (46,5%), predominando en este grupo el resto de Europa, especialmente Europa del Este (destacando Polonia y Rusia), el resto de Sudamérica (Brasil) y algunos países de África (Mali) y Asia (tabla 14). La participación de la población de acogida se debe enmarcar en el hecho de que los cursos enmarcados en el eje de Empleo tienen como destinatario al colectivo inmigrante mientras que en las localidades de mayor tamaño los cursos planteados se asocian a Acogida e Igualdad de trato, lo que permite suponer que buena parte de estas actuaciones están dirigidas a aquellas personas que trabajan y asisten a la población inmigrante.

Tabla 14 Países de origen de los colectivos destinatarios de los cursos de formación.

Países	Total	Porcentaje de actuaciones según el país de origen del colectivo destinatario			
		Según orden de mención			
		1º	2º	3º	Otro
Marruecos	38,4	32,3	0,0	3,0	3,1
Rumanía	38,4	14,1	15,2	7,1	2,0
España	25,3	15,2	4,0	2,0	4,1
Ecuador	10,1	2,0	6,1	2,0	0,0
Bolivia	8,1	4,0	3,0	0,0	1,1
Colombia	8,1	1,0	1,0	6,1	0,0
Argentina	3,0	1,0	0,0	1,0	1,0
Otros	46,5	15,2	17,2	12,1	2,0

Además del dato global, el detalle del orden de prioridad de las naciones, confiere a la población marroquí mayor relevancia en estas actuaciones ya que el 32,3% lo ha mencionado en primer lugar, seguido a muy larga distancia de la población de acogida (15,2%) y la rumana (14,1%).

Un análisis de los países destinatarios respecto a las variables de clasificación permite resaltar muy pocas cuestiones:

- La población rumana es destinataria de la mayoría de cursos en Córdoba (75%) y Huelva (61,5%) y no figura en ninguna de las actuaciones de Jaén y en pocas de Granada (21,4%) y Málaga (18,8%).
- El colectivo ecuatoriano es el destinatario del 50% de los cursos celebrados en Córdoba, teniendo escasa presencia en el resto de las provincias (0,0% - 14,3%).
- La población marroquí en los municipios de 5.001 a 50.000 habitantes es habitual destinataria de los cursos (38,7% a 54,2%) y no ha tenido presencia en el resto de municipios.

La media de personas por curso es de 31,2 aunque si se excluyen las dos actuaciones más numerosas, la media del resto es de 24,4 asistentes. En este caso, el dato es bastante más exacto que en las campañas de sensibilización y la cifra de omisiones es mucho más reducida (17,9%). La tasa de feminidad, 68,7%, es muy importante detectándose un 20,5% de cursos dirigidos exclusivamente a mujeres, con un porcentaje de omisiones sólo del 21,2%.



Respecto a las provincias podría decirse que la media de personas inscritas en Huelva (74) es muy superior al resto (entre 17 y 39) y que en todas las provincias es mayoritaria la presencia de mujeres que oscila entre el 58,2% de Granada y el 81,1% de Cádiz. En cuanto a las otras variables de clasificación (el tamaño de la población y el número de inmigrantes), las diferencias encontradas son mínimas y en ningún caso alcanzan relevancia estadística. Siguiendo con el análisis, sobre la duración de la actividad, debe decirse que en un porcentaje elevado de cursos no se ha reflejado el dato (47,5%). Para el resto la duración media ha sido de 131 días, aunque es más clarificador indicar que el 34,6% no ha excedido de un mes, otro 26,9% ha oscilado entre uno y tres meses y del resto (38,5%), que tienen mayor duración, un 25% ha durado un año completo. Este dato no presenta diferencias relevantes respecto a ninguna de las variables de clasificación.

En cuanto a otras participaciones, debe decirse que han intervenido 28 centros escolares en el 16,3% de los cursos y que se ha detectado una mínima participación de seis centros de salud en el 6,1% de los cursos. Aunque no hay diferencias significativas respecto a las variables analizadas, sí puede ser interesante exponer la ausencia de participación de centros escolares en las ciudades con más de 50.000 habitantes.

Gráfico 42 Cursos de formación con publicaciones.



Gráfico 43 Tirada de las publicaciones.

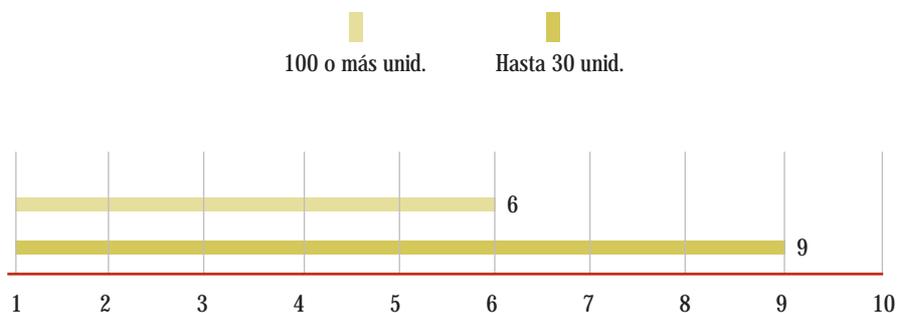
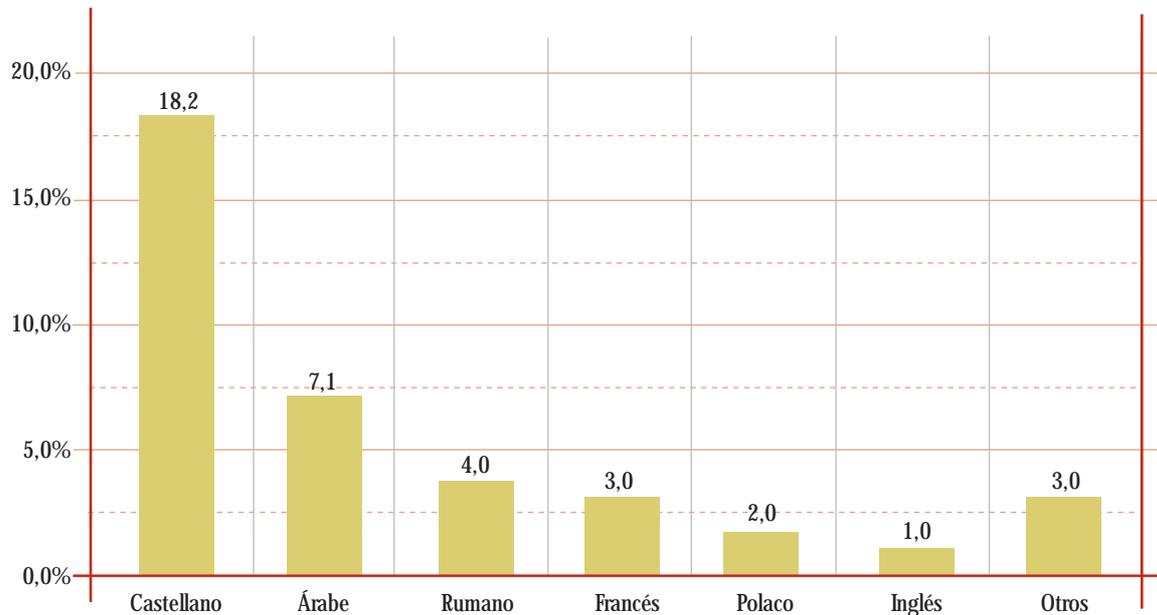




Gráfico 44 Idioma empleado en las publicaciones que informan al respecto.



Respecto a las publicaciones que se hubieran realizado sobre los cursos de formación, se observa que el 28,3% de ellos sí ha dispuesto de algún tipo de publicación (gráfico 42), siendo su tirada media de 76 unidades, aunque es mejor reflejar que el 39,1% (9 actuaciones) no exceden de 30 unidades y un 26,1% (6 casos) cuenta con 100 o más. Sobre los cursos que mencionan el idioma en el que se imparten, predomina el castellano (18,2%) y entre el resto, el árabe (7,1%) y el rumano (4,0%).

Finalmente, en el 47,5% de los casos se han empleado diversos medios publicitarios, muchas veces es mencionado uno de los tres empleados (23,2%), pero es frecuente el uso combinado de varios formatos (24,3%). La radio es la vía principal empleada para informar sobre el 32,3% de los cursos, quedando la televisión (25,3%) y la prensa (24,2%) en un plano algo inferior (gráfico 47).



Gráfico 45 Cursos con publicidad en los medios de comunicación.

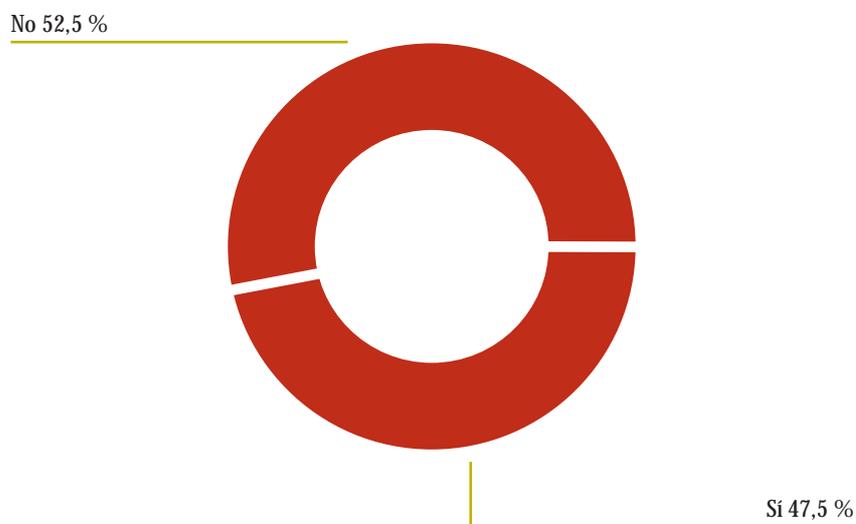


Gráfico 46 Distribución provincial de los cursos con publicidad.

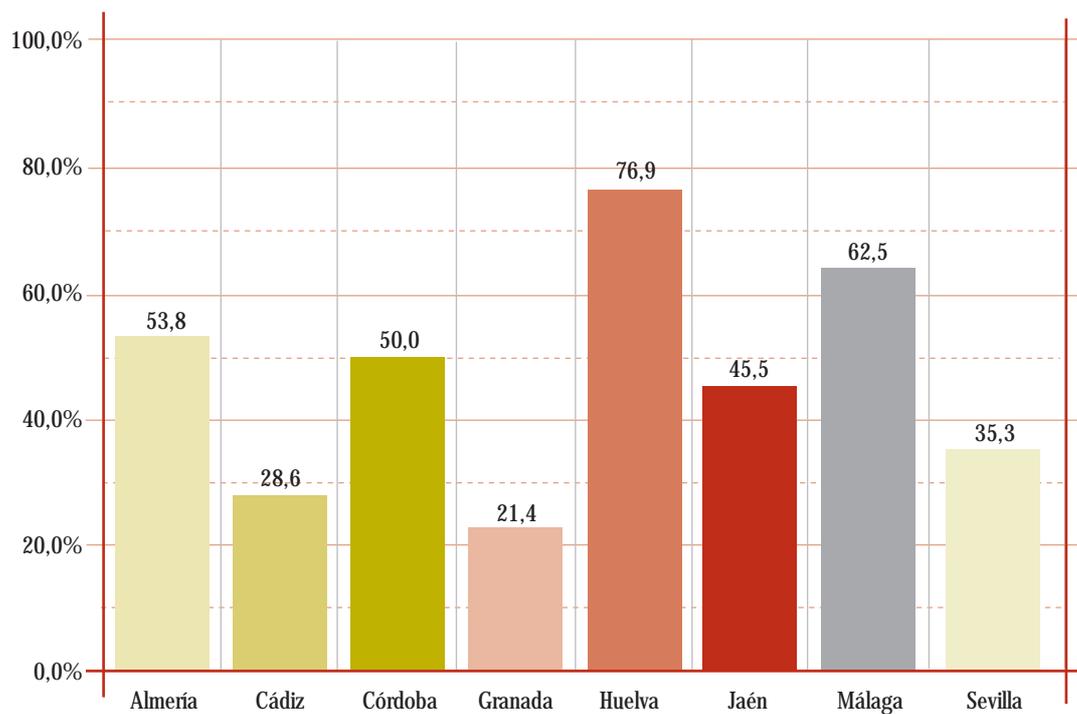
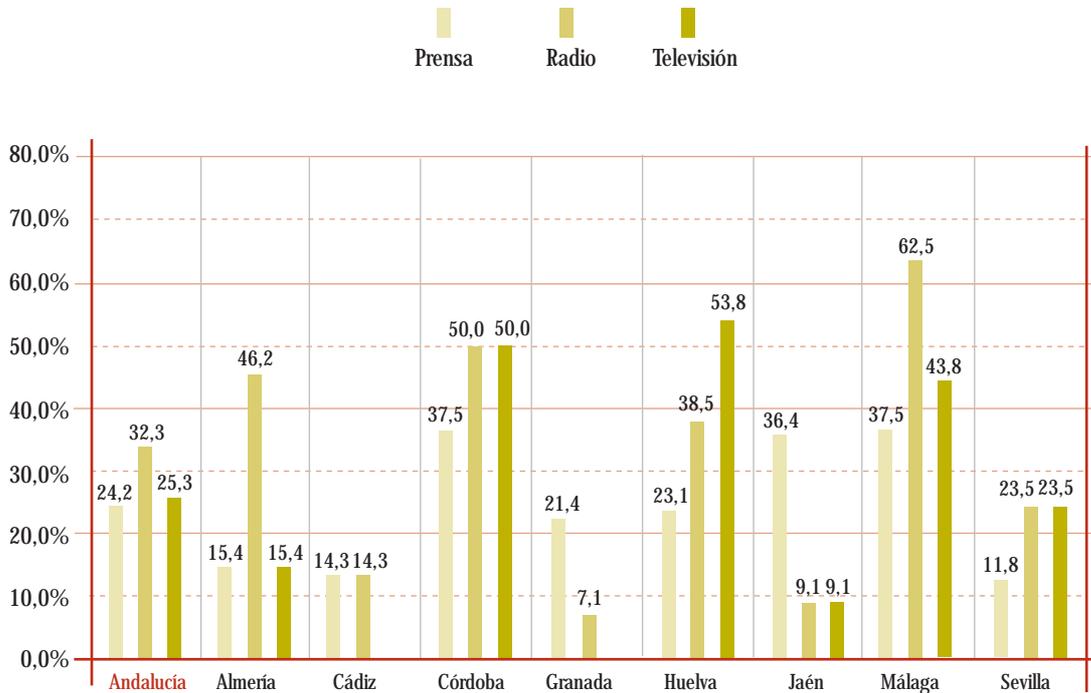




Gráfico 47 Publicidad según el medio de comunicación y la provincia.



El desglose según las provincias permite destacar lo siguiente:

- Huelva es la provincia que ha hecho más publicidad en este campo (76,9%), destacando, también, Málaga (62,5%). En el otro extremo se sitúan Granada (21,4%) y Cádiz (28,6%), donde este tipo de acciones ha sido poco frecuente.
- La prensa destaca en Córdoba (37,5%), Málaga (37,5%) y Jaén (36,4%), siendo poco relevante en Sevilla (11,8%), Cádiz (14,3%) y Almería (15,4%).
- La radio ha tenido más implantación en Málaga (62,5%) y, en menor medida, en Córdoba (50,0%) y Almería (46,2%). Cifras que contrastan con las alcanzadas en Granada (7,1%), Jaén (9,1%) y Cádiz (14,3%).
- Por último, la televisión ha sido mencionada sobre todo en Córdoba (50,0%) y Málaga (43,8%) y no ha tenido cabida en la publicidad sobre los cursos en Cádiz y Granada.

Las actividades en las que se ha indicado el idioma empleado en la publicidad señalan un predominio absoluto del castellano, utilizado en el 20,2% de los casos, siendo casi testimonial en el ámbito andaluz el uso de otras lenguas, figurando sólo árabe, rumano y polaco. Las diferencias provinciales, se centran en dos cuestiones (tabla 15):

- El castellano es casi el único idioma mencionado en las actuaciones de la mayoría de las provincias y con más peso en todas ellas con la excepción de Almería y, sobre todo, Huelva que no lo emplea.



- El árabe se emplea en Huelva y Almería.
- La provincia de Huelva también hace publicidad en rumano y polaco.

Tabla 15 Idiomas empleados en los cursos de formación.

Idiomas	Total	Porcentaje de actuaciones según el idioma							
		Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla
Castellano	20,2	46,2	28,6	12,5	7,1	0,0	36,4	18,8	17,6
Árabe	3,0	7,7	0,0	0,0	0,0	15,4	0,0	0,0	0,0
Rumano	2,0	0,0	0,0	0,0	0,0	15,4	0,0	0,0	0,0
Polaco	1,0	0,0	0,0	0,0	0,0	7,7	0,0	0,0	0,0

Una comparación respecto al tamaño de la población y el número de inmigrantes refleja algunas diferencias, destacando (gráficos 48 y 49):

Gráfico 48 Cursos de formación. Publicidad en los medios de comunicación según el tamaño de la población.

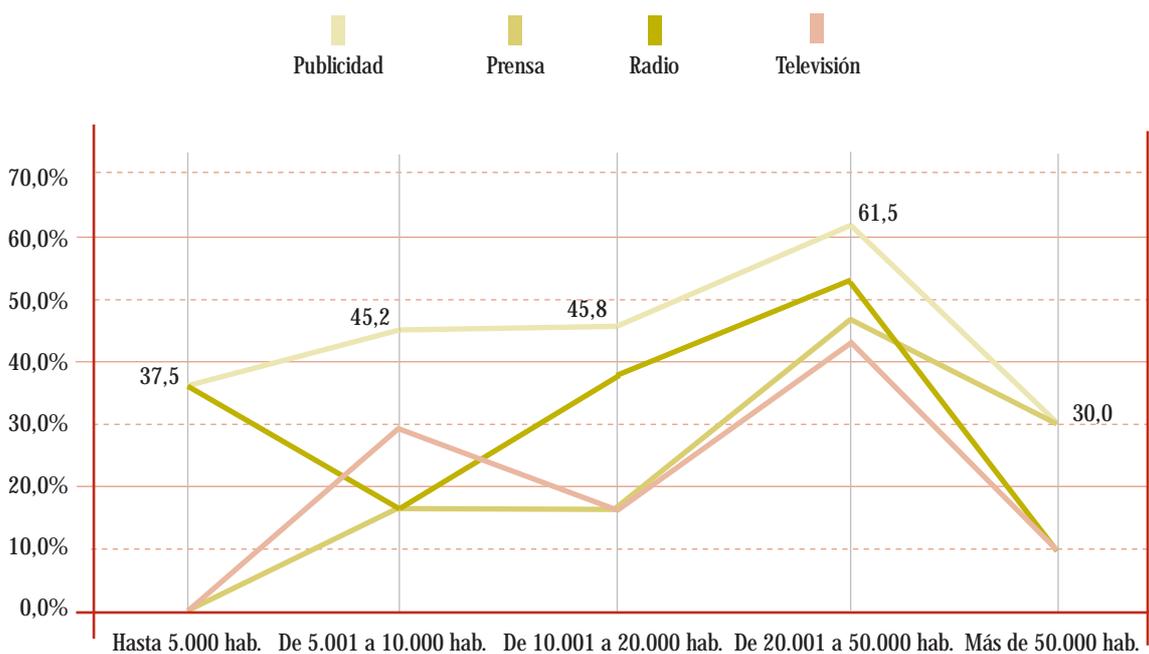




Gráfico 49 Distribución de los cursos con publicidad atendiendo al número de inmigrantes.



- La publicidad es escasa en los municipios con más de 50.000 habitantes ya sea de manera general (30,0%) como al considerar de modo separado cada medio, si se exceptúa la prensa.
- Las localidades que no superan los 5.000 habitantes sólo han empleado la radio.
- En las localidades de 5.001 a 20.000 residentes la publicidad tiene una implantación similar (45%), destacando la televisión en poblaciones hasta 10.000 personas y la radio para municipios hasta 20.000.
- Las ciudades pequeñas (20.001 a 50.000) son las que han utilizado más la publicidad (61,5%), resaltando en niveles similares los tres formatos (42% - 53%).
- La publicidad es poco frecuente en las localidades que cuentan con menos inmigrantes (25,0%), tampoco aparece mucho en los municipios que tienen censados de 201 a 500 inmigrantes (34,8%), destacando en este último grupo la radio (34,8%).
- El resto de niveles de inmigración presentan un grado similar de publicidad (57%-62%), destacando:
 - La prensa en las localidades con más inmigrantes (50,0%), no muy por encima de la radio.
 - La radio, muy señalada, en localidades con 1.001 a 2.500 inmigrantes (53,8%).
 - Nuevamente la prensa en lugares que tienen empadronados de 501 a 1.000 inmigrantes (41,4%), quedando cerca la televisión.



3.5 | Talleres

Gráfico 50 Porcentaje de municipios que desarrollan talleres.

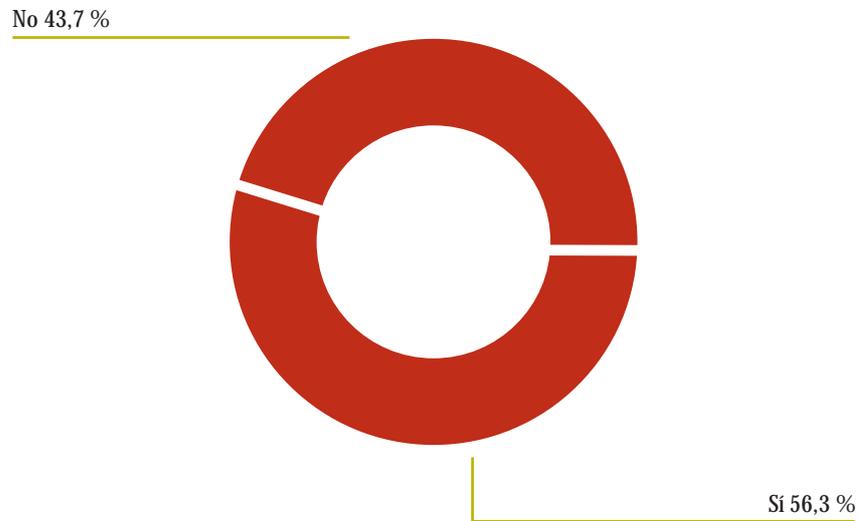


Gráfico 51 Distribución provincial de los municipios que llevan a cabo talleres.

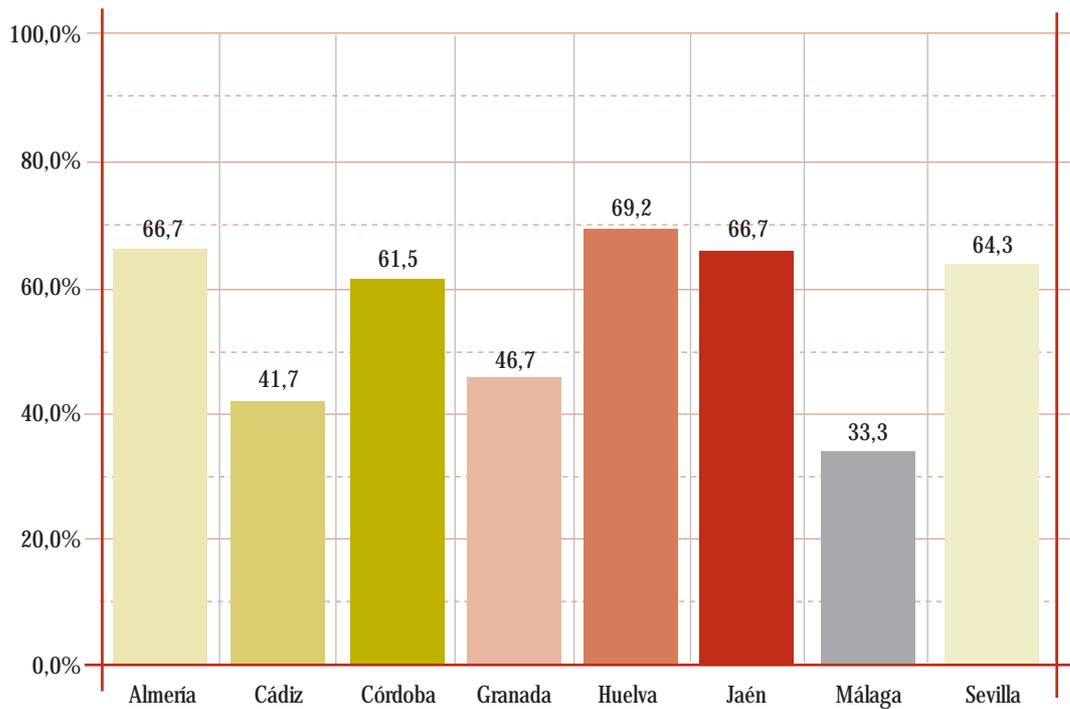




Gráfico 52 Distribución del número de talleres según la provincia.

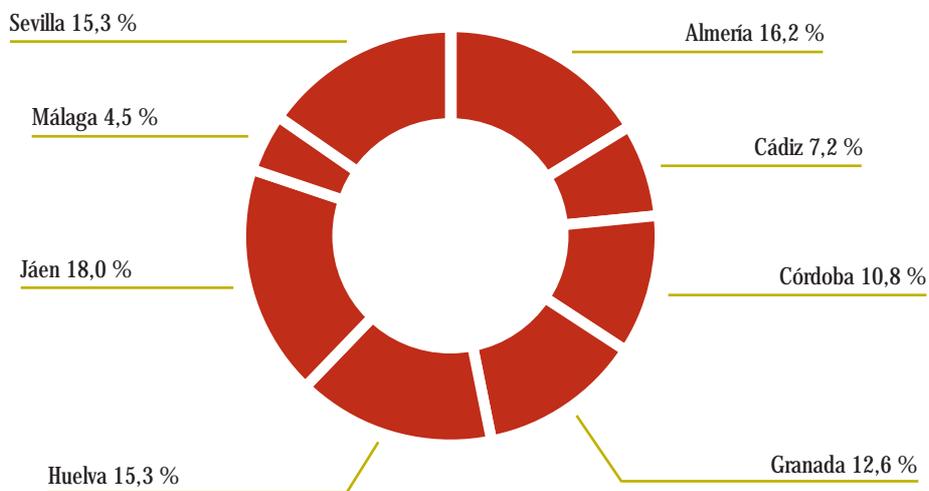
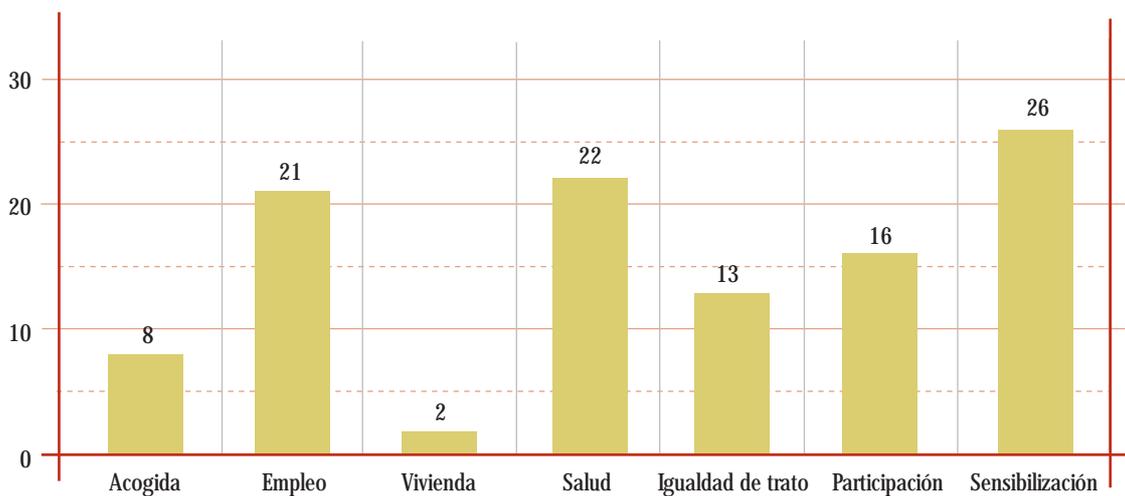


Gráfico 53 Distribución del número de talleres según el eje.





Se han organizado 111 talleres en 63 localidades (el 56,3% de los 112 participantes en el Fondo). A diferencia de las anteriores actividades (campañas de sensibilización y cursos de formación), en este caso, sí hay diferencias significativas en el porcentaje de municipios que realizan talleres (gráficos 50 y 51):

- Las provincias de Almería, Córdoba, Huelva, Jaén y Sevilla mantienen un nivel muy similar de participación en los talleres (61,5% - 69,2%).
- Las otras tres provincias han optado en menos ocasiones por este tipo de actividades: Málaga (33,3%), Cádiz (41,7%) y Granada (46,7%).

Si se contabiliza el número de talleres la situación cambia algo y destacan Jaén (18,0%), Almería (16,2%), Huelva (15,3%) y Sevilla (15,3%) muy por encima del 4,5% de Málaga y el 7,2% de Cádiz (gráfico 52).

A diferencia de las actividades ya analizadas, los talleres no se enmarcan en un eje claro, hay un primer grupo de tres ejes en los que se integran las dos terceras partes de las actuaciones (gráfico 53), se trata de Sensibilización (24,1%), Salud (20,4) y Empleo (19,4%). También son mencionados con cierto peso Participación (14,8%) e Igualdad de trato (12,0%) y los dos ejes restantes tienen una intervención más reducida. En este caso, la distribución provincial, que obviamente presenta variaciones en las preferencias respecto a los ejes, es más homogénea.

Analizando el tamaño poblacional se pueden hacer las siguientes reflexiones (tabla 16):

- El 85,2% de los municipios entre 10.001 y 20.000 habitantes han organizado talleres. Este porcentaje, siendo importante, disminuye en las localidades con menos población (60,0% - 71,4%). En las corporaciones de mayor tamaño, el peso de los talleres desciende de manera significativa y si bien en las ciudades pequeñas (hasta 50.000 habitantes) se alcanza un buen nivel de representación (44,8%), en las localidades más grandes, el porcentaje se reduce al 24,0%.
- Si se observa el número de actividades, se repiten los comentarios y el 34,2% de los talleres se llevan a cabo en los municipios de 10.001 a 20.000 habitantes, mientras que sólo el 6,3% se desarrolla en las ciudades con más de 50.000 residentes.



Tabla 16 Distribución de los talleres según el tamaño de la población y el número de inmigrantes.

Tamaño de la población / Número de inmigrantes	Resumen de actividades			
	Municipios		Actividades	
	Nº	% ¹	Nº	% ²
Hasta 5.000 habitantes	6	60,0	17	15,3
De 5.001 a 10.000 habitantes	15	71,4	24	21,6
De 10.001 a 20.000 habitantes	23	85,2	38	34,2
De 20.001 a 50.000 habitantes	13	44,8	25	22,5
Más de 50.000 habitantes	6	24,0	7	6,3
Hasta 200 inmigrantes	16	84,2	37	33,3
De 201 a 500 inmigrantes	18	66,7	28	25,2
De 501 a 1.000 inmigrantes	13	50,0	22	19,8
De 1.001 a 2.500 inmigrantes	9	42,9	16	14,4
Más de 2.500 inmigrantes	7	36,8	8	7,2

(1) Porcentaje respecto a los municipios de cada ámbito.

(2) Porcentaje respecto al total de actividades.

Respecto al número de inmigrantes se debe comentar (tabla 16):

- Es palpable como la proporción de municipios que organizan talleres disminuye de forma clara conforme aumenta la cifra de personas inmigrantes empadronadas en el municipio (desde un 84,2% hasta un 35,8%).
- Esta tendencia se observa de manera similar en el número de talleres diseñados de manera que el 33,3% están montados en municipios que no superan los 200 inmigrantes frente al 7,2% que se desarrollan en localidades con más de 2.500 inmigrantes.

Destaca la participación de la población española (45,9%), seguida de dos países con fuerte presencia en nuestra comunidad, Marruecos (38,7%) y Rumanía (30,6%). Con menor incidencia se encuentra Ecuador (15,3%) y en un plano inferior y con una presencia menos significativa, Argentina (9,0%), Bolivia (9,0%), y Colombia (7,2%). Por último, la mitad de los talleres (50,5%) han contado con la participación de nacionales de otros países destacando, como suele ser habitual, los de Europa del Este (Polonia y Bulgaria, sobre todo), África (Argelia y Senegal) y otros países de Sudamérica (tabla 17). Como siempre el colectivo destinatario de las actuaciones es diverso en cuanto a su nacionalidad y es habitual que en las actividades hayan participado personas de más de un país.

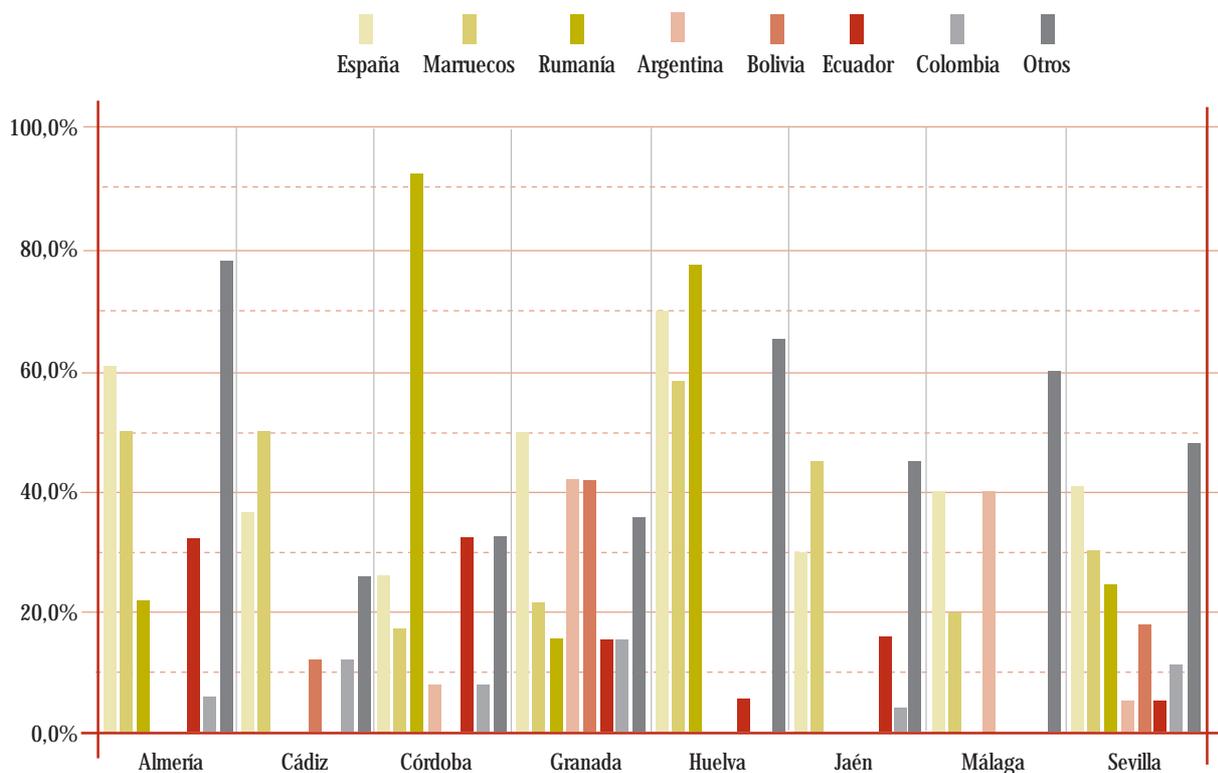


Tabla 17 Países de origen de los colectivos destinatarios de los talleres.

Países	Total	Porcentaje de actuaciones según el país de origen del colectivo destinatario			
		Según orden de mención			
		1º	2º	3º	Otro
España	45,9	30,6	8,1	5,4	1,8
Marruecos	38,7	20,7	0,0	10,8	7,2
Rumanía	30,6	11,7	9,0	5,4	4,5
Ecuador	15,3	3,6	4,5	5,4	1,8
Argentina	9,0	5,4	0,0	2,7	0,9
Bolivia	9,0	1,8	5,4	1,8	0,0
Colombia	7,2	0,9	4,5	1,8	0,0
Otros	50,5	9,9	23,4	14,4	2,8

De la tabla anterior se puede ver, además del peso global de cada nacionalidad, la prioridad que se observa según el orden de mención. De esta manera la población española es la principal destinataria en el 30,6% de los talleres, siguiéndoles los nacionales de Marruecos (20,7%) y Rumanía (11,7%).

Gráfico 54 Países de origen de los colectivos destinatarios de los talleres según la provincia.





El análisis provincial permite destacar lo siguiente (gráfico 54):

- España es el país más mencionado en cuatro provincias, Almería (61,1%), Granada (50,0%), Málaga (40,0%) y Sevilla (41,2%).
- En Almería, además de España, tienen bastante peso Marruecos (50,0%), Ecuador (33,3%) y Rumanía (22,2%).
- Cádiz se dirige, principalmente, a los nacionales de Marruecos (50,0%) y a la población de acogida (37,5%).
- Como ocurrió con las campañas de sensibilización, en Córdoba, la principal nacionalidad de destino es Rumanía (91,7%), seguida de lejos por Ecuador (33,3%).
- Granada, además de España, se dirige a Argentina (42,9%) y Bolivia (42,9%).
- Huelva tiene, junto a la población de acogida (70,6%) dos destinos claros en Rumanía (76,5%) y Marruecos (58,8%).
- Jaén centra sus campañas en la población marroquí (45,0%).
- En Málaga el país más mencionado también es Argentina (40,0%), en el mismo nivel que España.
- Sevilla dirige sus esfuerzos a Marruecos (29,4%) y Rumanía (23,5%).

A cada taller ha acudido una media de 137 personas, aunque el arco en el que se mueven los datos hace poco útil esta media, ya que oscila entre 6 y 1.800. De hecho si se excluyen las cuatro actuaciones con más participantes, la media es de 74 personas. Se debe indicar que la cifra de omisiones es bastante aceptable (16,2%), incluso menor que la detectada en los cursos de formación. Es más indicativo de la distribución el hecho de que el 45,2% de los talleres no han superado las 25 personas y sólo el 17,2% excede las 100 (sólo hay cuatro con más de 1.000 participantes). La tasa de feminidad se sitúa en el 66,6% siendo el índice de omisiones del 19,8%; como en las otras actuaciones, se mantiene el mayor peso en las mujeres como destinatarias de las acciones, destacando un 19,6% de talleres destinados en exclusividad a ellas.

Respecto a las provincias y debido a la heterogeneidad detectada, las grandes diferencias en la media de asistentes no alcanzan relevancia estadística, estableciendo dos grupos en función de dicho tamaño medio. Por un lado se sitúan Almería, Cádiz, Córdoba, Huelva y Jaén (entre 128 y 244 de media) y, por otro, Granada, Málaga y Sevilla (entre 43 y 65 asistentes). Si se compara la tasa de feminidad, las diferencias sí tienen relevancia y hay una provincia en la que las mujeres son minoritarias, Málaga (43,8%), donde la cifra es muy inferior a la detectada en Cádiz (83,3%), Granada (72,3%) y Córdoba (70,3%).

Las diferencias respecto de las otras variables de clasificación se centran más en la tasa de feminidad que es más elevada en los tamaños medios de población (64% - 77%) frente a los municipios más pequeños, donde son minoritarias (45%) y las ciudades de mayor tamaño (56%). De modo similar, los municipios con un nivel medio en el número de inmigrantes tienen una mayor tasa de feminidad (62% - 78%) que los que no sobrepasan los 200 inmigrantes (53%) o pasan de 2.500 (56%).



Los Barrios, Cádiz. “Las ludotecas como lugares de encuentro”

Se ha desarrollado la experiencia denominada “Las ludotecas como lugares de encuentro”. La premisa en la que se fundamenta esta experiencia es considerar que el juego es el medio natural que los seres humanos comparten para el desarrollo personal y el aprendizaje.

La ludoteca se constituye en un espacio de encuentro y socialización, en el que se aprende a jugar (utilizar juguetes, compartir con compañeros/as...). En Los Barrios existen cinco ludotecas en el municipio que comparten una estructura similar de trabajo, basadas en la acogida u orientación al juego mediante asamblea o recepción, el horario libre para los menores y la realización de otras actividades: meriendas, competiciones deportivas, excursiones, etc.

El acceso al deporte, la lectura, el cine, ... en definitiva al ocio en general, promueve la participación de las personas de origen extranjero en los espacios públicos municipales, asimismo promueve un uso sostenido de las instalaciones desde una perspectiva intercultural.

A continuación, en el estudio de los talleres, se analiza su duración. Siendo conscientes del alto índice de omisiones (51,4%) y limitando la información a las actuaciones que han informado de este dato, la media ha sido de 103 días, la misma que se obtuvo en las campañas de sensibilización. Dicho esto y debido a su heterogeneidad es más interesante indicar que la duración de talleres cubren desde un día hasta un año completo. Como descripción de la distribución, el 20,4% no llega a los diez días y otro 24,1% excede de 120 días (un 13,0% alcanza el año completo). Esta duración muestra una importante heterogeneidad en el cruce con las variables de clasificación, pero se debe más a la ubicación de algunos de los talleres de más larga duración en determinados ámbitos, lo que unido al reducido número de casos hace poco relevante su descripción.

Siguiendo con el esquema de la actividad, se ha contado con la participación de centros escolares en el 19,8% de los municipios y en el 9,9% han intervenido centros de salud en el taller. En lo que se refiere a los centros de enseñanza, si bien no presenta diferencias relevantes, debe decirse que en el ámbito provincial destaca el 60,0% de menciones en Málaga frente al resto que oscila entre 5,0% y 33,3%. Respecto a la intervención de los centros de salud las diferencias en el ámbito provincial son mínimas.

Gráfico 55 Actuaciones que informan sobre publicaciones relacionadas con los talleres.





Gráfico 56 Tirada de las publicaciones asociadas a talleres.

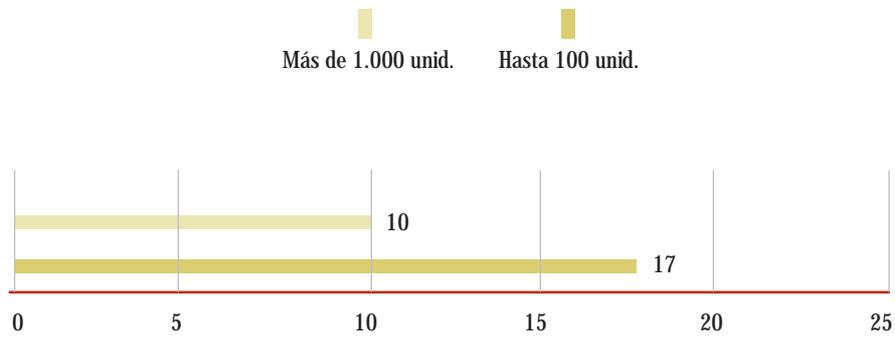
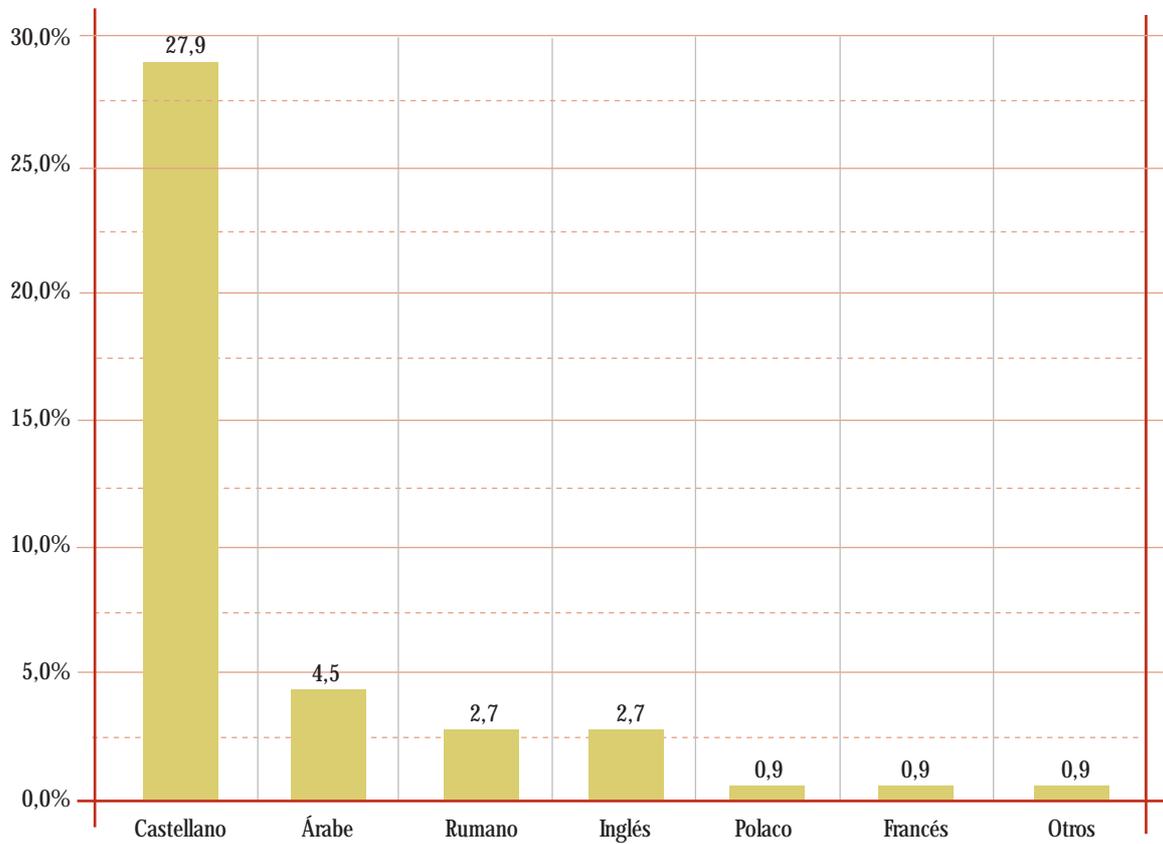


Gráfico 57 Idioma empleado en las publicaciones.





Otro aspecto tratado es el de las publicaciones sobre la actividad, observando como en un 43,2% de los casos se mencionan éstas, siendo su tirada media de 635 unidades dato que no representa la enorme diversidad encontrada (gráfico 56), ya que en el 40,5% (17 casos) no se excede de 100 unidades y en otro 24,8% (10 casos) se superan las 1.000. Cuando se menciona el idioma en el que se lleva a cabo la publicación, la mayor parte de las veces es en castellano (27,9%), siendo muy minoritarias las ediciones en otras lenguas, mereciendo destacar sólo el árabe (4,5%) y, si acaso, el rumano (2,7%) y el inglés (2,7%).

Sobre los medios publicitarios empleados, señalar que un 48,6% ha empleado alguno de los sugeridos, siendo habitual utilizar una (22,5%) o dos (19,8%) vías. De los tres medios citados, la prensa es la más frecuente (38,7%) mientras que la televisión (22,5%) y la radio (19,8%) muestran un nivel similar (gráfico 60). Cuando se ha reflejado el idioma, sólo se ha mencionado el castellano (29,7%). Si se considera la publicidad en el ámbito provincial, se observa como el 100% de los talleres de Málaga (en realidad son muy pocos) han tenido algún tipo de publicidad, cifra que contrasta con el escaso 27,8% de Almería, ambos lejos del resto que se sitúa en un intervalo de 45,0% a 62,5%. Si se analiza cada tipo de publicidad en la provincia se observa (gráfico 59):

- La prensa destaca en Málaga (100,0%) y, en menor medida, en Cádiz (62,5%) y Sevilla (29,4%).
- La radio ha tenido más relevancia en Córdoba (50,0%) y es casi irrelevante en Granada (7,1%).
- Por último, la televisión tiene implantación en Córdoba (50,0%) y Málaga (40,0%), tiene poco peso en Jaén (5,0%) y no se menciona en Almería.

Gráfico 58 Talleres con publicidad en los medios de comunicación.





Gráfico 59 Distribución provincial de los talleres con publicaciones.

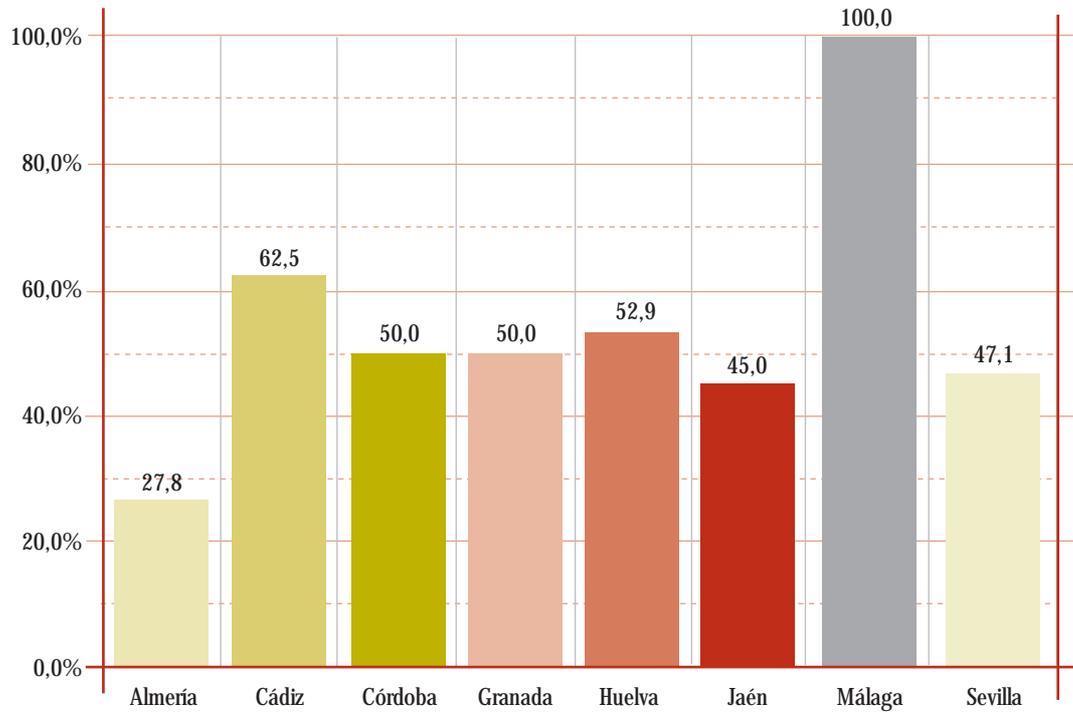
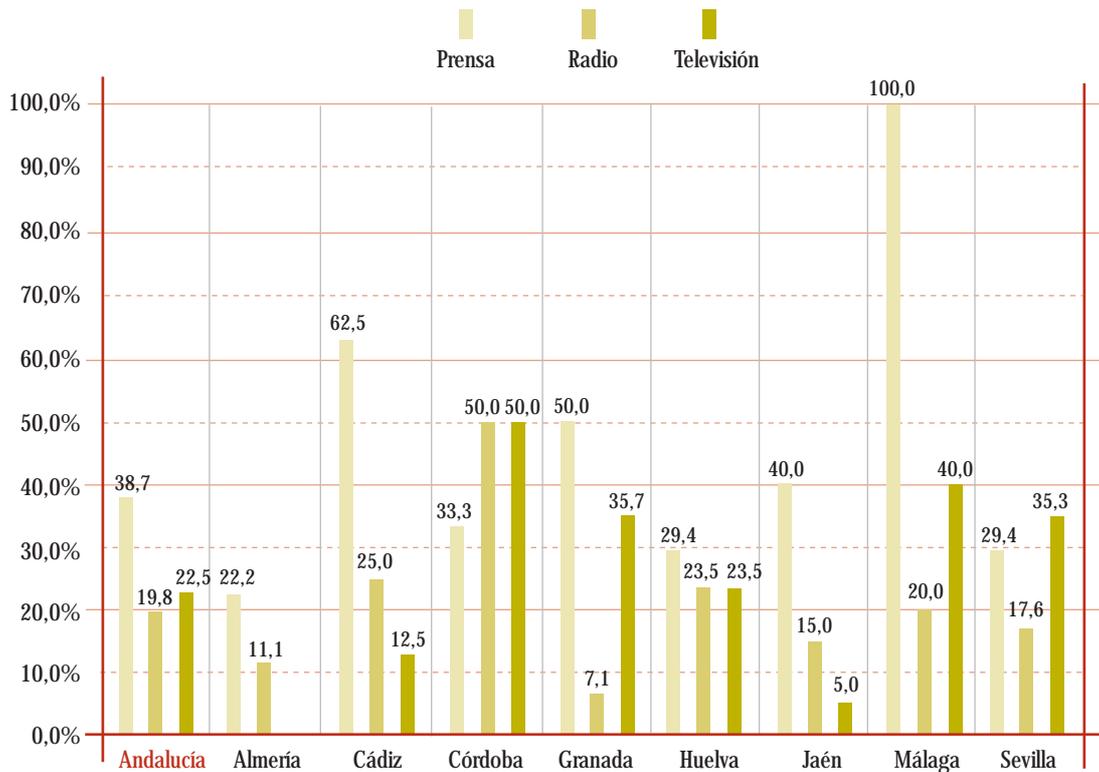


Gráfico 60 Medios empleados en la publicidad de los talleres.





Un análisis de la publicidad respecto al tamaño de población y el número de inmigrantes refleja lo siguiente (gráficos 61 y 62):

- El uso de la publicidad, muestra una clara tendencia, estableciendo tres niveles en función de la población. Tiene poco peso en los municipios que no superan los 10.000 habitantes (29% - 33%), se mueve en torno al 55% en las localidades de 10.001 a 50.000 residentes y supera el 85% en las ciudades de mayor tamaño. Esta diferencia genérica se traslada a los medios sugeridos, especialmente la prensa, que se sitúa por debajo del 30% para los ámbitos poblacionales de menor tamaño y alcanza el 85,7% para las localidades con más de 50.000 habitantes y la televisión que muestra un porcentaje ascendente desde 0,0% a 42,9%.
- Con el número de inmigrantes se detecta algo parecido, aunque el comportamiento sea más errático y se observa un mayor peso de la publicidad en las corporaciones con más de 1.000 personas inmigrantes (68,8% - 87,5%), tendencia que se percibe de manera especial en la prensa, estableciendo este mismo punto de corte en el número de inmigrantes y que no tiene el mismo reflejo en la radio o la televisión.

Gráfico 61 Talleres. Publicidad en los medios de comunicación según el tamaño de la población.

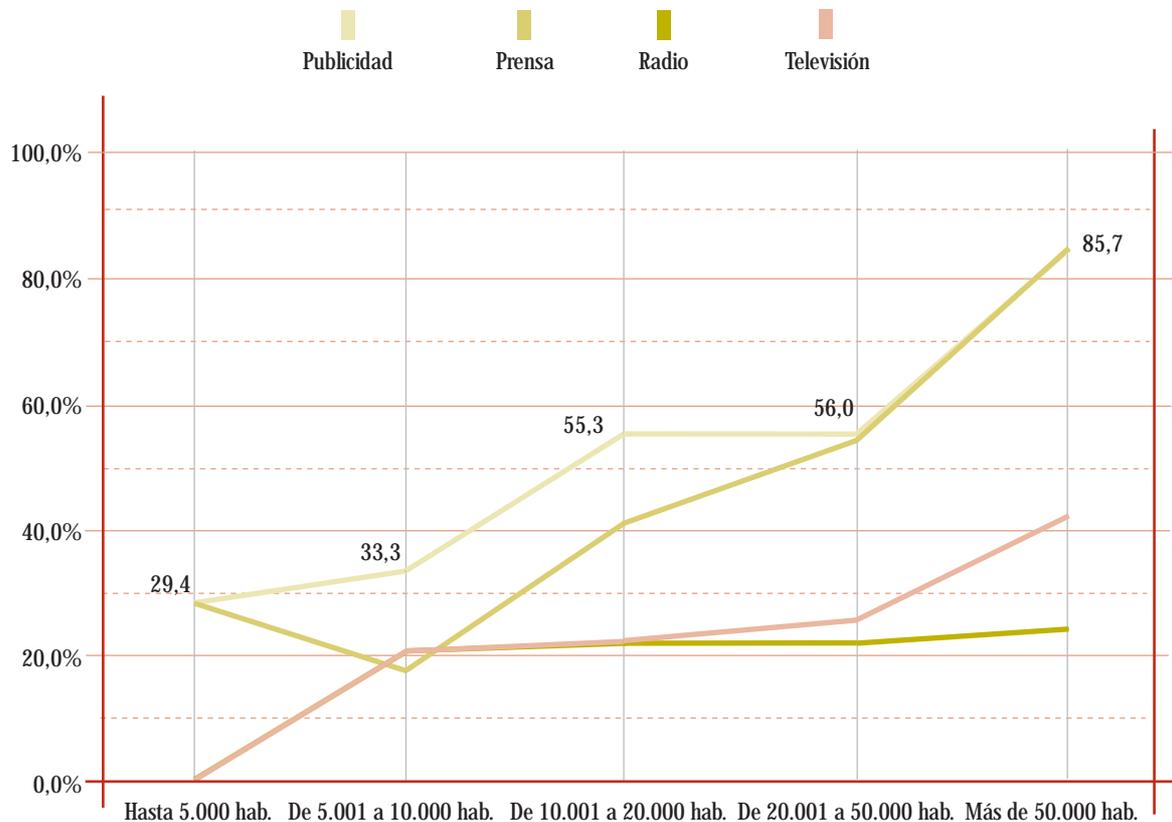
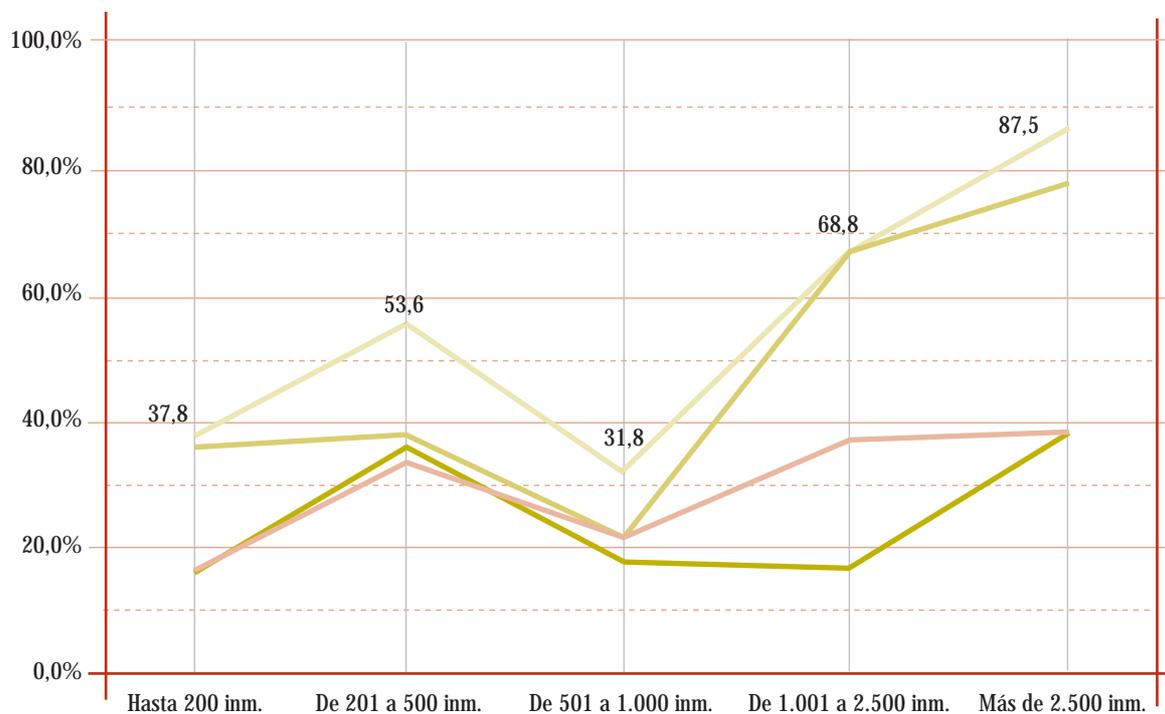




Gráfico 62 Publicidad de los talleres en los medios de comunicación según el número de inmigrantes del municipio.





3.6 | Jornadas

Gráfico 63 Porcentaje de municipios que desarrollan jornadas.



Gráfico 64 Distribución provincial de los municipios que organizan jornadas.

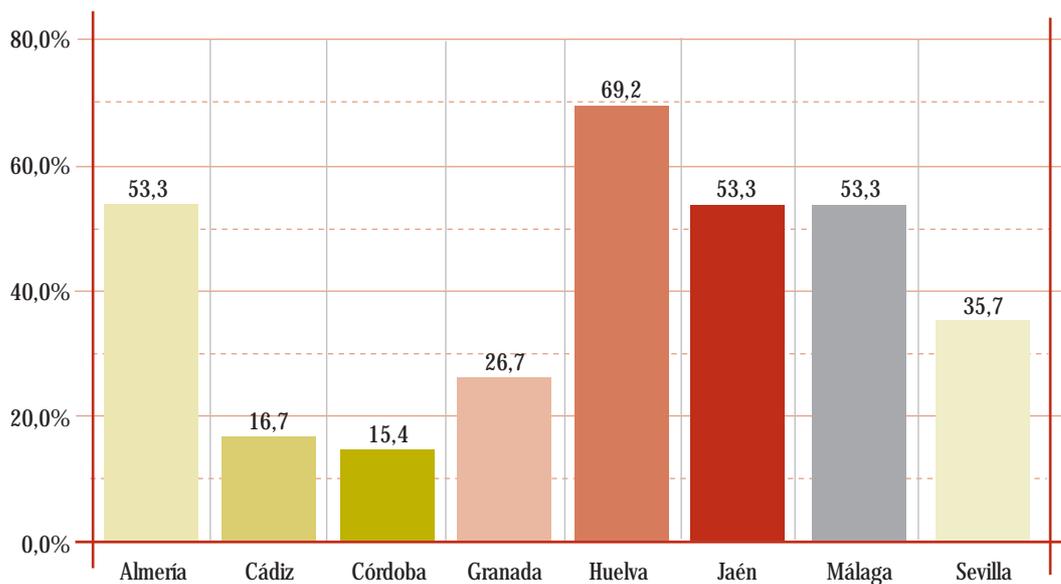




Gráfico 65 Distribución del número de jornadas según la provincia.

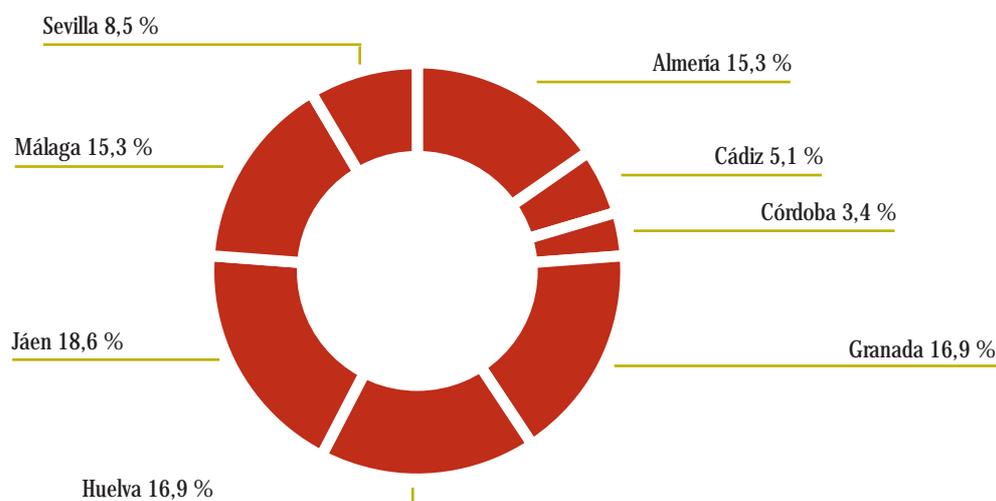
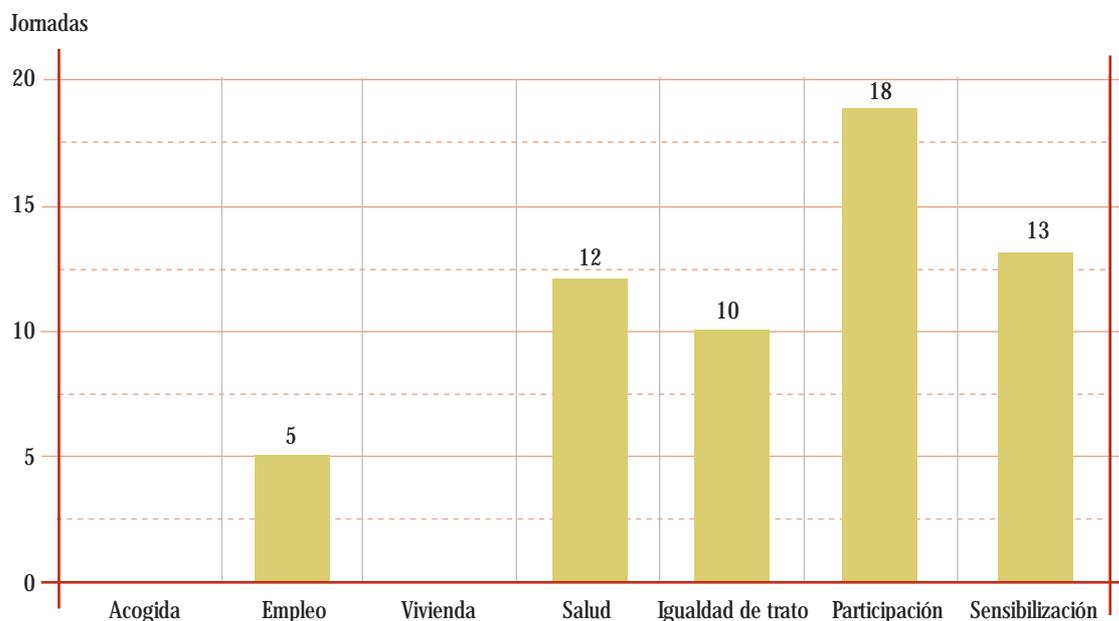


Gráfico 66 Distribución del número de jornadas según el eje.



Se han celebrado 59 jornadas por parte de 46 municipios (el 41,1% de los 112 participantes en el Fondo), apreciando importantes diferencias en el nivel de participación con cuatro provincias en las que más de la mitad de las localidades han celebrado este tipo de eventos: Huelva (69,2%), Almería (53,3%), Jaén (53,3%) y Málaga (53,3%); lejos está la situación de Sevilla y Granada, donde ha participado el 35,7% y el 26,7%, respectivamente, de las corporaciones del Fondo. Finalmente en Cádiz y en Córdoba estas actividades han sido poco frecuentes (en torno al 16%). El nivel de participación observado en las provincias, obviamente condiciona la distribución del número de eventos, aunque con matices, de manera que, Almería, Granada, Huelva, Jaén y Málaga se reparten cada una entre el 15% y el 18% de las jornadas, siendo mínima la cuota de Sevilla, Cádiz y Córdoba que en conjunto se reparten el 17,0% (gráficos 64 y 65).



Respecto a los ejes, debe decirse que no se han mencionado estas actividades en los ejes de Acogida y Vivienda, destacando el 31,0% de Participación (gráfico 66) y en un segundo plano Sensibilización (22,4%), Salud (20,7%) e Igualdad de trato (17,2%). Aunque no presenta diferencias estadísticamente relevantes en el conjunto de la distribución provincial (entre otros motivos por tratarse de una muestra pequeña), debe destacarse lo siguiente:

- Córdoba centra el 100,0% de las jornadas en Participación.
- Cádiz (66,7%) y Jaén (63,6%) concentran en este eje las dos terceras partes de las jornadas celebradas.
- En Granada (0,0%) y Huelva (10,0%) casi no se realizan jornadas centradas en el eje de Participación.

Respecto al tamaño poblacional se pueden hacer las siguientes reflexiones (tabla 18):

- Entre el 50% y el 60% de los municipios de hasta 20.000 habitantes han desarrollado esta actividad, que sólo ha llevado a cabo el 28% de los municipios de mayor tamaño.
- En cuanto al número de actividades, guarda un cierto paralelismo y se observa como las localidades de hasta 20.000 habitantes concentran el 73,0% de las campañas.

Tabla 18 Distribución de las jornadas según el tamaño de la población y el número de inmigrantes.

Tamaño de la población / Número de inmigrantes	Resumen de actividades			
	Municipios		Actividades	
	Nº	% ¹	Nº	% ²
Hasta 5.000 habitantes	6	60,0	12	20,3
De 5.001 a 10.000 habitantes	11	52,4	12	20,3
De 10.001 a 20.000 habitantes	14	51,9	19	32,2
De 20.001 a 50.000 habitantes	8	27,6	9	15,3
Más de 50.000 habitantes	7	28,0	7	11,9
Hasta 200 inmigrantes	12	63,2	20	33,9
De 201 a 500 inmigrantes	11	40,7	12	20,3
De 501 a 1.000 inmigrantes	10	38,5	11	18,6
De 1.001 a 2.500 inmigrantes	5	23,8	7	11,9
Más de 2.500 inmigrantes	8	42,1	9	15,3

(1) Porcentaje respecto a los municipios de cada ámbito.

(2) Porcentaje respecto al total de actividades.

Sobre la influencia del número de inmigrantes que reside en las localidades, las reflexiones son en parte similares y, si bien la participación en número de municipios es un tanto errática, al contabilizar el número de jornadas celebradas, se observa como cuanto mayor es la cifra de inmigrantes residentes, menor es el de jornadas, de forma que el 33,9% se concentra en los municipios que no superan los 200 inmigrantes (tabla 18).



Benalmádena, Málaga. “Jornadas de sensibilización”

Se han celebrado en el municipio estas jornadas en los centros escolares dirigidas a niños, niñas y jóvenes en las que se realizaron talleres que mostraban los distintos aspectos de cada una de las culturas que conviven en su municipio: historia, gastronomía, artesanía... procurando así un acercamiento social y cultural entre la población autóctona y el colectivo inmigrante.

El principio de normalización en el acceso a los servicios es fundamental en la sensibilización así como la importancia del lenguaje evitando expresiones sexistas y terminologías alarmistas tales como: avalancha, ilegales, etc.

Respecto a estas variables y en relación con los ejes de intervención sólo se debe destacar como en las localidades de menor tamaño, prima el eje de Salud (58,3%) muy por encima del resto y tiene muy poco interés el de Participación (8,3%), el más relevante en el conjunto.

Con este bloque se cierra un primer análisis sobre las diferentes jornadas celebradas en los municipios integrantes del Fondo, la exposición continúa con una serie de aspectos sobre las mismas, comenzando con la nacionalidad del colectivo destinatario, cumplimentada en el 72,9% de los casos. Hecha esta salvedad y restringiendo el análisis a las jornadas sobre las que sí se ha contestado esta cuestión, debe decirse que el 35% menciona un único país destinatario pero que es más frecuente que se dirijan a varios.

De modo claro destaca la población española (62,7%), que además suele nombrarse casi siempre como la principal nacionalidad de destino (54,2%). A continuación hay cuatro países con un peso similar en el conjunto de menciones: Marruecos (16,9%), Rumanía (16,9%), Ecuador (16,9%) y Bolivia (13,6%), debiendo indicar que las dos primeras son mencionadas en más ocasiones en un orden preferente. Son muy escasas las citas a Argentina (5,1%) y Colombia (5,1%) y, finalmente, un 23,7% contesta otros países, incluyendo a algunas naciones de Europa del Este y una representación de países de África sin destacar ninguno especialmente (tabla 19).

Tabla 19 Países de origen de los colectivos destinatarios de las jornadas.

Países	Porcentaje de actuaciones según el país de origen del colectivo destinatario				
	Total	Según orden de mención			
		1º	2º	3º	Otro
España	62,7	54,2	5,1	1,7	1,7
Marruecos	16,9	5,1	0,0	6,8	5,0
Rumanía	16,9	3,4	1,7	11,9	0,0
Ecuador	16,9	0,0	1,7	13,6	1,6
Bolivia	13,6	0,0	13,6	0,0	0,0
Argentina	5,1	3,4	1,7	0,0	0,0
Colombia	5,1	3,4	0,0	1,7	0,0
Otros	23,7	6,8	10,2	1,7	5,0



El análisis provincial, en el que no se consideran los resultados de Cádiz, Córdoba y Sevilla por las pocas jornadas que se han celebrado, permite destacar lo siguiente (gráfico 67):

- España es el país más mencionado en las cinco provincias objeto de comentario, con cifras que oscilan entre el 63,6% y el 90,0% de las actividades en cuatro de ellas y sólo mencionado por el 33,3% de las jornadas celebradas en Málaga.
- En Almería, además de España (66,7%), tiene bastante peso Rumanía (33,3%).
- Granada, que en el 90% de los casos trabaja con población autóctona, también se dirige de manera mayoritaria a las comunidades boliviana (70,0%) y ecuatoriana (70,0%).
- Huelva tiene, junto a la población de acogida (80,0%), dos destinatarios complementarios Rumanía (50,0%) y Marruecos (30,0%).
- Jaén centra sus campañas en el colectivo español (63,6%) y, en menor medida, en el marroquí (27,3%).
- En Málaga, junto a España, se debe mencionar Argentina (22,2%).

Úbeda, Jaén. “Multikultúbeda: Encuentro musical, gastronómico e intercultural”

La lectura de un manifiesto por la paz en varios idiomas, realizada por niños de diversas nacionalidades residentes en el municipio, inauguró las jornadas interculturales. Estas jornadas tenían como fin promover el conocimiento de todas las culturas de las personas que viven en esta localidad. En la organización del evento colaboraron, entre otras, la Concejalía de Cultura y la de Participación Ciudadana, la Asociación Varekay y varias asociaciones vecinales.

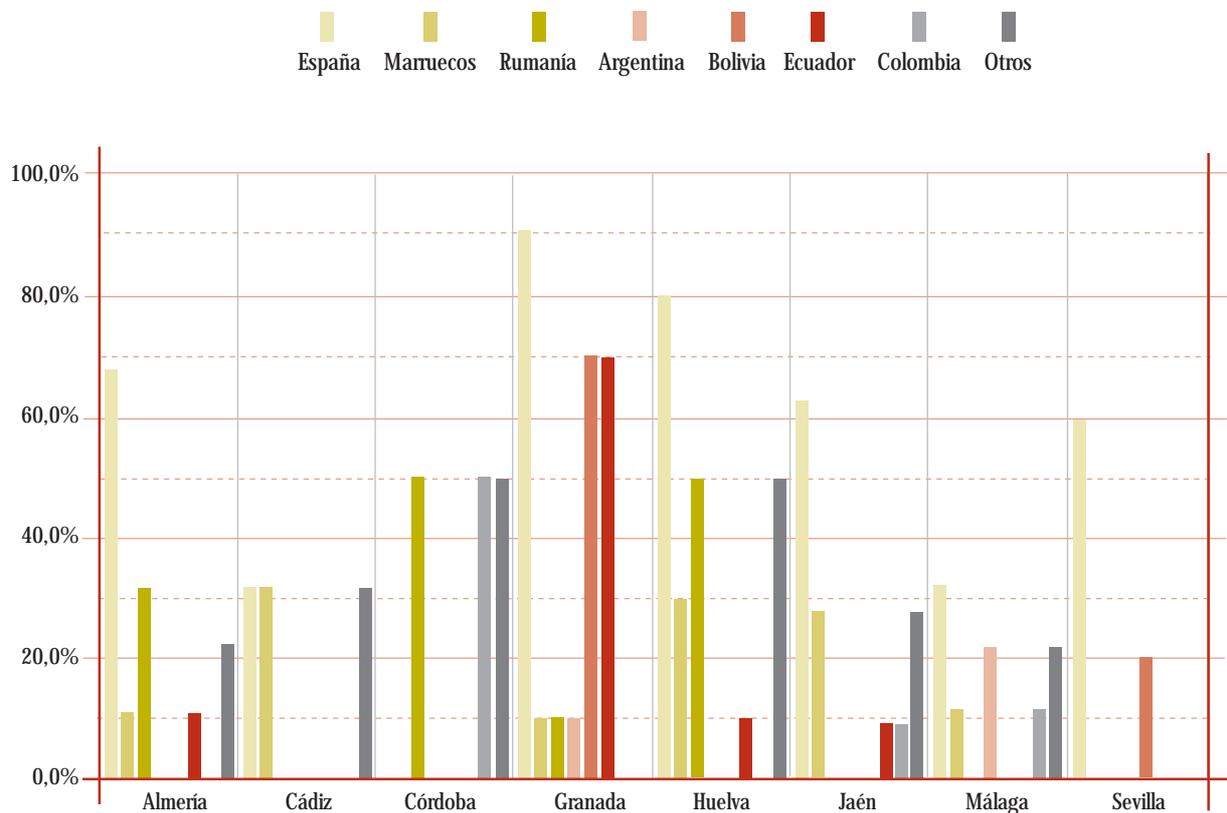
El objetivo de la actividad es promover el conocimiento, por parte de la población de acogida en su conjunto, de culturas de los países de origen de los inmigrantes con mayor implantación en Andalucía.

La asistencia a las jornadas es un dato que no se ha facilitado en el 30,5% de las actuaciones, obteniendo para los que sí lo han hecho una media de 130 personas información que, como en anteriores actividades, es tan variable (10 a 1.000 personas) que no puede ser indicativo de la realidad detectada. Así, al excluir el 20% de jornadas con mayor asistencia (300 o más personas), la media se reduce a 63 sujetos. Es más representativo el hecho de que el 41,5% no supera las 30 personas. Por otro lado, la tasa de feminidad se sitúa en el 65,7% siendo, en este caso, el índice de omisiones del 32,2%.

Se quiere hacer la apreciación de que el porcentaje de mujeres participantes es muy similar en los cuatro tipos de actuaciones analizadas hasta el momento (campañas, cursos de formación, jornadas y talleres), si bien en las jornadas casi no se han localizado actividades con participación exclusiva de las mujeres (5,0%).



Gráfico 67 Países de origen de los colectivos destinatarios de las jornadas según la provincia.



La escasa representación de algunas provincias unido a la heterogeneidad observada y la incidencia de las omisiones hace que las diferencias en la media de asistencia no deban ser comentadas por su poca relevancia real. En sentido contrario, el porcentaje de mujeres es muy parecido, oscilando entre el 57,5% y el 75,0%. Algo similar se puede decir de las diferencias respecto de las otras variables de clasificación, siendo interesante destacar la tendencia a un aumento de la participación en sintonía con el mayor tamaño poblacional (entre 84 y 182 personas).

El análisis de las jornadas prosigue con su duración, teniendo que asimilar el elevado índice de omisiones (49,2%). Lo más frecuente es que sean de un día de duración (40,0%), aunque también es habitual que duren dos o tres días (40,0%). Como en otros casos, este dato es muy variable respecto al cruce con la provincia, el tamaño de población o el número de inmigrantes, pero se debe más a la ubicación en determinados ámbitos de las actividades de mayor duración que a otras cuestiones, por lo que es poco relevante su descripción.

Siguiendo el esquema de análisis, debe decirse que en el 20,3% de las jornadas han intervenido centros escolares y en el 27,1% centros de salud, colaborando, normalmente un centro. Este nivel de participación no muestra diferencias estadísticamente relevantes entre las distintas provincias, aunque estos porcentajes puedan abarcar un amplio rango, siendo reseñable el 44,4% de los centros escolares de Almería y el 33,3% de Jaén o, especialmente, la implicación de centros de salud en el 70,0% de las jornadas celebradas en Granada.



Gráfico 68 Actuaciones que informan sobre publicaciones.

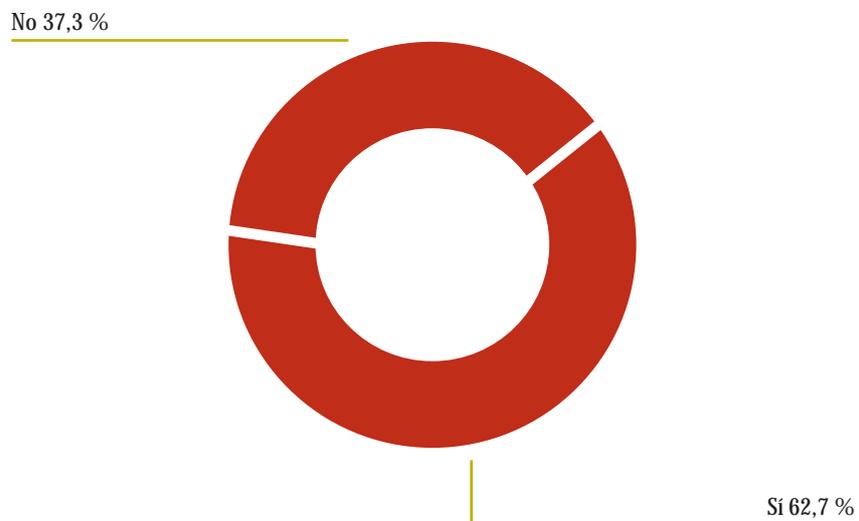


Gráfico 69 Tirada de las publicaciones sobre jornadas.

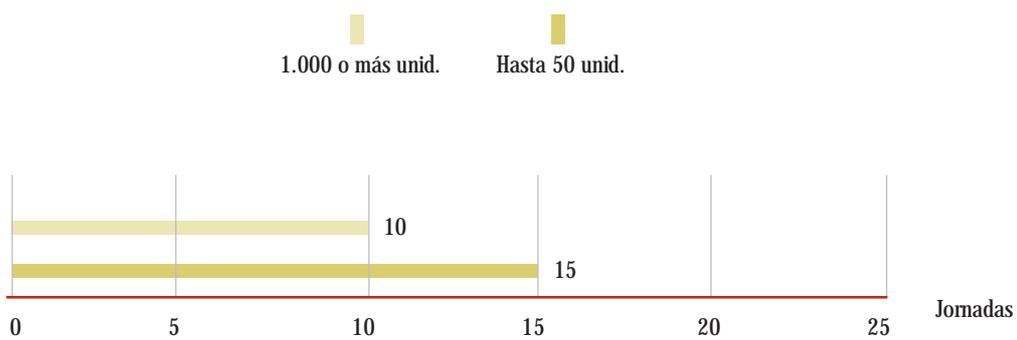
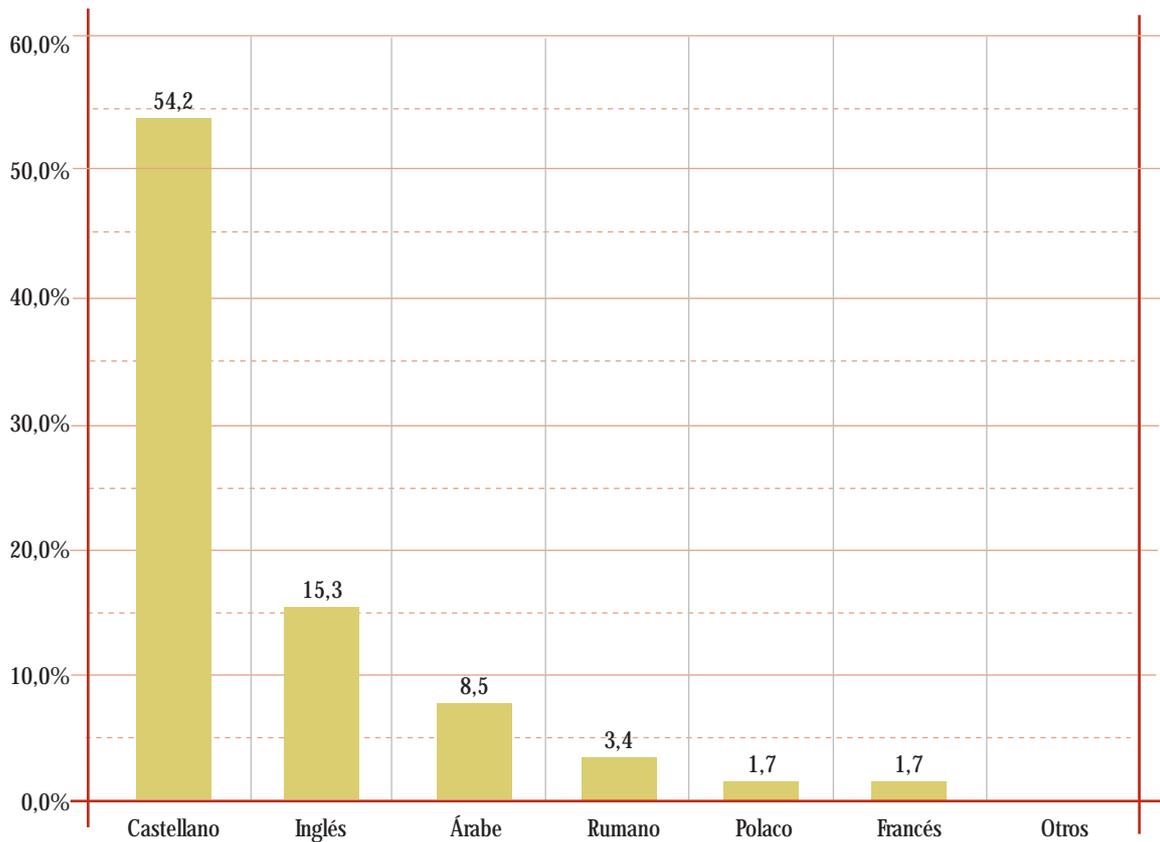




Gráfico 70 Idiomas empleados en las publicaciones asociadas a las jornadas.



Respecto a las publicaciones que pudieran estar relacionadas con las jornadas, en el 62,7% de ellas se menciona, siendo la tirada tan diversa que la media de 725 unidades no explica la realidad (gráficos 68 y 69) en la que el 40,51% (15 actuaciones) no excede de 50 unidades y un 27,0% (10 casos) cuenta con 1.000 o más. Del conjunto de jornadas, el 15,0% no menciona el idioma en el que se realiza la publicación, el resto indica, principalmente el castellano (54,2%), siendo bastante minoritaria la edición en otros idiomas, entre los que destaca el inglés (15,3%) y el árabe (8,5%).



Gráfico 71 Jornadas con publicidad en los medios de comunicación.

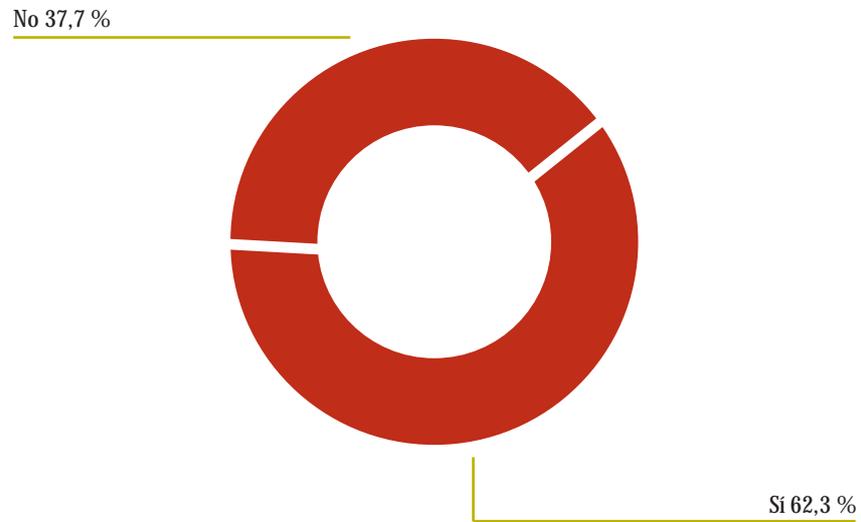


Gráfico 72 Distribución provincial de las jornadas publicitadas.

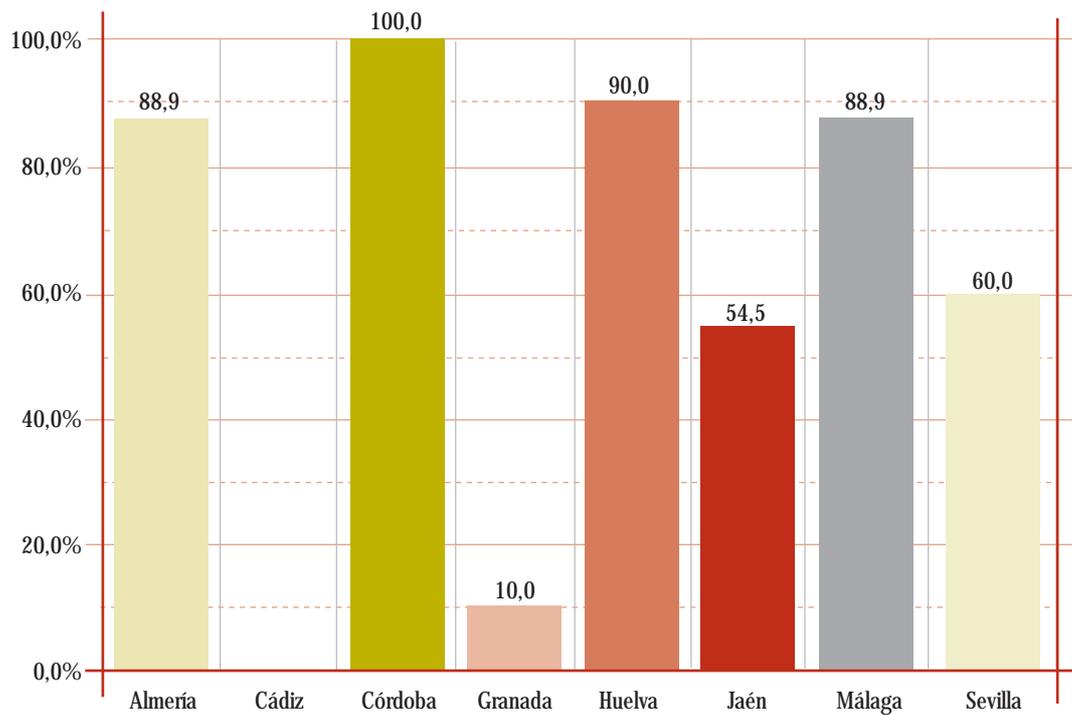
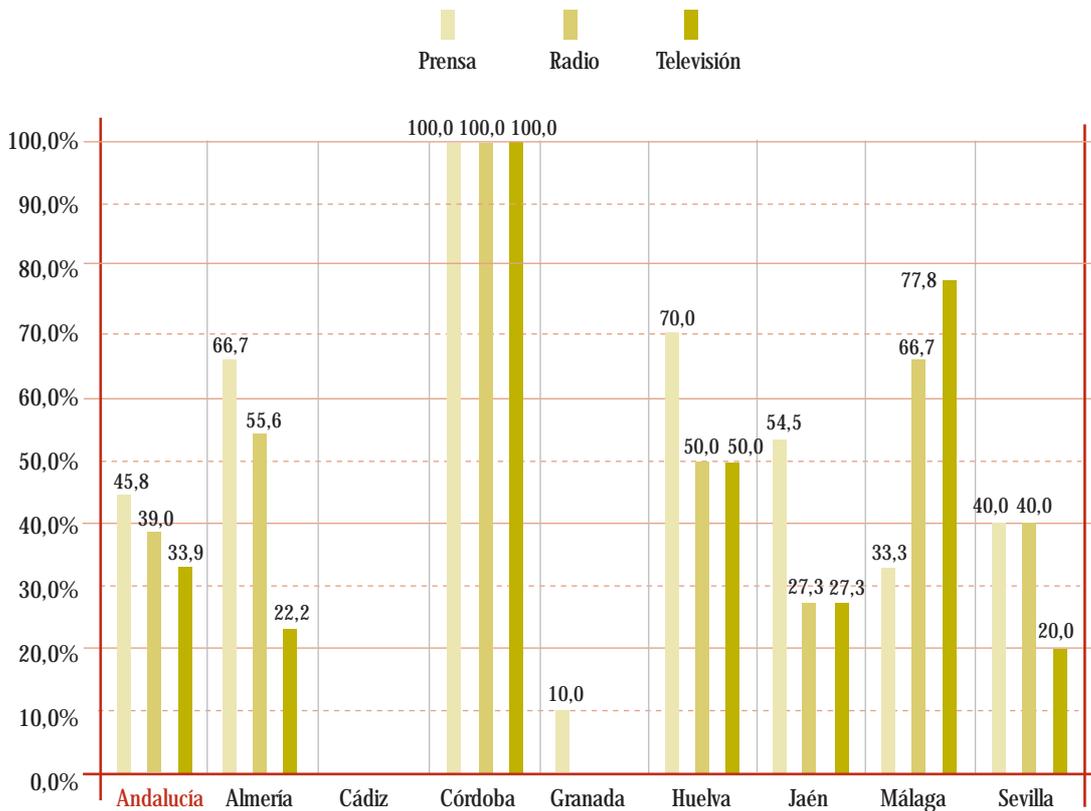




Gráfico 73 Medios de comunicación empleados en la publicidad de las jornadas.



Sobre los medios publicitarios empleados, se ha detectado que el 62,3% de las actuaciones han recibido apoyo publicitario en alguno de los medios sugeridos, siendo frecuente el empleo de dos (22,0%) o tres vías (16,9%) simultáneas. Así, la prensa ha sido empleada casi en la mitad de las actuaciones (45,8%), la radio lo ha sido en el 39,0% de los casos y la televisión en el 33,9% (gráficos 71 y 73).

Un análisis provincial, en el que no se comentan los resultados de Cádiz, Córdoba y Sevilla dado su escasísima presencia en este tipo de actividades, refleja como las provincias de Almería, Huelva y Málaga han hecho publicidad de casi todas sus jornadas (90%), frente a Granada que sólo lo ha indicado en el 10,0%. Si se extiende este análisis a los distintos medios empleados, se debe reflejar lo siguiente (gráfico 72):

- La prensa tiene bastante peso (55% - 70%) en tres de las cinco provincias comentadas (Almería, Huelva y Jaén). En Granada sólo se menciona en el 10% de las actividades pero es el único medio que se cita con publicidad y en Málaga (33,3%) es el menos utilizado.
- La radio también tiene fuerte implantación como vía de publicidad sobre las jornadas en Málaga (66,7%), Almería (55,6%) y Huelva (50,0%), quedando Jaén en un nivel inferior (27,3%).
- Finalmente, la televisión ha intervenido en el 77,8% de las actuaciones de Málaga y en el 50,0% de Huelva, siendo mucho menor su participación en Almería y Jaén.



Sobre el idioma empleado en la publicidad, sólo cabe añadir un pequeño comentario ya que, en todos los casos en los que se ha indicado se ha empleado el castellano, excepto en uno en el que se menciona el árabe. Un análisis de la publicidad respecto al tamaño de población y el número de inmigrantes refleja, también, algunas diferencias de las que se destacan (gráficos 74 y 75):

- Se aprecia como el uso de la publicidad es escaso en los municipios que no superan los 5.000 habitantes ya que sólo el 33,3% de las actuaciones han tenido publicidad, siendo reducida la presencia en los tres medios (entre un 8,3% y un 16,7%).
- En una situación intermedia se ubican las localidades que cuentan entre 5.001 y 10.000 personas, donde el 50,0% de las actuaciones ha recibido publicidad con un peso similar en los tres medios (25,0% - 33,3%).
- En las localidades de 10.001 a 50.000 personas en torno al 70% de las jornadas han obtenido publicidad en los medios, predominando la prensa (56% - 58%) y la radio en el ámbito de 10.001 a 20.000 residentes (47,4%).
- Finalmente el 100% de las ciudades de mayor tamaño han hecho publicidad y, casi siempre, en los tres medios: prensa (85,7%), radio (71,4%) y televisión (100,0%).

Gráfico 74 Jornadas. Publicidad en los medios de comunicación según el tamaño de la población.

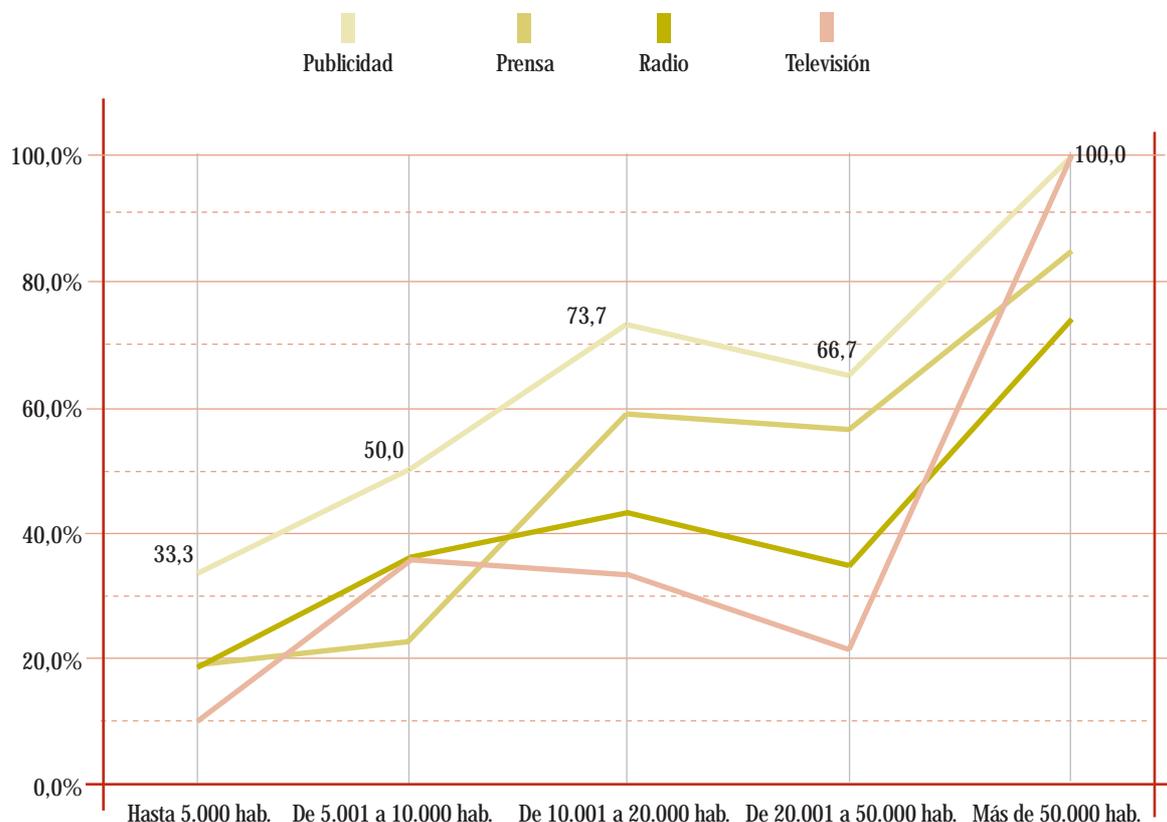
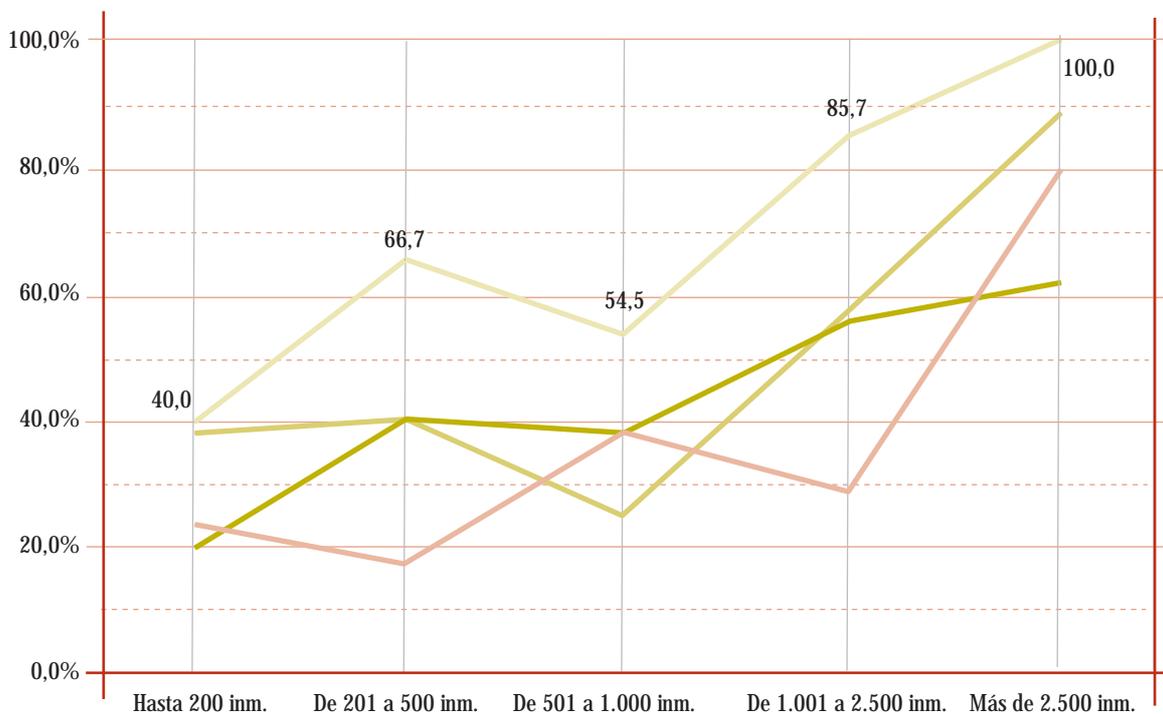




Gráfico 75 Publicidad en los medios de comunicación según el número de inmigrantes.



- En cuanto al número de inmigrantes, se observa una tendencia similar pero de manera algo más errática:
 - En los municipios que superan los 200 inmigrantes, sólo hay publicidad del 40% de las jornadas, siendo la prensa la más utilizada (35%).
 - Entre 201 y 1.000, alrededor del 60% de las actuaciones han contado con respaldo en los medios con predominio de la prensa y la radio (41,7%) en el tramo de 201 a 500 personas inmigrantes y de la radio y la televisión (36,4%) para el tramo con mayor población inmigrante.
 - El 85,7% de los municipios con 1.001 a 2.500 ha hecho publicidad, especialmente en prensa y radio (57,1%, en ambos casos).
 - Finalmente todas las jornadas celebradas en localidades con más de 2.500 inmigrantes han contado con publicidad predominando la prensa (88,9%) y la televisión (77,8%).



3.7 | Servicios de información

Gráfico 76 Porcentaje de municipios que desarrollan servicios de información.

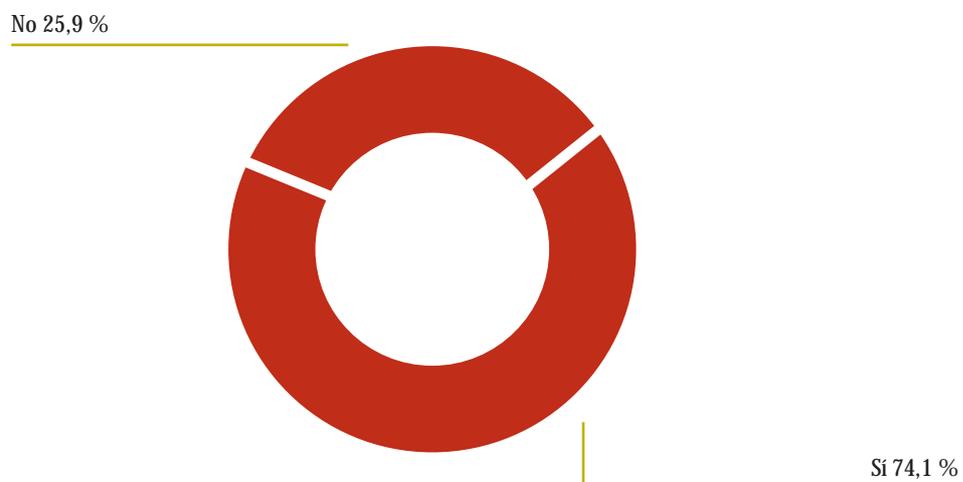


Gráfico 77 Distribución provincial de los municipios que han organizado servicios de información.

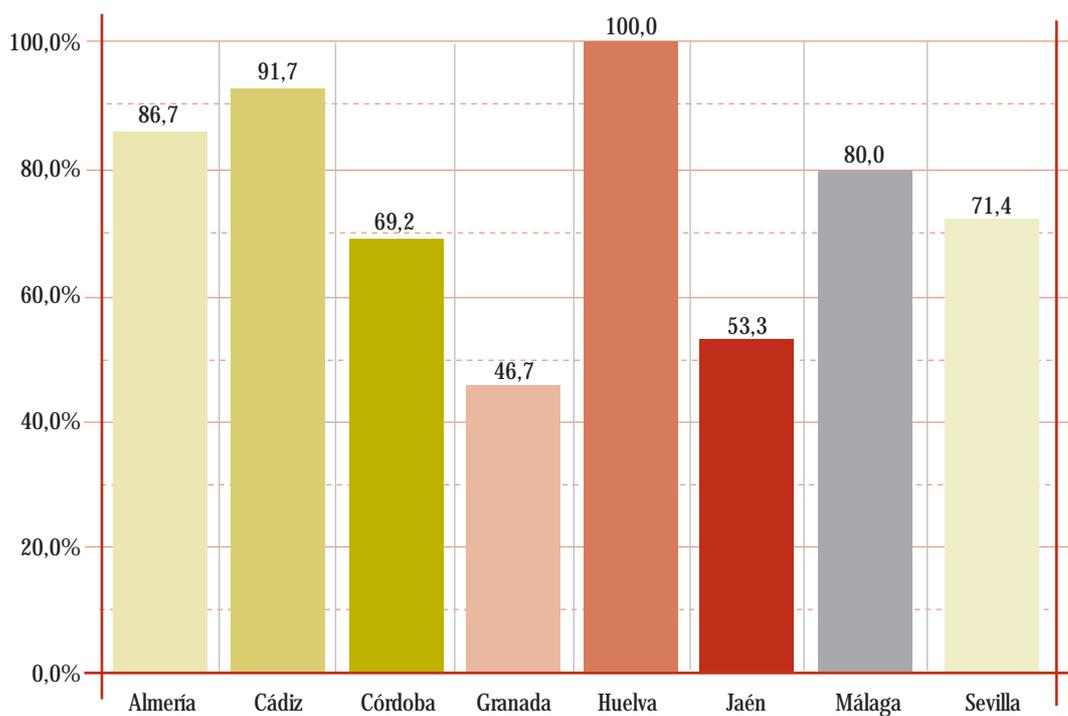




Gráfico 78 Distribución del número de servicios de información según la provincia.

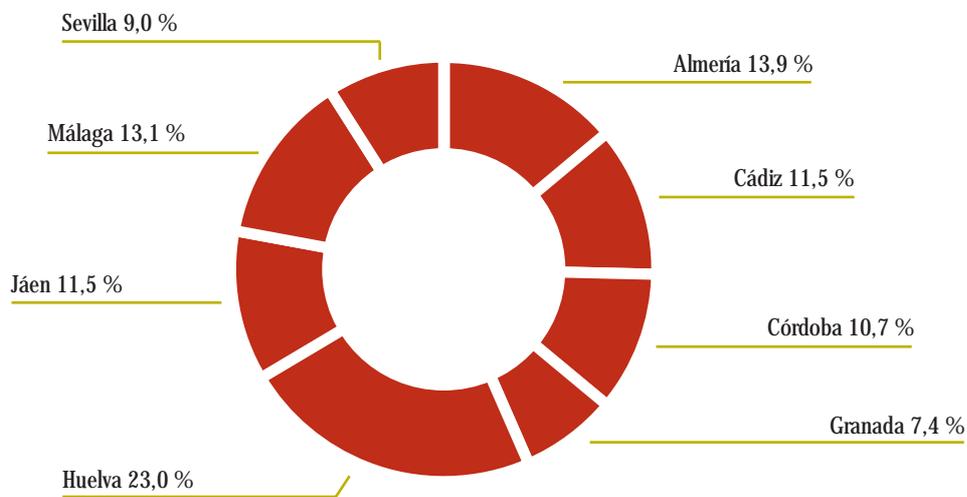
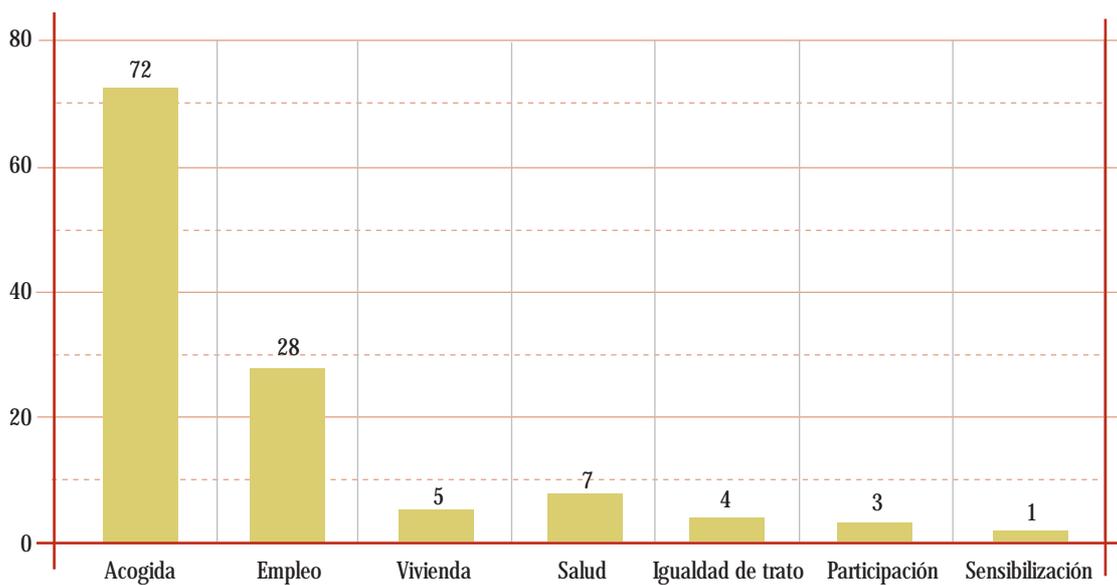


Gráfico 79 Distribución del número de servicios de información según el eje.





Un total de 83 municipios (el 74,1% de los 112 participantes en el Fondo) han montado o potenciado 122 servicios de información en diversos ámbitos (laboral, acogida, vivienda o salud), bien de forma integral o sectorial, detectando importantes diferencias en el nivel de ejecución municipal según la provincia, donde destaca Huelva (con el 100,0% de sus municipios) y Cádiz (91,7%) frente a la menor incidencia reflejada en Granada (46,7%) y Jaén (53,3%). Si se considera el número de actuaciones, la situación cambia sustancialmente y, si bien Huelva aglutina casi la cuarta parte de estos servicios de información (23,0%), el resto se mueve en unas cifras más similares con cinco provincias entre el 11% y el 14% y sólo Sevilla (9,0%) y, especialmente, Granada (7,4%) quedan por debajo del 10% (gráficos 76 - 78).

Se observa como el 60,0% de estas actuaciones se integran en el eje de Acogida, teniendo también peso el eje de Empleo (23,3%). El resto de ejes de intervención figuran de modo residual ya que aglutinan sólo el 16,7%, principalmente Salud y Vivienda (gráfico 79). Esta distribución es similar en los distintos ámbitos provinciales, siendo en todas las provincias los ejes de Acogida y Empleo los más mencionados con el mismo orden de importancia. Respecto al tamaño poblacional o el número de personas inmigrantes, debe decirse que las diferencias no son relevantes, aunque se observen algunas tendencias (tabla 20):

- El porcentaje de los municipios de menor tamaño que organizan estas actuaciones (50,0%) es inferior al resto de ámbitos (74% - 81%), situación que se traslada al número de actividades. También se aprecia una tendencia a un mayor peso del eje de Acogida cuanto mayor es el tamaño de población (30,0% en municipios que no superan los 5.000 habitantes y 77,3% en las ciudades de mayor tamaño) y, paralelamente, una disminución del peso del resto de ejes, en particular del de Empleo (del 40,0% al 13,6%).
- Del mismo modo, las localidades con menor número de personas inmigrantes (hasta 200) son las que en menos ocasiones han montado un servicio de información (57,9%), dato inferior al resto que se mueve en un rango mucho más amplio que el detectado para el tamaño poblacional (67% - 86%).

Tabla 20 Distribución de los servicios de información según el tamaño de la población y el número de inmigrantes.

Tamaño de la población / Número de inmigrantes	Resumen de actividades			
	Municipios		Actividades	
	Nº	% ¹	Nº	% ²
Hasta 5.000 habitantes	5	50,0	10	8,2
De 5.001 a 10.000 habitantes	17	81,0	32	26,2
De 10.001 a 20.000 habitantes	20	74,1	28	23,0
De 20.001 a 50.000 habitantes	22	75,9	30	24,6
Más de 50.000 habitantes	19	76,0	22	18,0
Hasta 200 inmigrantes	11	57,9	19	15,6
De 201 a 500 inmigrantes	18	66,7	30	24,6
De 501 a 1.000 inmigrantes	21	80,8	33	27,0
De 1.001 a 2.500 inmigrantes	18	85,7	23	18,9
Más de 2.500 inmigrantes	15	78,9	17	13,9

(1) Porcentaje respecto a los municipios de cada ámbito.

(2) Porcentaje respecto al total de actividades.



Debe decirse que, a diferencia de otras actuaciones, la inmensa mayoría ha indicado las nacionalidades a las que se dirigen estos servicios y sólo un 11,5% no lo ha hecho. Restringiendo el estudio a los que aportan el dato, se observa una importante diversidad y la mención, lógica, de varios países destinatarios (el 66,4% menciona dos o tres) como los más relevantes.

Así, más de la mitad de los servicios atienden de manera destacada a la población marroquí (59,0%), siendo también importantes las menciones a Rumanía (42,6%), todo ello, acorde con la presencia predominante de estos colectivos entre la población inmigrante. Los otros países ya tienen una presencia inferior (entre el 15,6% de Bolivia y el 10,7% de Argentina). Llama la atención el 9,0% que también menciona a la población de acogida, aunque este porcentaje es muy inferior al detectado en otras actuaciones. Finalmente, un 47,5% menciona otros países destinatarios, incluyendo a algunos de Europa, especialmente de Europa del Este (sobre todo Polonia), otros de Sudamérica y algunos de África (Senegal, tiene más peso) y Asia (tabla 21).

Motril, Granada. “Foro permanente de la Mesa para la Inmigración”

Desde esta corporación local se ha creado la mesa por la inmigración en la que participan diversos organismos, entidades y asociaciones permitiendo el desarrollo de actividades en los diferentes ejes del Plan de Acción.

La perspectiva de este municipio considera que tanto las ONG, asociaciones, colegios y el centro de servicios sociales pueden ser un puente para que la población y las familias inmigrantes inicien su proceso de inclusión social.

Del mismo modo que el movimiento asociativo puede ser considerado como un espacio de promoción de la interculturalidad, la administración, sus recursos y servicios deben promocionar una gestión intercultural dentro de su seno, que implique una perspectiva holística, ya que afecta a todos los ámbitos municipales.

Esta tabla permite ver la importancia de cada nacionalidad, de manera que la población marroquí (26,2%) y la rumana (21,3%) son las mencionadas en primer lugar en un número importante de actuaciones.

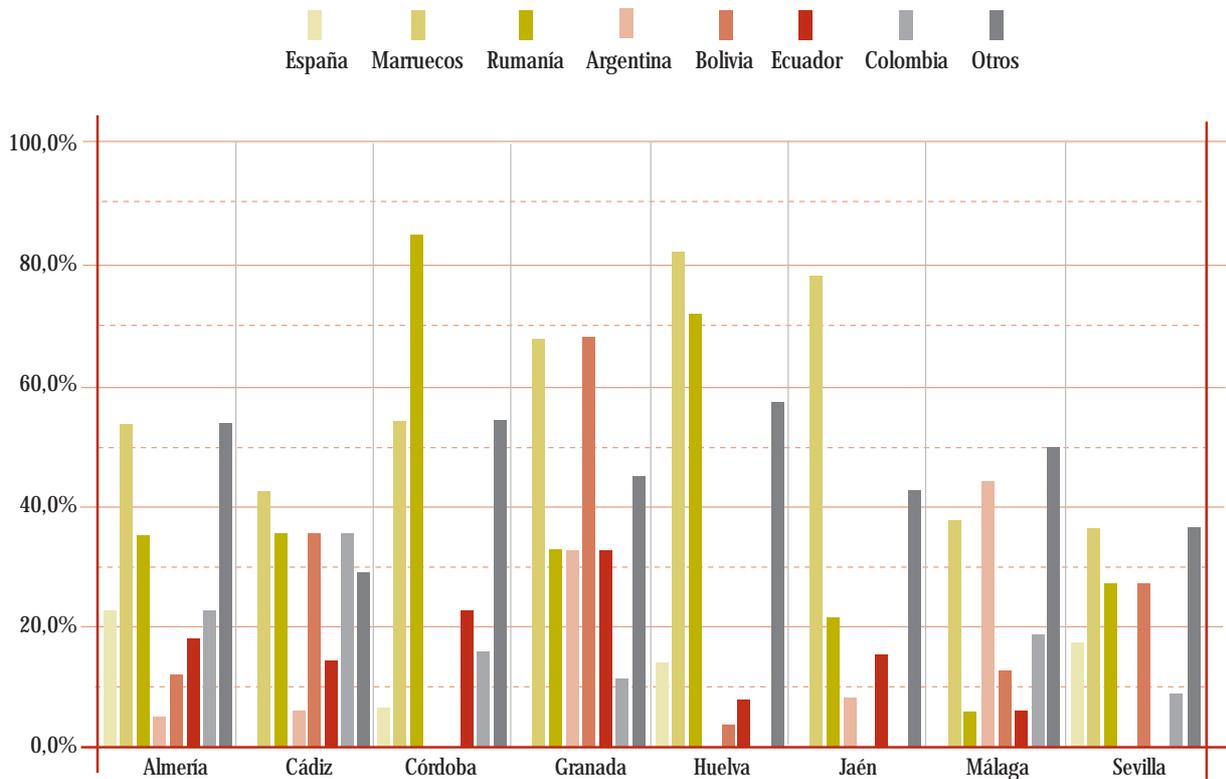


Tabla 21 Países de origen de los colectivos destinatarios de los servicios de información.

Países	Porcentaje de actuaciones según el país de origen del colectivo destinatario				
	Total	Según orden de mención			
		1º	2º	3º	Otro
Marruecos	59,0	26,2	27,9	0,8	4,1
Rumania	42,6	21,3	9,8	8,2	3,3
Bolivia	15,6	9,8	3,3	0,0	2,5
Ecuador	13,1	3,3	2,5	5,7	1,6
Colombia	13,1	0,8	6,6	4,1	1,6
Argentina	10,7	4,1	3,3	0,0	3,3
España	9,0	6,6	0,8	1,6	0,0
Otros	47,5	12,3	17,2	16,4	1,6

Un análisis provincial de esta información permite resaltar las siguientes cuestiones (gráfico 80):

Gráfico 80 Países de origen de los colectivos destinatarios de los servicios de información según la provincia.





Marruecos es el país más mencionado en seis provincias, excepto en Córdoba (a pesar de haber sido indicado en el 53,8% de las actuaciones) y Málaga (37,5%).

- En Almería, los países preferentes son Marruecos (52,9%) y Rumanía (35,5%).
- En Cádiz destaca Marruecos (42,9%) y Rumanía, Bolivia y Colombia con igual representación (35,7%).
- En Córdoba tienen como principales nacionalidades de destino Rumanía (84,9%) y la ya citada Marruecos.
- Granada dirige este tipo de actuaciones a marroquíes (66,7%) y nacionales de Bolivia (66,7%).
- Huelva tiene un claro destinatario en la población marroquí (82,1%) y rumana (71,4%).
- Jaén se centra en la población de Marruecos (78,6%).
- En Málaga tienen más peso el colectivo argentino (43,8%).
- Sevilla dirige sus esfuerzos a Marruecos (36,4%), Rumanía (36,4%) y Bolivia (36,4%).

Moguer, Huelva. “Servicio Municipal de Inmigración”

Existe una estrecha vinculación entre el municipio y la inmigración por su participación en el sector agrícola. La labor del ayuntamiento se canaliza a través del Servicio Municipal de Inmigración, que se concibe como un servicio especializado pero no específico. Dicho servicio tiene tres objetivos determinados:

1. Mejorar la calidad de vida de las personas migrantes, especialmente en el ámbito del empleo y la vivienda.
2. Actuar como servicio de información.
3. Colaborar con el resto de los departamentos municipales de manera coordinada.

La idoneidad de poner en marcha servicios especializados para la población inmigrante en el ámbito municipal, surge como consideración común de la gestión municipal del fenómeno migratorio.

La mayoría de las opiniones muestran que estas tareas deben llevarse a cabo a través de servicios integrales o de modelos mixtos.

La media de personas atendidas por cada servicio de información es de 694 personas, dato que debe tomarse con reservas, como en el resto de actuaciones, debido tanto al 30,3% de omisiones como a la enorme heterogeneidad de las cifras que hacen poco relevante una media que, si se obvian las cinco actuaciones más numerosas (por encima de 2.500 casos), baja hasta 397 personas atendidas. Una vez excluidas las omisiones, se considera más interesante indicar que el 49,4% de los servicios de información no han atendido a más de 125 personas. En sentido contrario, el 30,6% de los centros han recibido más de 500 visitas. Esta variabilidad hace que las diferencias encontradas en la media de personas atendidas respecto a las variables de clasificación no se consideren por motivos similares a los expuestos en anteriores actuaciones.



Si se analiza la tasa de feminidad, excluido el 30% de omisiones, debe decirse que se produce una situación de paridad ya que la media estimada de mujeres es del 50,5%. Ésta es más elevada en las actuaciones de Sevilla (73,5%), Cádiz (72,5%) y Málaga (67,2%) frente a Jaén (36,1%), Almería (41,6%) y Córdoba (41,6%).

El apartado se cierra con diversos aspectos relacionados con el lugar de la prestación de la actuación y su temporalidad. En cuanto a la primera de las cuestiones, los Centros de Servicios Sociales Comunitarios (CSSC) se configuran como las entidades que, preferentemente, se encargan de esta actividad lo que ocurre en el 51,4% de las mismas. De modo complementario, es el propio ayuntamiento de manera directa el encargado de llevar a cabo la actuación (34,4%), desde diversos departamentos en función de su organigrama y de la dimensión de la entidad.

Gráfico 81 Ubicación de los servicios de información.

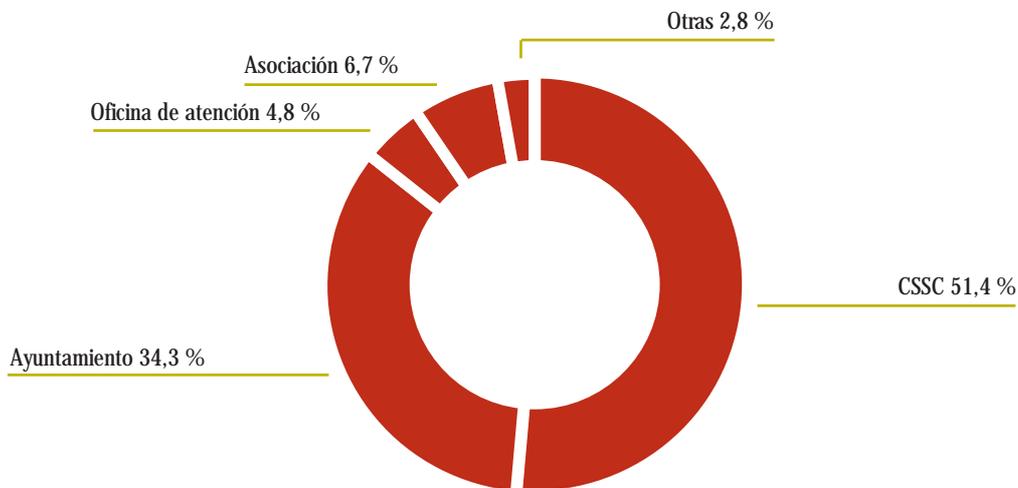




Gráfico 82 Distribución provincial de los servicios de información.

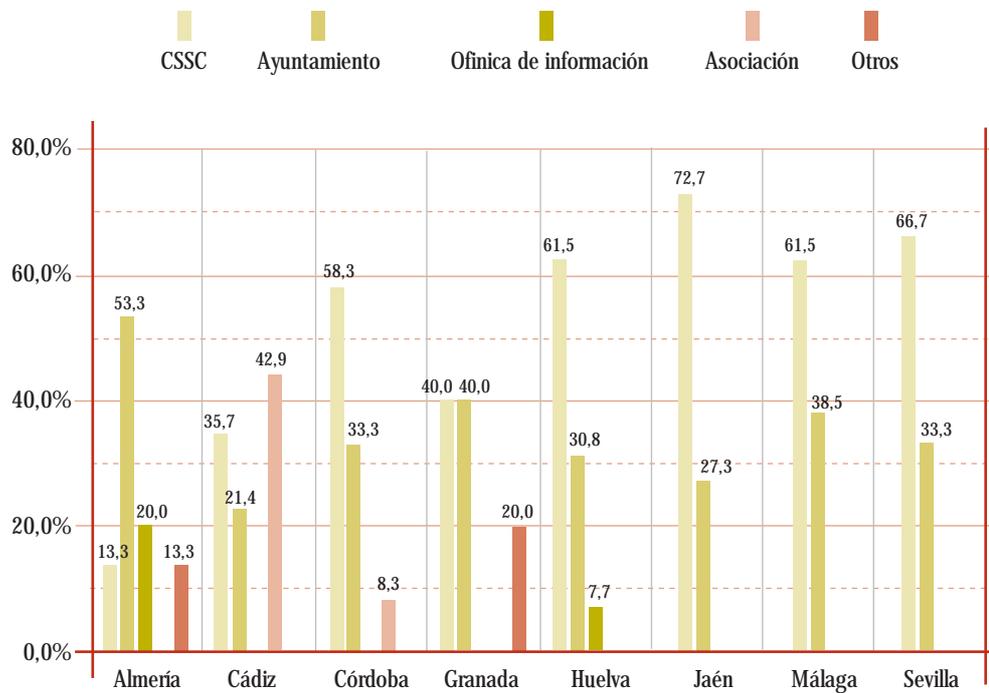
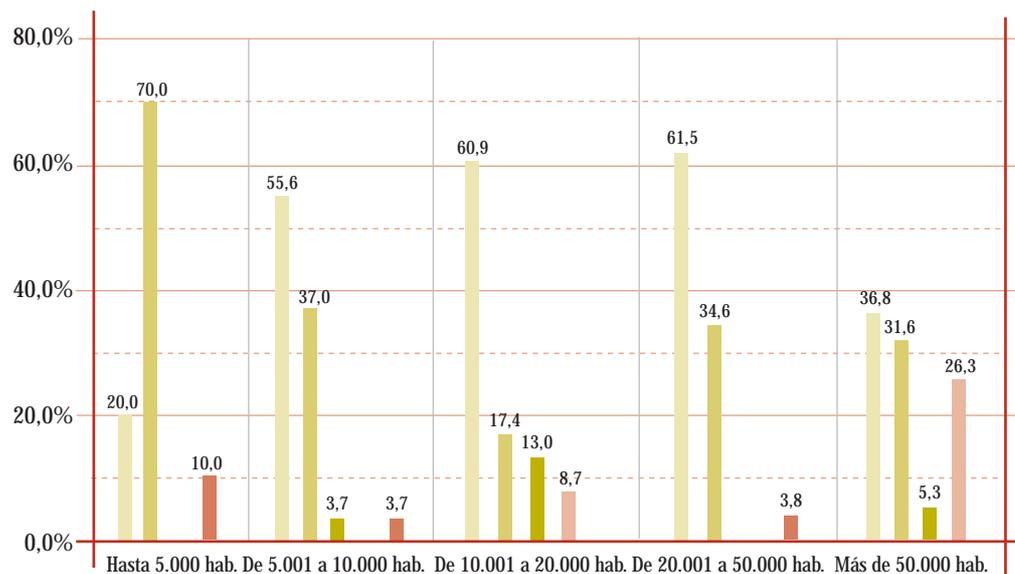


Gráfico 83 Distribución de los servicios de información en función del número de inmigrantes de la localidad.





Se ha querido constatar la gestión de estos fondos desde unas “oficinas de atención al inmigrante” mencionadas por el 4,8% y el trabajo de algunas asociaciones sin ánimo de lucro encargadas en el 6,7% de las ocasiones. El 2,8% restante son menciones no identificables con una entidad determinada y se refieren principalmente a direcciones o lugares (gráfico 81).

Un desglose según las variables de clasificación, muestra que el número de personas inmigrantes no incide de manera relevante en la distribución ya analizada, pero sí lo hace el ámbito provincial y el tamaño de la población, debiendo resaltar respecto a las provincias (gráfico 82):

- Los CSSC tienen muy poco peso en Almería (13,3%) y, en menor medida, en Cádiz (35,7%) y Granada (40,0%). Frente a las demás provincias.
- El ayuntamiento es el lugar más empleado en Almería (53,3%) y donde se ha utilizado menos es en Cádiz (21,4%).
- Las oficinas de atención sólo se han creado en Almería y Huelva.
- El trabajo desde asociaciones ha sido exclusivo en Cádiz (42,9%), donde ha constituido la principal ubicación y en Granada (con poco peso).

Si se analiza el tamaño de la población (gráfico 83)

- Los CSSC tienen poca implantación como lugar de prestación de servicios de información en los municipios de menor tamaño (20,0%) y en las grandes ciudades (36,8%).
- En sentido contrario, el ayuntamiento es la ubicación elegida por las localidades que no superan los 5.000 habitantes (70,0%).
- Las poblaciones con más de 50.000 habitantes son las que optan en mayor medida por la participación de asociaciones en la gestión de estas actuaciones (26,3%).

Por último, el apartado se cierra con unas notas sobre la duración y frecuencia del servicio. Debe decirse que respecto a la duración, sólo hay un 9,8% de omisiones y que el 66,5% de los datos indicados denotan un servicio estable de duración anual y sólo el 10,9% son acciones puntuales que no exceden de los dos meses, de hecho la media de duración se acerca a los 10 meses. En cuanto a la frecuencia, es un dato con un nivel superior de omisiones (21,3%), pero que cuando figura, denota una apuesta por la solidez y permanencia ya que el 74,0% es un servicio que funciona de lunes a viernes, porcentaje que incluye una pequeña cifra (2,1%) de corporaciones que indican que el servicio se hace de lunes a domingo. De hecho en muchos casos se ha indicado “todos los días”, lo que se ha entendido como los cinco días laborables habituales en la administración salvo que expresamente se hayan mencionado los siete. Para el resto, lo más habitual es prestar el servicio dos días a la semana (14,6%).



Albuñol, Granada. “Servicios Sociales”

Desde los Servicios Sociales se ofrece información a las personas extranjeras sobre la solicitud de documentación, permisos de residencia y trabajo, reagrupación familiar; así como sobre los trámites necesarios para empadronarse u obtener certificados de residencia o convivencia o sobre la política de reagrupamiento familiar.

Asimismo se han gestionado diversos cursos, la celebración del Día de la Mujer y de un carnaval intercultural, el intercambio con la ciudad de Alhucemas, la participación en el equipo de intervención social de la Diputación de Granada, la realización de jornadas formativas, jornadas gastronómicas y la participación en la 3ª Edición de los premios del progreso y de las migraciones.

La apuesta por un modelo de gestión desde los servicios sociales, permite incorporar su “saber hacer” en la estrategia de inmigración. Por otro lado, está permitiendo analizar y mejorar las debilidades y atajar las amenazas que sobre la gestión de los servicios sociales se estaban dando en los últimos años.



3.8 | Actividades relacionadas con el alojamiento

Gráfico 84 Porcentaje de municipios que desarrollan actividades para el alojamiento.

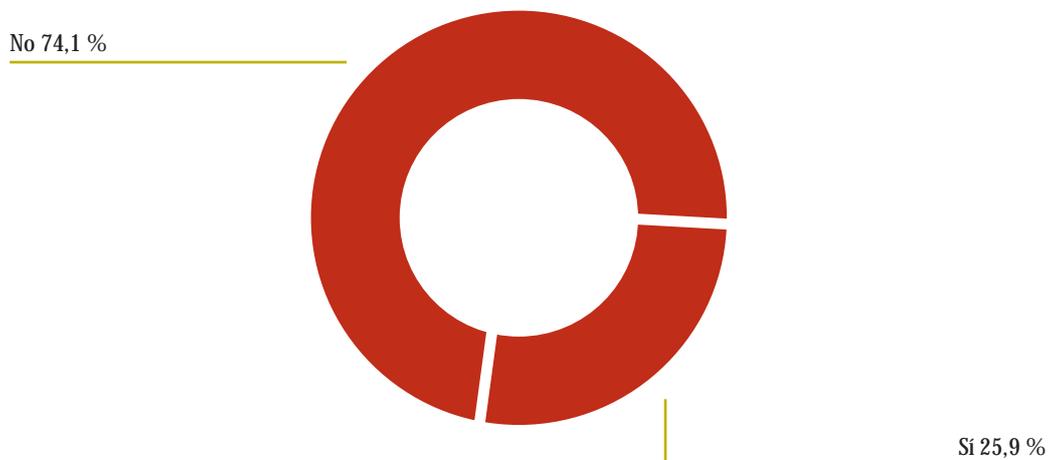


Gráfico 85 Distribución provincial de los municipios que han diseñado actividades relacionadas con el alojamiento.

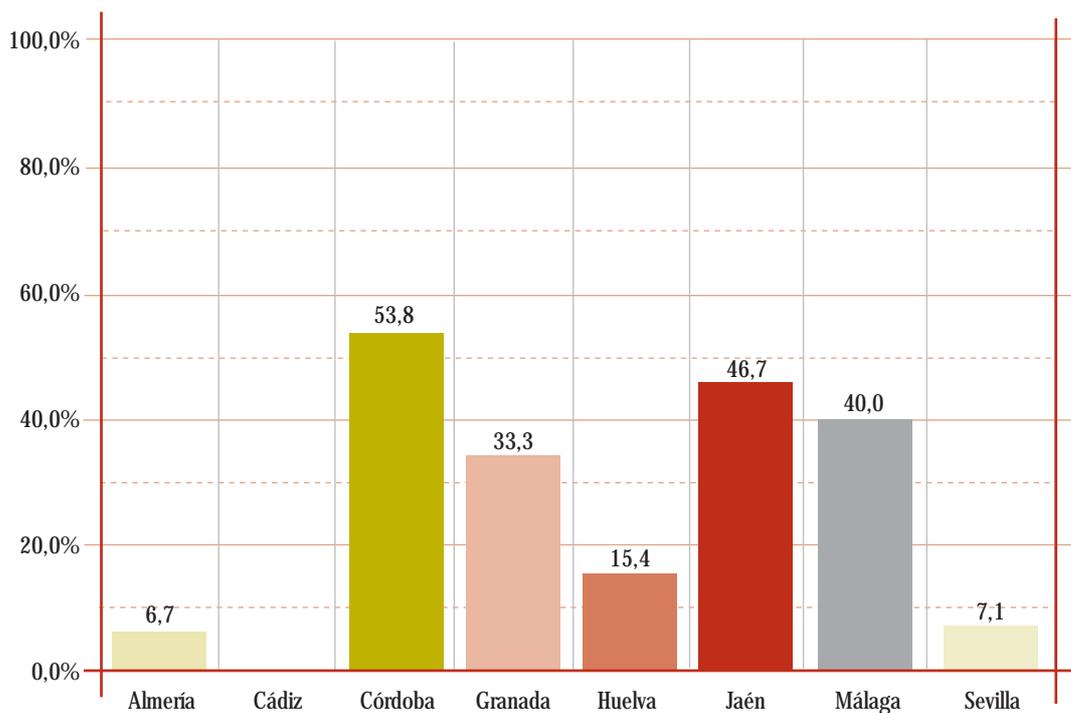




Gráfico 86 Distribución del número de actividades para el alojamiento según la provincia.

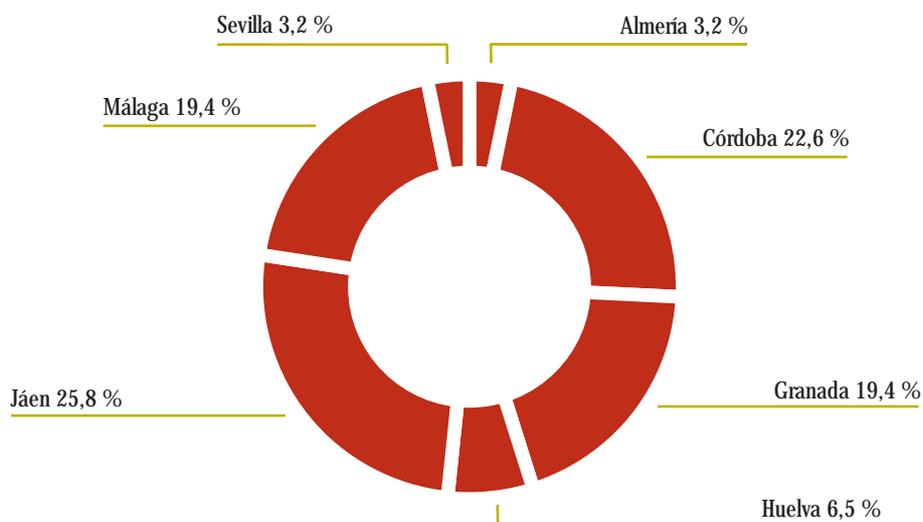
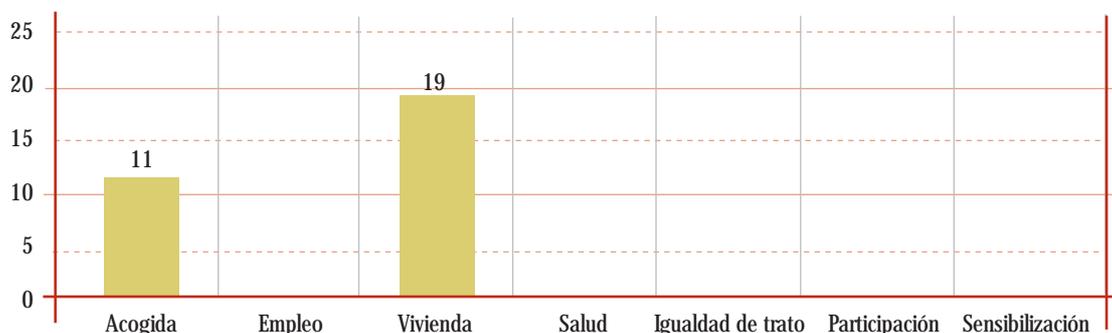


Gráfico 87 Distribución del número de actividades para el alojamiento según el eje (valores absolutos).



Las actividades relacionadas con el alojamiento constituyen uno de los grupos más reducidos dentro del conjunto de actuaciones analizadas, de manera que sólo 29 municipios (el 25,9% de los 112 participantes en el Fondo) han ejecutado un total de 31 actividades. Los municipios que realizan estas actividades tienen un reparto muy desigual en el ámbito provincial por lo que hay cuatro provincias donde su presencia es muy reducida o inexistente (Almería, Cádiz, Huelva y Sevilla) y otras cuatro en las que ha sido una actuación bastante frecuente, participando entre el 33,3% y el 53,8% de las localidades. Obviamente, esto condiciona la distribución de las 31 actividades en cada provincia con un reparto similar (entre el 19,4% y el 25,8% de las acciones) para las provincias de Córdoba, Granada, Jaén y Málaga y una escasísima participación de las demás que en conjunto no llegan ni al 13%. Debido al carácter tan concreto de esta actividad y a diferencia de otras ocasiones, aquí todas las acciones se integran en dos ejes, el de Vivienda que concentra el 63,3% de las actuaciones y el de Acogida con el 36,7% (gráficos 84 - 87).

Respecto al tamaño poblacional, la situación es tan errática como la detectada en el ámbito provincial; los índices más bajos se detectan en los municipios con 5.001 a 10.000 personas y los de más de 50.000, donde participan menos del 15% de los ayuntamientos, en contraposición al resto de ámbitos poblacionales cuyo nivel de participación está entre el 30% y el 40%.



En cuanto al número de inmigrantes, se observa un descenso de la participación municipal en las actuaciones para el alojamiento en las localidades que cuentan con más de 1.000 personas inmigrantes, participando sólo 7 municipios, frente a los 22 que intervienen en este campo y que tienen censados menos inmigrantes (tabla 22).

Tabla 22 Distribución de las actividades relacionadas con el alojamiento según el tamaño de la población y el número de inmigrantes.

Tamaño de la población / Número de inmigrantes	Resumen de actividades			
	Municipios		Actividades	
	Nº	% ¹	Nº	% ²
Hasta 5.000 habitantes	4	40,0	5	16,1
De 5.001 a 10.000 habitantes	3	14,3	4	12,9
De 10.001 a 20.000 habitantes	8	29,6	8	25,8
De 20.001 a 50.000 habitantes	11	37,9	11	35,5
Más de 50.000 habitantes	3	12,0	3	9,7
Hasta 200 inmigrantes	7	36,8	9	29,0
De 201 a 500 inmigrantes	7	25,9	7	22,6
De 501 a 1.000 inmigrantes	8	30,8	8	25,8
De 1.001 a 2.500 inmigrantes	3	14,3	3	9,7
Más de 2.500 inmigrantes	4	21,1	4	12,9

(1) Porcentaje respecto a los municipios de cada ámbito.

(2) Porcentaje respecto al total de actividades.

Hecha esta presentación y dado que sólo hay 31 actividades en 29 municipios, se ha tomado la decisión de no cruzar los datos dado que las diferencias que pudieran detectarse vendrían provocadas por la escasa información en cada categoría más que por una tendencia real (si se observa la tabla 22 y el gráfico 87 se verá que hay muchas categorías casi vacías).

Jerez, Cádiz. “Oficina de inmigración”

La población inmigrante respecto a la total supone tan sólo un 1,61% siendo Argentina, Bolivia, Colombia y Marruecos los principales países de origen.

La oficina de inmigración creada tiene varias líneas de trabajo, las más destacadas son la formación del personal municipal para que la atención al inmigrante sea más eficaz; la edición de un Manual de buenas prácticas y el Programa de vivienda, mediante el desarrollo de la Agencia del Alquiler.

Este programa, que está dirigido principalmente al colectivo inmigrante trabajador, consiste en mediar entre el arrendatario y el arrendador de la vivienda para su posterior alquiler, haciendo un seguimiento tanto del precio del alquiler, como de los inquilinos, durante un año. Para facilitar la transacción, el Ayuntamiento paga un seguro de responsabilidad.



Continuando con el análisis de los datos globales, un estudio de la nacionalidad de las personas informadas, cumplimentado en casi todas las actuaciones (sólo un 3,2% de omisiones) refleja que más de la mitad de las actuaciones relacionadas con el alojamiento se han dirigido de manera preferente a la población marroquí (51,6%, mencionada como la nacionalidad más destacada por el 32,3%) o rumana (45,2%), lo que está de acuerdo con su peso poblacional dentro de la inmigración. El resto de países destacados tienen escasa presencia (entre el 12,9% de Bolivia y el 6,5% de Colombia). Debe mencionarse el 6,5% que indica la población de acogida, aunque su presencia sea reducida e inferior a la observada en otras actuaciones. Por último, un 45,2% menciona otros países destinatarios de forma muy dispersa, principalmente de Europa (sobre todo países del Este) y Sudamérica (tabla 23).

Tabla 23 Países de origen de los colectivos destinatarios de las actividades relacionadas con el alojamiento.

Países	Porcentaje de actuaciones según el país de origen del colectivo destinatario				
	Total	Según orden de mención			
		1º	2º	3º	Otro
Marruecos	51,6	32,3	6,5	9,7	3,1
Rumanía	45,2	19,4	16,1	6,5	3,2
Bolivia	12,9	3,2	6,5	0,0	3,2
Argentina	12,9	0,0	6,5	3,2	3,2
Ecuador	9,7	0,0	3,2	0,0	6,5
Colombia	6,5	0,0	0,0	3,2	3,3
España	6,5	0,0	0,0	0,0	6,5
Otros	45,2	6,5	19,4	16,1	3,2

La media de personas informadas es de 345, debiendo tener en cuenta que hay un 32,3% que no aporta el dato y que hay una enorme variabilidad que hace que el 52,4% de las actuaciones no supere los 50 casos y un 14,3% indique más de 600. Si se excluyeran las tres actuaciones más numerosas la media sería de 170 personas informadas. Las acciones, con un perfil más masculino (la tasa media de feminidad es del 35,1%), en el 70,6% de las ocasiones han durado todo el año, siendo puntuales en el 29,4% restante (de uno o dos meses).

Una vez establecida la situación respecto a las personas informadas, el aspecto crucial de esta prestación es la percepción de ayudas; en este sentido, debe decirse que los datos son más pobres y sólo hay información de la mitad de los registros, encontrando una media de 160 personas o familias perceptoras, debiendo aportar que en un 33,3% de los casos no se llega a los 25 casos y en otro 33,3% se excede de 165, siendo la tasa de feminidad prácticamente igual a la comentada en el colectivo de personas informadas. Respecto a la nacionalidad de origen, el 38,7% de los municipios menciona la marroquí y el 29,0% la rumana, el resto de los países destacados tienen menos peso (entre el 9,7% y el 3,2%) y las citas de otras naciones son muy heterogéneas.

Finalmente un 51,5% menciona familias alojadas, aunque la información cuantitativa es muy pobre, por lo que sólo se hará referencia al tipo de alojamiento detectado sin cuantificarlo. Así, en ningún caso se han empleado viviendas municipales, un 35,5% de las actuaciones ha utilizado alojamientos privados, un 9,7% albergues y otro 9,7% otras figuras no especificadas.



Cartaya, Huelva. “Contratación en origen”.

Con una población de 18.000 habitantes el 18% son personas inmigrantes que trabajan principalmente en la agricultura.

Los principales aspectos sobre los que se trabaja desde el ayuntamiento están relacionados con la vivienda (alojamiento caro y escaso, fenómeno de cama caliente e infravivienda), la acogida de la población inmigrante, conatos racistas, la falta de documentación de algunas personas y, por tanto, la imposibilidad para trabajar, etc. Ante esta situación, se apuesta por la regularización, sensibilizando a la población y haciéndoles ver que la inmigración es el motor de la economía. Los objetivos de la oficina del inmigrante son: lograr la máxima integración de los nuevos vecinos, evitar la lucha por los recursos y ofrecer servicios de calidad con calidez.

Para facilitar el alojamiento se cuenta, con la denominada “Casa del Gato”, una instalación municipal gestionada por la AATT (Asociación de Atención a Trabajadores Temporeros): los empresarios solicitan plazas para albergar a sus trabajadores y pagan una cuota, el trabajador debe estar contratado y avalado por el empresario. El Ayuntamiento, por su parte, reserva determinadas plazas de alojamiento disponibles para situaciones transitorias de pérdida de empleo hasta la recuperación del mismo.

También, desde el ámbito municipal, se potencia el programa de contratación en origen en Marruecos, que pretende desarrollar la inmigración legal de los trabajadores. Para ello se han establecido centros de atención a trabajadores y empresarios, uno en Cartaya y dos en Marruecos (Kenitra y Nador) interconectados mediante un sistema transnacional de recogida, tratamiento e intercambio de datos que permiten coordinar el proceso de salida y entrada de trabajadores. Con este proyecto se pretende prevenir la inmigración ilegal hacia Huelva, incluyendo a trabajadores y empresarios en un sistema integral de gestión basado en la cooperación continua de los socios y que emplea criterios de eficacia y los principios de la Responsabilidad Social Corporativa.

De esta manera se consigue:

1. Prevenir las prácticas ilegales protegiendo a los trabajadores.
2. Garantizar el cumplimiento de los contratos por parte de los trabajadores y su retorno a Marruecos.
3. Desarrollar criterios de responsabilidad social corporativa en el colectivo empresarial.



3.9 | Ayudas de emergencia

Gráfico 88 Distribución de los municipios que han desarrollado ayudas de emergencia.



Gráfico 89 Distribución provincial de los municipios que han desarrollado ayudas de emergencia.

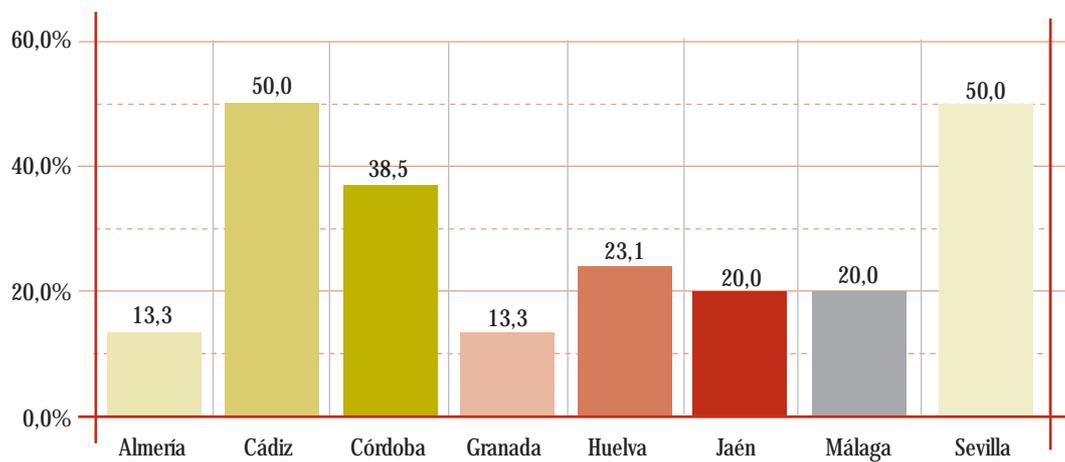




Gráfico 90 Distribución del número de ayudas de emergencia según la provincia.

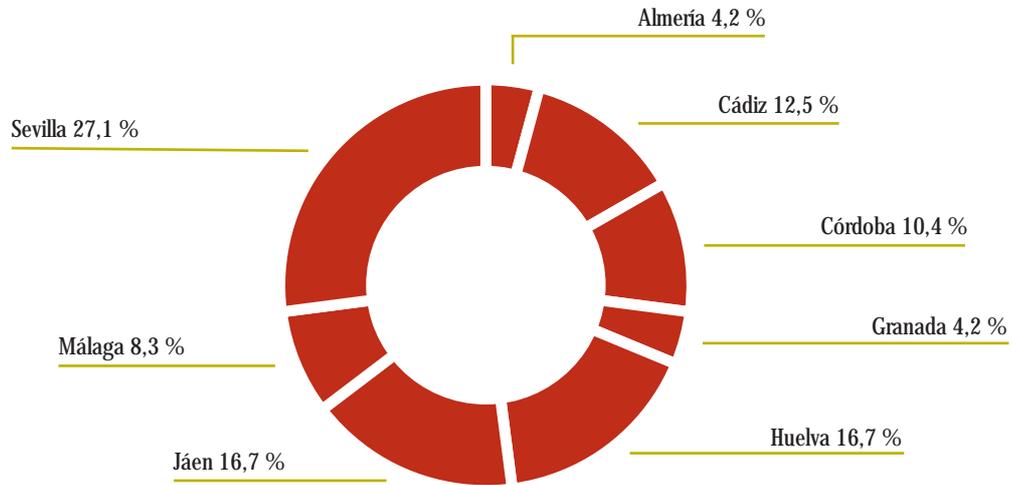
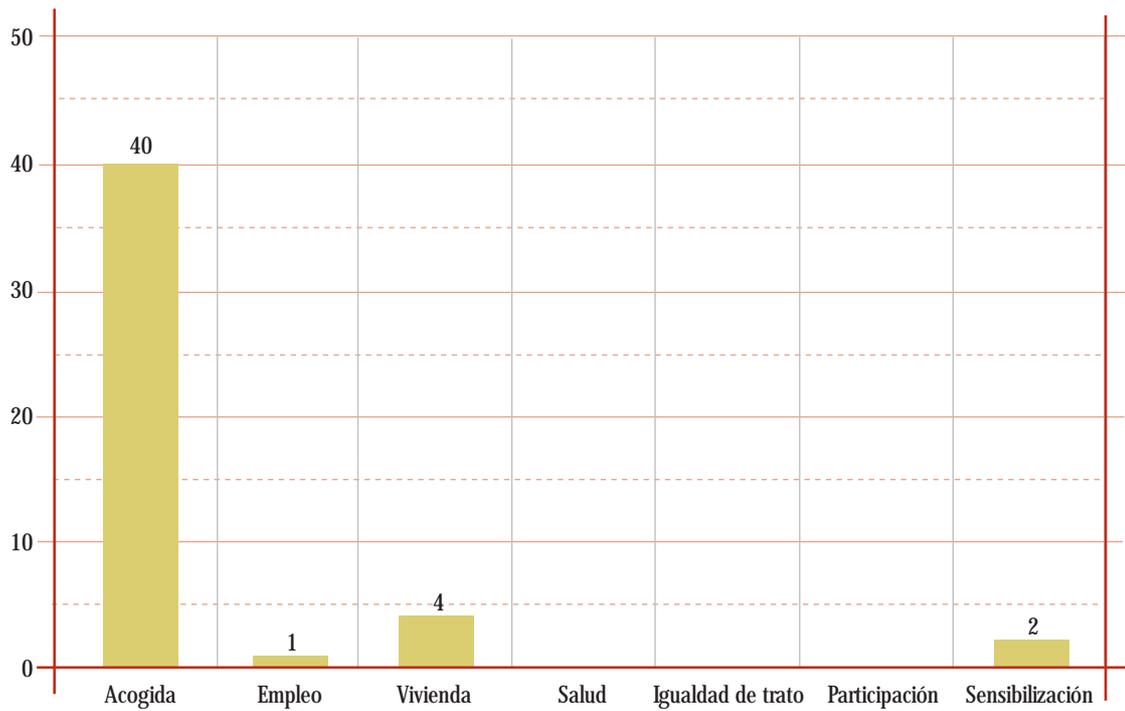


Gráfico 91 Distribución del número de ayudas de emergencia según el eje.





Las ayudas de emergencia constituyen un total de 48 actuaciones desarrolladas por 31 municipios (el 27,7% de los 112 participantes en el Fondo). Su reparto es bastante desigual entre las diferentes provincias y es muy minoritario en Almería y Granada (13,3%) a diferencia de la situación de Cádiz y Sevilla donde es aplicado por el 50,0% de los municipios. En número de actividades, Sevilla concentra el 27,1% del conjunto y son Almería (4,2%), Granada (4,2%) y Jaén (8,3%) las que menos ayudas de emergencia han incluido en sus planes. El 85,1% de las actividades se integran en el eje de Acogida, incluyendo el resto en otros tres ejes, Vivienda, Sensibilización y Empleo, pero con una cuota de participación inferior al 10% (gráficos 88 - 91).

Respecto al tamaño poblacional, se observa un nivel similar de participación municipal que oscila entre el 20,0% y el 33,3%, sin que se detecte una tendencia clara, no ocurre lo mismo con el número de actividades diseñadas, de manera que el 41,7% se concentra en los municipios de 10.001 a 20.000 habitantes (tabla 24).

Tabla 24 Distribución de las ayudas de emergencia según el tamaño de la población y el número de inmigrantes.

Tamaño de la población / Número de inmigrantes	Resumen de actividades			
	Municipios		Actividades	
	Nº	% ¹	Nº	% ²
Hasta 5.000 habitantes	2	20,0	2	4,2
De 5.001 a 10.000 habitantes	7	33,3	11	22,9
De 10.001 a 20.000 habitantes	9	33,3	20	41,7
De 20.001 a 50.000 habitantes	7	24,1	8	16,7
Más de 50.000 habitantes	6	24,0	7	14,6
Hasta 200 inmigrantes	5	26,3	9	18,8
De 201 a 500 inmigrantes	12	44,4	20	41,7
De 501 a 1.000 inmigrantes	5	19,2	5	10,4
De 1.001 a 2.500 inmigrantes	5	23,8	9	18,8
Más de 2.500 inmigrantes	4	21,1	5	10,4

(1) Porcentaje respecto a los municipios de cada ámbito.
 (2) Porcentaje respecto al total de actividades.

Una mirada a la situación respecto al número de inmigrantes refleja que en el 44,4% de las localidades con 201 a 500 personas inmigrantes se han diseñado ayudas de emergencia, cifra de participación muy superior al resto de ámbitos (19% – 26%), lo que tiene reflejo en el número de actividades con cifras similares (tabla 24). Hecha esta descripción inicial y como se trabaja con sólo 31 municipios y 48 actividades, se ha decidido, como se hizo con las actividades relacionadas con el alojamiento, no cruzar la información y centrarse en un análisis descriptivo general.



Tabla 25 Países de origen de los colectivos destinatarios de las ayudas de emergencia.

Países	Porcentaje de actuaciones según el país de origen del colectivo destinatario				
	Total	Según orden de mención			
		1º	2º	3º	Otro
Marruecos	72,9	41,7	29,2	2,1	0,0
Rumanía	58,3	35,4	18,8	4,2	0,0
Ecuador	12,5	4,2	0,0	6,3	2,0
Colombia	12,5	0,0	4,2	8,3	0,0
Bolivia	10,4	4,2	4,2	0,0	2,0
Argentina	10,4	0,0	2,1	8,3	0,0
España	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Otros	58,3	10,4	20,8	25,0	2,1

Así pues, respecto a la nacionalidad de las personas receptoras de las ayudas de emergencia, se observa que en el 72,9% de los casos el colectivo marroquí ha sido mencionado como uno de los principales receptores de ayudas (en el 41,7% es la más destacada). En similar situación se encuentran los nacionales de Rumanía, señalados en el 58,3% de las actuaciones (en el 35,4% es la más destacada). El resto tiene poco peso y los nacionales de Ecuador, Colombia, Bolivia y Argentina son considerados como relevantes entre el 10,4% y el 12,5% de las actividades. El 58,3% menciona otros países de origen, predominando los de África (en especial Argelia) y Sudamérica (tabla 25).

Córdoba. “Proyecto de Intervención Social de Calle para la Atención y Prevención de la Mendicidad Infantil”.

Se ha creado la Unidad de Intervención Social de Calle para la detección y atención social de las madres con menores a su cargo que se encuentren en las calles ejerciendo la mendicidad, un Servicio de Atención Telefónica para que la ciudadanía pueda comunicar las situaciones de vulnerabilidad social, así como un Servicio de Estancia Diurna Infantil ubicado en las instalaciones de la Escuela Municipal Infantil, dirigido a menores de 0 a 6 años, para prevenir que se ejerza la mendicidad con éstos y cubrir las necesidades básicas de cuidado y desarrollo psicosocial.

A través de las actuaciones desarrolladas durante el periodo de diciembre de 2005 a febrero de 2006 se han llevado a cabo un total de 150 intervenciones, lo que ha supuesto la atención social a 25 mujeres ejerciendo la mendicidad con menores, 6 mujeres sin menores y la integración de 12 menores en el Servicio de Estancia Diurna Infantil.

Las actuaciones que se han realizado, cuentan con un enfoque de intervención basado en una doble perspectiva, que centra su actividad en la condición personal, atendiendo a su situación social de vulnerabilidad y el origen de la persona.



La media de personas receptoras de ayuda es de 117, siendo, en esta ocasión, el índice de omisiones muy bajo (16,7%). Lo que sí se mantiene es la enorme variabilidad de manera que el 40% de las actuaciones no pasa de 15 perceptores y sólo el 17,5% ha concedido más de 100 ayudas. De hecho, si se excluyen las tres actuaciones que han mencionado un mayor número de ayudas, la media por actuación se quedaría en 51 perceptores. Aquí también se muestra un perfil más masculino, siendo la tasa de feminidad del 30,3%. Estas ayudas de emergencia se gestionan casi siempre durante todo el año (95,0%) y sólo de manera excepcional (5,0%) han tenido una cobertura puntual (de uno a cuatro meses).

Para cerrar el apartado se detalla el tipo de ayudas debiendo aclarar que no se dan importes ante la falta de datos suficientes sobre cuantías concretas, por lo que se comentará sólo el tipo de ayuda, teniendo en cuenta que no hay datos de 18 actividades. A este respecto se resalta:

- Las ayudas a familias han sido las mayoritarias, mencionadas por el 60,4% de las actuaciones.
- El pago puntual del alquiler también ha tenido su importancia ya que ha sido puesto en práctica en el 43,8% de las actividades.
- La ayuda en el transporte ha tenido una incidencia más limitada, así, el pago de gasolina sólo lo ha mencionado el 10,4% y el abono de desplazamientos se ha dado en el 20,8% de las acciones.
- Finalmente, lo más frecuente ha sido centrarse en un solo tipo de ayuda (54,2%) pero también hay entidades que han compatibilizado varias ayudas de manera simultánea.



3.10 | Ayudas a asociaciones de inmigrantes o proinmigrantes.

Gráfico 92 Porcentaje de municipios que desarrollan ayudas a asociaciones.

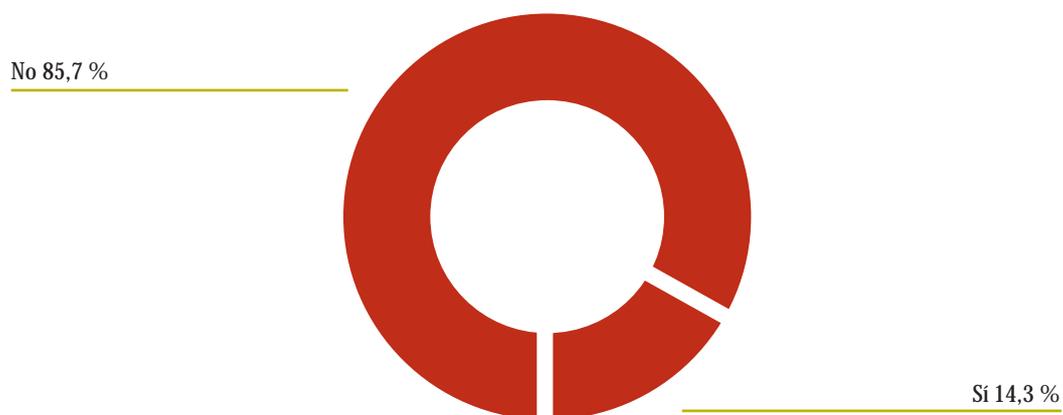


Gráfico 93 Distribución provincial de los municipios que han desarrollado ayudas a asociaciones.

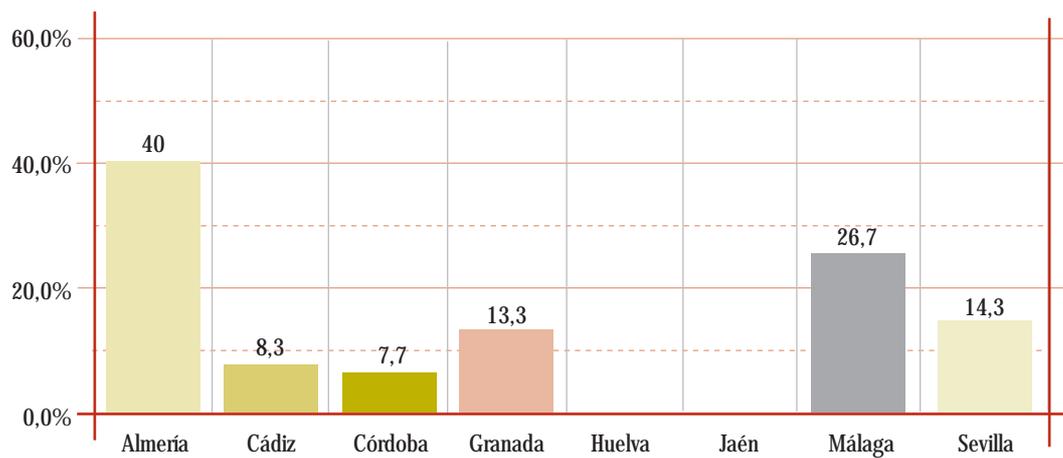




Gráfico 94 Distribución del número de ayudas a asociaciones según la provincia.

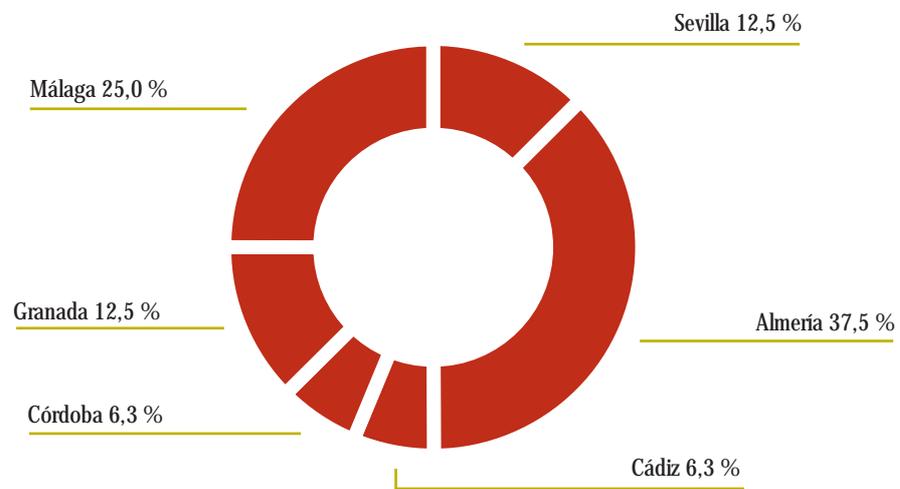
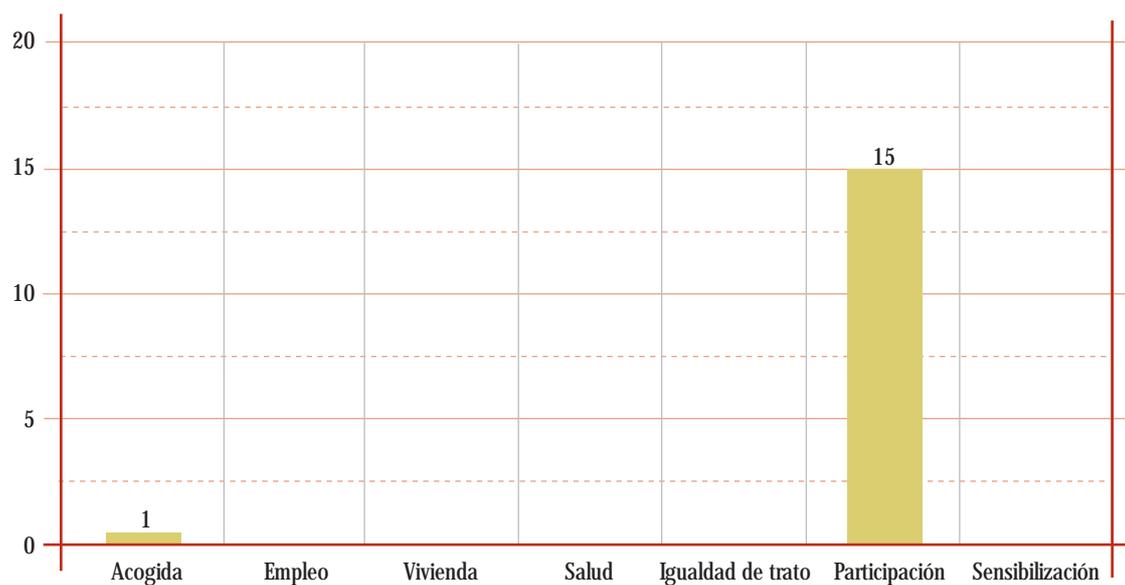


Gráfico 95 Distribución del número de ayudas a asociaciones según el eje.





Sólo se han localizado 16 municipios (el 14,3% de los 112 participantes en el Fondo) que han desarrollado sendas ayudas a asociaciones de inmigrantes y proinmigrantes. Su distribución hace que únicamente haya tenido cierta relevancia en Almería (el 40,0% de sus municipios) y Málaga (26,7%), siendo su presencia muy esporádica en el resto o inexistente (Huelva y Jaén), situación que se repite en la distribución del número de actividades. El 93,7% de las ayudas se centran en el eje de Participación, lo que se traduce en que 15 de las 16 actuaciones están en este eje y una en Acogida (gráficos 92 - 95).

Respecto al tamaño poblacional, la intervención ha sido escasa en algunos ámbitos, con la excepción de las localidades de 20.001 a 50.000 habitantes, grupo del que ha participado el 27,6% de sus municipios concentrando el 50,0% de las acciones y las que tienen entre 5.001 y 10.000 residentes, participando el 19,0% de esas entidades (tabla 26).

Tabla 26 Distribución de las ayudas a asociaciones de inmigrantes y proinmigrantes según el tamaño de la población y el número de inmigrantes.

Tamaño de la población / Número de inmigrantes	Resumen de actividades			
	Municipios		Actividades	
	Nº	% ¹	Nº	% ²
Hasta 5.000 habitantes	1	10,0	1	6,3
De 5.001 a 10.000 habitantes	4	19,0	4	25,0
De 10.001 a 20.000 habitantes	2	7,4	2	12,5
De 20.001 a 50.000 habitantes	8	27,6	8	50,0
Más de 50.000 habitantes	1	4,0	1	6,3
Hasta 200 inmigrantes	1	5,3	1	6,3
De 201 a 500 inmigrantes	2	7,4	2	12,5
De 501 a 1.000 inmigrantes	7	26,9	7	43,8
De 1.001 a 2.500 inmigrantes	4	19,0	4	25,0
Más de 2.500 inmigrantes	2	10,5	2	12,5

(1) Porcentaje respecto a los municipios de cada ámbito.

(2) Porcentaje respecto al total de actividades.



Estepona, Málaga. “Formación y refuerzo de las redes sociales”.

En esta localidad se han realizado cursos de formación a empleados públicos y fomento del asociacionismo a través de convocatoria pública.

Dentro de los ejes a tratar se enmarcan una serie de actividades que inciden en la formación en igualdad de trato y no discriminación para los empleados públicos con la colaboración de asociaciones proinmigrantes. Desde el ayuntamiento se quiere fomentar el asociacionismo también entre el colectivo inmigrante con el asesoramiento en materia administrativa: el diseño de los estatutos, información de los pasos a seguir en la creación de una asociación, consecución del C.I.F y las posibles ayudas estatales y autonómicas en forma de subvenciones.

No se pretende limitar la ayuda a prestaciones económicas sino pedir la creación de un proyecto cultural y educativo que sustente la existencia del colectivo sirviendo de puente entre la población inmigrante y el ente público. La principal conclusión es la importancia de potenciar las redes sociales entre la población inmigrante, constatándose que este colectivo está revitalizando y enriqueciendo el tejido asociativo a la vez que fortalece la educación en valores.

Las diferentes estrategias para reforzar las redes sociales (talleres, jornadas, convocatorias, trabajo en la calle aunando necesidades comunes) y de intervención social para la inclusión de personas inmigrantes, son validas; asimismo se destaca el papel fundamental de las Asociaciones de mujeres y de las AMPAS (Asociaciones de Madres y Padres de Alumnos) como difusoras de valores así como la necesidad de crear espacios comunes de encuentro, tanto públicos como privados.

Respecto a la integración de las personas inmigrantes en la sociedad de acogida, se puso de manifiesto la necesidad de formación para que puedan acceder a los medios de una manera más efectiva, para lo cual se hacían necesarias estrategias de captación en determinadas líneas. En este mismo sentido se constató que la correcta integración de la segunda generación es fundamental para la plena normalización destacándose, por último, la dificultad de la mujer inmigrante sobre otros colectivos para lograr este objetivo.

Del mismo modo, en cuanto al número de inmigrantes, destaca el 26,9% de participación de los municipios que tienen entre 501 y 1.000 personas inmigrantes concentrando el 43,8% de las intervenciones y, en menor medida, el 19,0% de participación de las localidades que cuentan con 501 a 1.000 inmigrantes (tabla 26).

Como sólo se han realizado 16 actividades, se hace totalmente inviable el cruce con las variables de clasificación, procediendo a describir sólo los datos globales.

En este sentido, debe decirse que excluyendo dos actuaciones que no detallan las ayudas, el 56,2% informa sobre ayudas a asociaciones de inmigrantes, con el siguiente desglose que refleja que algún municipio ha compatibilizado más de un tipo de ayuda:

- El 50,0% ha concedido ayudas económicas para proyectos (8 casos).
- En dos casos (12,5%) se ha colaborado en el alquiler o cesión de locales.
- Un 25,0% ha subvencionado campañas de promoción (4 casos).



Si se consideran las ayudas a asociaciones de proinmigrantes, éstas han sido concedidas en el 37,5% de las actuaciones y se han dirigido a:

- Proyectos, en seis casos (37,5% de las actividades).
- Campañas de promoción, dos casos (12,5%).

Finalmente, estas actuaciones suelen funcionar todo el año (80,0%) y sólo de modo esporádico tienen una duración más corta (un mes).



3.11 | Otras actividades no clasificadas

Gráfico 96 Distribución de los municipios que han desarrollado otras actuaciones no clasificadas.



Gráfico 97 Distribución provincial de los municipios que han desarrollado otras actuaciones no clasificadas.

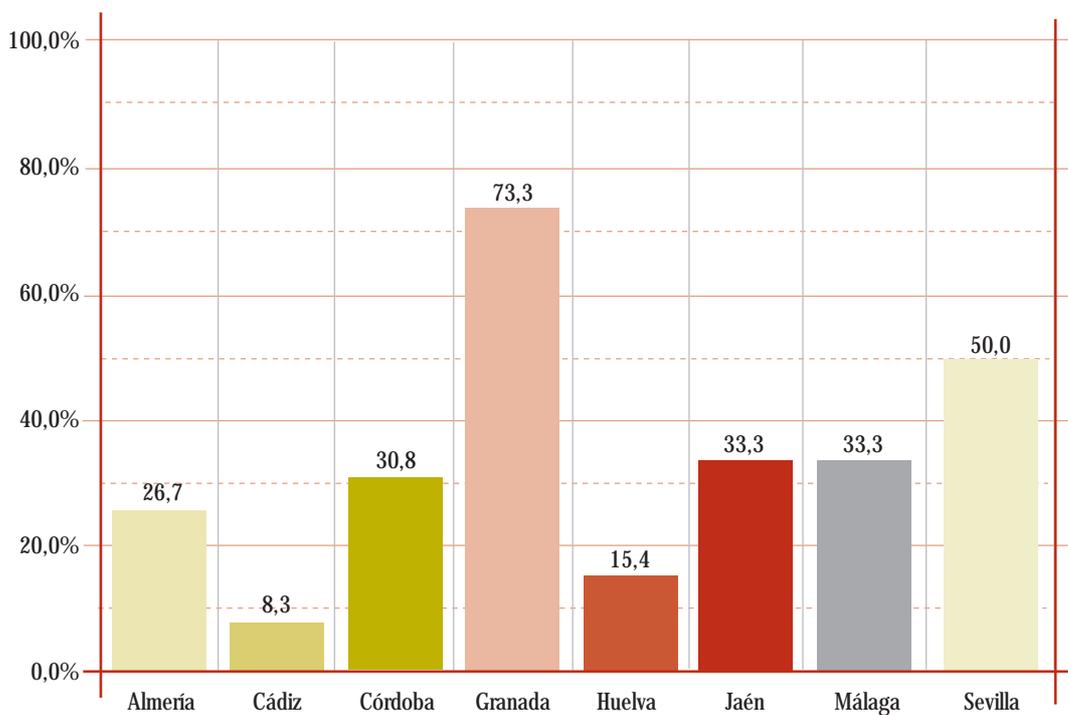




Gráfico 98 Distribución del número de otras actuaciones según la provincia.

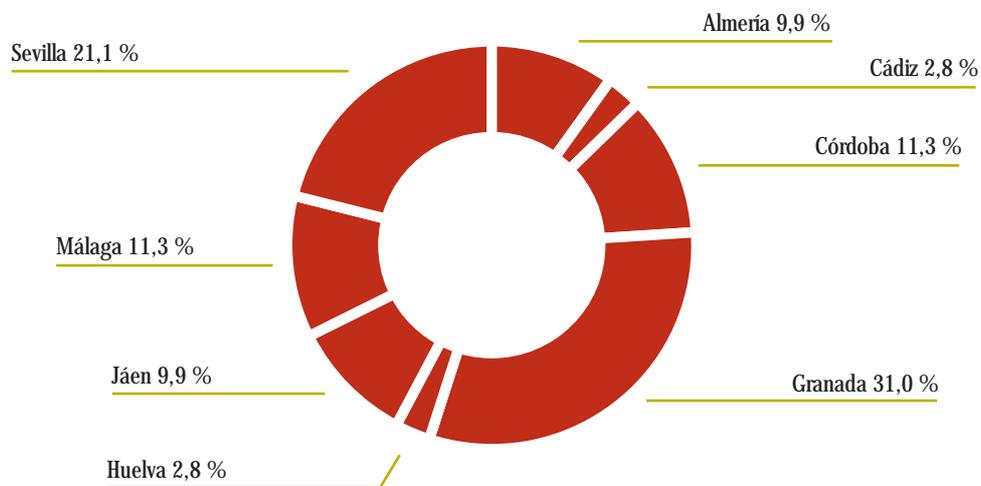
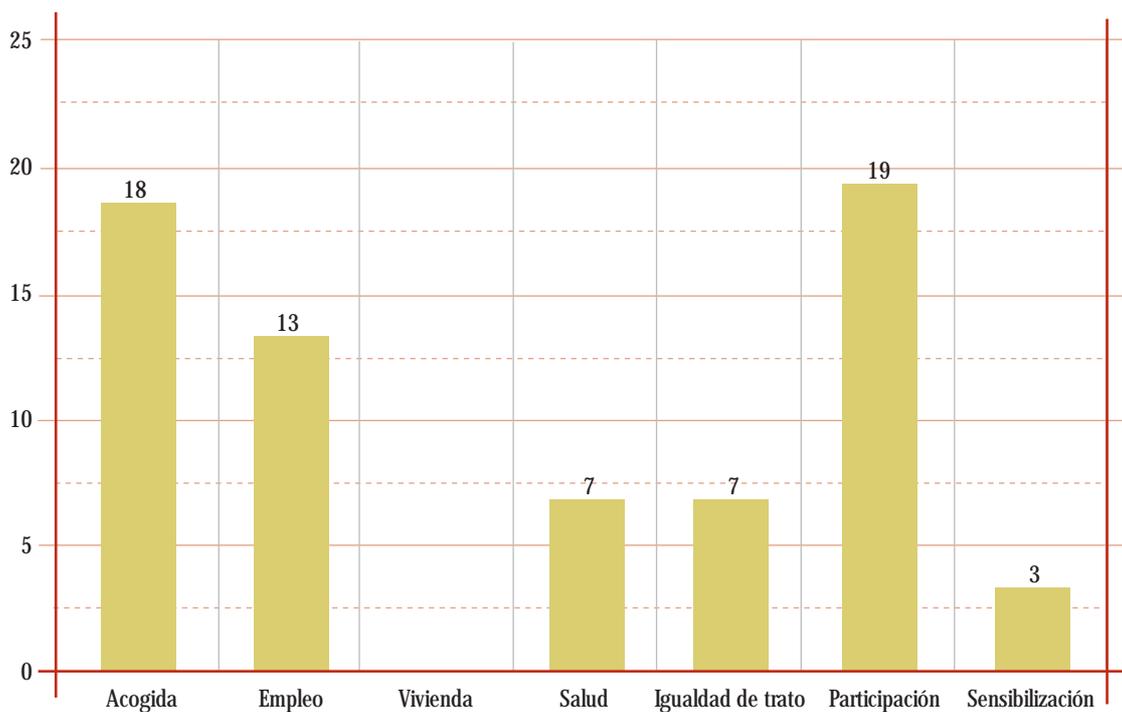


Gráfico 99 Distribución del número de otras actuaciones según el eje.





Un total de 39 localidades (el 34,8% de los 112 participantes en el Fondo) han mencionado 71 actuaciones que a priori no se ajustan a las tipologías previstas, a veces porque son un compendio de varias actividades y otras porque, a criterio de los municipios, su especificidad lo impedía. Como muestra se pueden detallar algunas de las actividades más mencionadas:

- Escuelas de padres y deportivas.
- Estudios sobre la población inmigrante y sus necesidades.
- Escolarización de adultos.
- Viajes y visitas guiadas interculturales.
- Traducción de folletos relacionados con la salud.
- Actividades relacionadas con la Navidad (belén, cena navideña,...).
- Becas.
- Guías de recursos.

Roquetas de Mar, Almería. “Base de datos de la Oficina municipal de inmigración”.

La gestión del fenómeno migratorio necesita herramientas potentes para el tratamiento de la información, así esta corporación, dentro de su proyecto sobre la “Oficina Municipal de Inmigración”, utiliza una base de datos creada “ex profeso” para mantener actualizadas y archivadas las intervenciones en materia de servicios sociales dirigidas a la población extranjera.

Al tratarse de datos personales, la base está inscrita en la Agencia de Protección de Datos; ofrece diversas utilidades a sus usuarios y contiene referencias sobre las gestiones realizadas en materia de documentación, vivienda, situación laboral, promoción de la mujer y situación de arraigo. Sus datos pueden ser cruzados con el Padrón Municipal. Contar con herramientas de este tipo, que optimicen la información de cara a la toma de decisiones es fundamental en todos los ámbitos de gestión, pero lo es aún más en el plano local, donde las acciones son percibidas inmediatamente por la ciudadanía.



El reparto provincial de los municipios con estas actuaciones es muy dispar, con muy poco peso en las provincias de Cádiz (8,3%) y Huelva (15,4%) y mucho en Granada (73,3%). Situación que se repite al ver la distribución de estas 71 actividades, donde esta última provincia aglutina el 31,0% de todas ellas y, nuevamente, Cádiz y Huelva sólo un 2,8% cada una. Estas actividades se inscriben en casi todos los ejes pero hay tres predominantes, Participación con el 28,4% de las actuaciones, Acogida con un 26,9% y, en un plano algo inferior, Empleo con un 19,4%. El resto de ejes tiene menos peso, detectando la ausencia de actuaciones en Vivienda (gráficos 96 - 99).

La distribución de las acciones observada en los distintos tamaños poblacionales no permite definir una pauta de actuación, salvo destacar la inclusión del 70,0% de los municipios más pequeños (hasta 5.000 habitantes) aunque en número de actividades los municipios de 20.001 a 50.000 residentes tienen más peso al concentrar el 28,2% de las actuaciones (tabla 27).

Del mismo modo, en cuanto al número de inmigrantes, participa algo más del 40% de los municipios que no superan las 1.000 personas, cifra que desciende en los municipios con más número de inmigrantes, especialmente en el grupo que cuenta entre 1.001 y 2.500, intervalo en el que sólo participa el 14,3% (tabla 27).

Tabla 27 Distribución de las actuaciones no clasificadas según el tamaño de la población y el número de inmigrantes.

Tamaño de la población / Número de inmigrantes	Resumen de actividades			
	Municipios		Actividades	
	Nº	% ¹	Nº	% ²
Hasta 5.000 habitantes	7	70,0	12	16,9
De 5.001 a 10.000 habitantes	6	28,6	12	16,9
De 10.001 a 20.000 habitantes	10	37,0	15	21,1
De 20.001 a 50.000 habitantes	12	41,4	20	28,2
Más de 50.000 habitantes	4	16,0	12	16,9
Hasta 200 inmigrantes	8	42,1	12	16,9
De 201 a 500 inmigrantes	11	40,7	18	25,4
De 501 a 1.000 inmigrantes	11	42,3	22	31,0
De 1.001 a 2.500 inmigrantes	3	14,3	6	8,5
Más de 2.500 inmigrantes	6	31,6	13	18,3

(1) Porcentaje respecto a los municipios de cada ámbito.

(2) Porcentaje respecto al total de actividades.

A pesar de contar con un número suficiente de actuaciones, la heterogeneidad de su propia naturaleza y su contenido diverso, resta interés a un posible cruce. Por ello, el informe se centrará en los aspectos globales relativos a las personas atendidas.

A este respecto, la media es de 81, contando con un índice alto de omisiones (32,4%), cifra que como es habitual no es representativa de la situación general al moverse en un rango amplio, de manera que la media es de 54 si se excluyen las cuatro actuaciones con 300 o más casos. De hecho, el 50% de las actividades no llega a 40 personas atendidas y sólo el 16,2% excede de 150. Se observa un equilibrio entre mujeres y varones, siendo la tasa de feminidad del 47,2%.



Estas acciones también muestran su heterogeneidad en el periodo de duración, así, lo más frecuente es que estén activas durante todo el año (38,9%) pero no son infrecuentes las acciones puntuales llevadas a cabo en un sólo día (11,1%) o en un periodo de tiempo que no supere el mes (25,0%).

Respecto a la nacionalidad de las personas atendidas, se observa que se menciona a la población de acogida como una de las principales destinatarias en el 35,2% de las actuaciones. Junto a España, como viene siendo habitual, son Rumanía (29,6%) y Marruecos (26,8%) los países con más nacionales atendidos. Las demás naciones son mencionados con bastante menor frecuencia: Colombia (16,9%), Ecuador (14,1%), Argentina (12,7%) y Bolivia (9,9%). Finalmente, un 25,4% cita otros países de origen, predominando los de Sudamérica (tabla 28).

Tabla 28 Países de origen de los colectivos destinatarios de las actuaciones no clasificadas.

Países	Porcentaje de actuaciones según el país de origen del colectivo destinatario				
	Total	Según orden de mención			
		1º	2º	3º	Otro
España	35,2	32,4	2,8	0,0	0,0
Rumanía	29,6	12,7	2,8	9,9	4,2
Marruecos	26,8	0,0	16,9	4,2	5,7
Colombia	16,9	2,8	1,4	9,9	2,8
Ecuador	14,1	4,2	7,0	0,0	2,9
Argentina	12,7	2,8	4,2	2,8	2,9
Bolivia	9,9	2,8	2,8	2,8	1,5
Otros	25,4	5,6	11,3	5,6	2,9

Boletín Fairea.

Los procesos de comunicación son fundamentales a la hora de coordinar las acciones e informar de las actuaciones. Para ello la Dirección General de Coordinación de Políticas Migratorias realiza un Boletín Digital.

Éste pretende ser una vía de información y comunicación entre todas las personas que desde diversos organismos y entidades colaboran para mejorar la calidad de vida del colectivo inmigrante, asegurando sus derechos como ciudadanos y ciudadanas. Esta publicación ha servido de vehículo para la transferencia de conocimientos y buenas prácticas exponiendo aquellas iniciativas y experiencias positivas e innovadoras que mejor se adapten a la realidad del fenómeno migratorio en Andalucía.

El boletín se envía por correo electrónico a todos los responsables y coordinadores del Fondo de apoyo a la acogida e integración de inmigrantes de las corporaciones locales, así como a los coordinadores provinciales y entidades relacionadas con las políticas migratorias en Andalucía y España (Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, FAMP, Diputaciones Provinciales, etc.) además de publicarse en la página Web de la Consejería de Gobernación.





4 | Resumen operativo

El seguimiento presencial de las actuaciones desarrolladas por los ayuntamientos perceptores del Fondo de apoyo para la acogida y la integración de inmigrantes, así como el refuerzo educativo de los mismos ha permitido profundizar en el conocimiento de las actividades desarrolladas en el ámbito municipal.

4.1 | Información municipal

Los 112 municipios seleccionados en el Fondo aglutinan una población de 5.188.147 habitantes y supone un total de 231.083 personas inmigrantes (más del 86% del total de inmigrantes de la comunidad autónoma), según la actualización del Padrón a 1 de enero de 2005, teniendo un peso similar las ocho provincias andaluzas siendo mayoritaria la presencia de corporaciones con más de 10.000 habitantes aunque también están representados los municipios de menor tamaño. De la información facilitada por los equipos técnicos municipales, se destaca:

- Las nacionalidades de origen más representativas son Marruecos, mencionada por el 87% de los municipios y Rumanía (47%) y, en un segundo plano, Colombia (27%), Ecuador (24%), Argentina (24%) y Bolivia (16%).
- El 93,8% de las entidades locales del Fondo cuenta con, al menos, un Centro de Servicios Sociales Comunitarios, equipamientos fundamentales en materia de inmigración. Generalmente son de titularidad municipal (71,8% de los centros) y el resto está adscrito a las Diputaciones provinciales. Como media, cada centro cuenta con 6,65 personas tituladas en Trabajo Social, pilar de las prestaciones sociales.
- Un 55,4% de las localidades concentra un total de 84 equipamientos especializados en materia de inmigración, casi siempre de titularidad municipal (81,0%). Mayoritariamente son Servicios de Información (51,8%) o Albergues (24,7%), el resto responde a una tipología muy variada.

4.2 | Información general sobre el Fondo

- El 86,2% de los municipios ejecuta directamente la totalidad del fondo, detectando que sólo un 34,8% de los ayuntamientos ha confeccionado un proyecto al margen de la propia Ficha del Plan de Acción que ha servido como programa para muchas entidades. Respecto a la gestión en el 53,6% de los municipios el Fondo se ha gestionado desde los Centros de Servicios Sociales Comunitarios, en otro 24,1% es a través de los centros especializados y finalmente hay un 40,2% que menciona otras entidades, casos en los que normalmente se trata del propio ayuntamiento a través de una de sus concejalías (como se aprecia, hay veces que la gestión ha tenido una doble o triple vía).



- Un 78,6% de los equipos técnicos manifiestan que está previsto producir algún tipo de publicación, generalmente folletos (50,0%), carteles (48,2%) y guías (25,0%). En la mayoría de los casos, el producto está acabado (38,0%) o en fase de distribución (19,9%). En el 26,8% de los casos se ha empleado otro idioma además del castellano que figura en la práctica totalidad de las publicaciones, destacando el árabe (21,4%).
- El 75,0% de los municipios ha contratado personal específico para el desarrollo de las actuaciones del plan, siendo la contratación media de 2,9 personas durante un periodo de 8,0 meses cuya formación es eminentemente técnica (el 62,3% posee estudios universitarios).
- El 87,5% de los ayuntamientos dice haber establecido algún sistema de evaluación centrada en el análisis de cuestionarios de diverso tipo (30,4%) y el control de asistencia a las diversas actividades (18,8%), aunque también se empleen indicadores (normalmente diseñados en la ficha del Plan de Acción), se lleven a cabo reuniones de grupo o se realicen estudios.
- El 79,5% de los municipios manifiesta contar con otras fuentes para la ejecución de sus políticas migratorias, generalmente vía subvención, siendo la Junta de Andalucía la principal entidad generadora de estos fondos adicionales.

4.3 | Detalle de las actividades ejecutadas

Se ha recabado información de un total de 770 actividades diferentes desarrolladas en los 112 corporaciones receptoras del Fondo cuyo desglose según las tipologías definidas para este estudio permite destacar:

- En las campañas de sensibilización han participado 87 entidades (77,7% de los municipios del fondo), gestionando 213 actividades (el 27,7% del total).
- En un segundo plano se sitúa la configuración de un servicio de información desarrollado por 83 localidades que, en conjunto, han diseñado 122 actuaciones (el 15,8% del total).
- En un tercer grupo, por su frecuencia de aparición se deben mencionar los 111 talleres (14,4% de las actuaciones), montados por 63 ayuntamientos y los 99 cursos de formación (12,9%), también gestionados desde 63 poblaciones.
- El resto de actividades (jornadas, actividades relacionadas con el alojamiento, ayudas de emergencia y a asociaciones de inmigrantes y proinmigrantes y otras actuaciones no clasificadas en los grupos anteriores) han tenido menos peso y en conjunto no llegan ni al 30% de las actividades.

Un estudio de la distribución de las actuaciones según los ejes de intervención permite establecer:

- En general la mayor presencia de actividades de Sensibilización (25,5%) y Acogida (23,3%) que aglutinan casi el 50% del total de acciones planteadas, situándose en un segundo plano los ejes de Empleo (17,2%) y Participación (14,3%).



- La distribución global es muy variable según los diferentes tipos de actividades planteadas, destacando como el eje de Sensibilización concentra la mayoría de las campañas (66,7%), los cursos de formación se han centrado en Empleo (57,9%), Acogida ha sido predominante en los servicios de información (60,0%) y en las ayudas de emergencia (85,1%), las actividades para el alojamiento se han ubicado, principalmente, en Vivienda (63,3%) y las ayudas a asociaciones de inmigrantes o proinmigrantes son casi exclusivas de Participación (93,8%).

Una visión general en el ámbito provincial permite ver en cada provincia qué actuaciones destacan:

- Se produce el predominio de las campañas de sensibilización en todas las provincias, aunque con un peso muy variable (18,8% - 40,2%), excepto en Sevilla donde alcanza el 12,9%.
- Almería se centra además en los talleres (18,2%) y los servicios de información (17,2%).
- Cádiz le da bastante importancia a los servicios de información (24,1%).
- Córdoba, como Almería, completa las actividades predominantes con los talleres (17,4%) y los servicios de información (18,8%).
- En Granada sólo es relevante la opción mayoritaria ya comentada de las campañas (40,2%).
- En Huelva hay un número importante de actividades centradas en los servicios de información (22,8%).
- Jaén prima los talleres (19,8%).
- En Málaga son los cursos de formación (16,8%) y los servicios de información (16,8%) los que sobresalen de la media.
- Finalmente, Sevilla, como ya se ha citado, es la única provincia en la que las campañas tienen poco peso, por debajo de los cursos (18,3%) y los talleres (18,3%).

Respecto al tamaño de la población y la tipología de las actividades se deben hacer las siguientes consideraciones:

- Las campañas de sensibilización son mayoritarias en todos los ámbitos poblacionales con porcentajes casi idénticos que oscilan entre 26,4% y 28,6%.
- En los municipios de hasta 5.000 habitantes, se le da importancia a los talleres (18,7%).
- De 5.001 a 10.000 habitantes. Destacan los cursos de formación (17,0%) y los servicios de información (17,6%).
- De 10.001 a 20.000 habitantes. Vuelven a tener más peso los talleres (17,8%).
- De 20.001 a 50.000 habitantes. Aunque no tengan especial relevancia, son los servicios de información (15,8%) los que se deben resaltar.
- Más de 50.000 habitantes. Claramente deben mencionarse los servicios de información (23,4%).



Si se hace un estudio similar utilizando como variable de corte el número de inmigrantes censados en cada municipio, se observa lo siguiente:

- Las campañas de sensibilización también son mayoritarias en todos los ámbitos analizados en función del número personas inmigrantes, aunque, en este caso se detecta una mayor disparidad oscilando el porcentaje de actividades entre 23,5% y 32,5% según el ámbito.
- Municipios hasta 200 inmigrantes. Destacan los talleres (22,3%).
- De 201 a 500 inmigrantes. Predominan los talleres (14,4%) y los servicios de información (15,4%).
- De 501 a 1.000 inmigrantes. Nuevamente los servicios de información (17,0%) y, en este caso, los cursos de formación (14,9%).
- De 1.001 a 2.500 inmigrantes. Deben mencionarse los servicios de información (19,2%).
- Más de 2.500 inmigrantes. Como en otros ámbitos, los servicios de información (17,9%) y los cursos de formación (14,7%).

Para finalizar con este resumen se hacen algunas consideraciones:

- Sobre la nacionalidad de las personas destinatarias. En este punto debe decirse que en algunos tipos de actividades es la población de acogida la principal destinataria (campañas de sensibilización, talleres, servicios de información...). Es un dato presumible en referencia a las campañas de sensibilización pero no así en el caso de los talleres y los servicios de información, actuaciones en las que la población de acogida ocupa el primer lugar como colectivo destinatario. Podría deducirse por tanto que estas actividades formaban parte de la oferta de los Servicios Sociales del municipio y la llegada de población inmigrante ha conllevado su inclusión. Aunque este hecho favorezca la integración y la interculturalidad también puede reflejar una menor especificidad en la programación de las actividades y quizás no demasiado esfuerzo en hacer llegar la información a este colectivo, más allá de la vía ya establecida para la atención de la población en general.

Hecha esta apreciación, las nacionalidades que más se mencionan como países de origen son Marruecos y Rumanía y en un segundo plano (a bastante distancia) Bolivia, Ecuador, Colombia y Argentina.

- Duración de la actividad. Si bien algunas tienen una duración muy variable como las campañas de sensibilización, las actividades de formación y los talleres, otras suelen mantener operativa la actividad durante todo el año (servicios de información, actuaciones relacionadas con el alojamiento y ayudas de emergencia...). Tan sólo cuando se trata de campañas de sensibilización y jornadas se observa un volumen importante de actividades con un día de duración; en el caso de las jornadas se trata del 40%, mientras que otro 40% no dura más de cuatro días, siendo estas actuaciones las programadas para un periodo de tiempo más breve.
- Personas atendidas. Es un dato que presenta una variabilidad muy importante en todas las actividades por ello no se considera lógico mostrar en este resumen unas cifras que no son representativas, por lo que se remite al capítulo anterior para su análisis.



- Tasa de feminización. Este parámetro permite agrupar las actividades en función de la mayor o menor participación de la mujer, de modo que las campañas de sensibilización y demás actuaciones formativas (jornadas, talleres, etc.) cuentan con un porcentaje de población femenina entre el 50 y el 81% mientras que las ayudas de emergencia, de alojamiento y servicios de información presentan dicha tasa en torno al 30%.

La existencia del Fondo y su transferencia directa a los ayuntamientos andaluces ha generado la elaboración de Planes de Acción, en aquellos municipios que no lo tenían o la fusión o adecuación con aquellos ya establecidos en las entidades con mayor experiencia; asimismo, al ser la acogida e integración de inmigrantes, un hecho transversal, se está facilitando la puesta en común de información entre diferentes departamentos de las corporaciones locales que anteriormente funcionaban por separado.

La voluntad de continuidad del Fondo crea expectativas en los Servicios Sociales pues permite establecer estrategias con una cierta perspectiva de futuro, aumentando los impulsos económicos provenientes, hasta ahora, de subvenciones y presupuestos municipales que sufragaban la gran mayoría de los proyectos.

La documentación, las pautas de trabajo y el seguimiento establecidos en torno a estas transferencias de la Consejería de Gobernación destinadas a la nivelación de los servicios sociales vinculados, como se ha dicho, a la acogida e integración de inmigrantes, puede ser una fuente de información que refleje la evolución del fenómeno migratorio que vive Andalucía y los esfuerzos hechos desde todos los ámbitos para lograr una sociedad plural e integradora.



Relación de tablas

- 1 Desglose provincial de la financiación de los Fondos gestionados por los ayuntamientos a través de la Orden de transferencias de la Consejería de Gobernación.
- 2 Nacionalidades más relevantes en el colectivo inmigrante.
- 3 Desglose provincial de la financiación de las transferencias según el tamaño de la población.
- 4 Detalle de equipamientos especializados en materia de inmigración.
- 5 Desglose de actividades según su tipo.
- 6 Desglose de actividades según su tipo y el eje de intervención.
- 7 Desglose de actividades según su tipo y la provincia.
- 8 Desglose de actividades según su tipo y el tamaño de la población.
- 9 Desglose de actividades según su tipo y el número de inmigrantes.
- 10 Distribución de las campañas de sensibilización según el tamaño de la población y el número de inmigrantes.
- 11 Países de origen de los colectivos destinatarios de las campañas de sensibilización.
- 12 Idiomas empleados en las campañas de sensibilización.
- 13 Distribución de los cursos de formación según el tamaño de la población y el número de inmigrantes.
- 14 Países de origen de los colectivos destinatarios de los cursos de formación.
- 15 Idiomas empleados en los cursos de formación.
- 16 Distribución de los talleres según el tamaño de la población y el número de inmigrantes.
- 17 Países de origen de los colectivos destinatarios de los talleres.
- 18 Distribución de las jornadas según el tamaño de la población y el número de inmigrantes.
- 19 Países de origen de los colectivos destinatarios de las jornadas.
- 20 Distribución de los servicios de información según el tamaño de la población y el número de inmigrantes.
- 21 Países de origen de los colectivos destinatarios de los servicios de información.
- 22 Distribución de las actividades relacionadas con el alojamiento según el tamaño de la población y el número de inmigrantes.
- 23 Países de origen de los colectivos destinatarios de las actividades relacionadas con el alojamiento.
- 24 Distribución de las ayudas de emergencia según el tamaño de la población y el número de inmigrantes.
- 25 Países de origen de los colectivos destinatarios de las ayudas de emergencia.
- 26 Distribución de las ayudas a asociaciones de inmigrantes y proinmigrantes según el tamaño de la población y el número de inmigrantes.
- 27 Distribución de las actuaciones no clasificadas según el tamaño de la población y el número de inmigrantes.
- 28 Países de origen de los colectivos destinatarios de las actuaciones no clasificadas.



Relación de gráficos

- 1 Distribución del Fondo según la provincia en porcentajes.
- 2 Nacionalidades más relevantes según el porcentaje de los municipios que las menciona.
- 3 Porcentaje destinado a cada eje según el tamaño del municipio.
- 4 Gastos, de las diez medidas más relevantes, en valores absolutos.
- 5 Existencia de centros especializados, en materia de inmigración, en los municipios del Fondo.
- 6 Distribución provincial (en porcentajes) de los municipios con servicios especializados en inmigración.
- 7 Distribución provincial de los municipios según el porcentaje de ejecución del Fondo realizado por el ayuntamiento.
- 8 Municipios que utilizan el logotipo del Fondo.
- 9 Distribución provincial del porcentaje de municipios que emplea el logotipo del Fondo.
- 10 Municipios que generan productos y publicaciones asociados al Fondo.
- 11 Tipo de publicación o producto.
- 12 Fase del proceso de edición de los diferentes productos.
- 13 Municipios que emplean otros idiomas.
- 14 Publicaciones y productos asociados al Fondo según la provincia.
- 15 Municipios que contratan personal asociado al Fondo.
- 16 Características medias de las contrataciones.
- 17 Formación del personal contratado.
- 18 Porcentaje de municipios que contratan personal por provincia.
- 19 Municipios que aplican sistemas para evaluar el Fondo.
- 20 Sistemas de evaluación empleados.
- 21 Municipios con financiación adicional para el desarrollo de políticas migratorias.
- 22 Municipios financiados según la entidad.
- 23 Municipios con financiación adicional según tamaño de población y número de inmigrantes.
- 24 Distribución provincial de los municipios con financiación adicional.
- 25 Porcentaje de municipios del Fondo que desarrollan campañas de sensibilización.
- 26 Distribución provincial de los municipios que llevan a cabo campañas.
- 27 Distribución del número de campañas según la provincia.
- 28 Distribución del número de campañas según el eje.
- 29 Países de origen de los colectivos destinatarios de las campañas de sensibilización según la provincia.
- 30 Campañas de sensibilización en las que se elaboran publicaciones.
- 31 Tirada de publicaciones hechas en campañas de sensibilización.
- 32 Porcentaje de campañas según los idiomas empleados.
- 33 Campañas de sensibilización con publicidad en los medios de comunicación.



- 34 Distribución provincial de las campañas con publicidad.
- 35 Medios de comunicación empleados en la publicidad de las campañas.
- 36 Publicidad de las campañas de sensibilización en los medios de comunicación según el tamaño de la población.
- 37 Publicidad de las campañas de sensibilización en los medios de comunicación según el número de inmigrantes.
- 38 Porcentaje de municipios que desarrollan cursos de formación.
- 39 Distribución provincial de los municipios que realizan cursos.
- 40 Distribución del número de cursos según la provincia.
- 41 Distribución del número de cursos según el eje.
- 42 Cursos de formación con publicaciones.
- 43 Tirada de las publicaciones.
- 44 Idioma empleado en las publicaciones que informan al respecto.
- 45 Cursos con publicidad en los medios de comunicación.
- 46 Distribución provincial de los cursos con publicidad.
- 47 Publicidad según el medio de comunicación y la provincia.
- 48 Cursos de formación. Publicidad en los medios de comunicación según el tamaño de la población.
- 49 Distribución de los cursos con publicidad atendiendo al número de inmigrantes.
- 50 Porcentaje de municipios que desarrollan talleres.
- 51 Distribución provincial de los municipios que llevan a cabo talleres.
- 52 Distribución del número de talleres según la provincia.
- 53 Distribución del número de talleres según el eje.
- 54 Países de origen de los colectivos destinatarios de los talleres según la provincia.
- 55 Actuaciones que informan sobre publicaciones relacionadas con los talleres.
- 56 Tirada de las publicaciones asociadas a talleres.
- 57 Idioma empleado en las publicaciones.
- 58 Talleres con publicidad en los medios de comunicación.
- 59 Distribución provincial de los talleres con publicaciones.
- 60 Medios empleados en la publicidad de los talleres.
- 61 Talleres. Publicidad en los medios de comunicación según el tamaño de la población.
- 62 Publicidad de los talleres en los medios de comunicación según el tamaño de la población.
- 63 Porcentaje de municipios que desarrollan jornadas.
- 64 Distribución provincial de los municipios que organizan jornadas.
- 65 Distribución del número de jornadas según la provincia.
- 66 Distribución del número de jornadas según el eje.



- 67 Países de origen de los colectivos destinatarios de las jornadas según la provincia.
- 68 Actuaciones que informan sobre publicaciones.
- 69 Tirada de las publicaciones sobre jornadas.
- 70 Idiomas empleados en las publicaciones asociadas a las jornadas.
- 71 Jornadas con publicidad en los medios de comunicación.
- 72 Distribución provincial de las jornadas publicitadas.
- 73 Medios de comunicación empleados en la publicidad de las jornadas.
- 74 Jornadas. Publicidad en los medios de comunicación según el tamaño de la población.
- 75 Publicidad en los medios de comunicación según el número de inmigrantes.
- 76 Porcentaje de municipios que desarrollan servicios de información.
- 77 Distribución provincial de los municipios que han organizado servicios de información.
- 78 Distribución del número de servicios de información según la provincia.
- 79 Distribución del número de servicios de información según el eje.
- 80 Países de origen de los colectivos destinatarios de los servicios de información según la provincia.
- 81 Ubicación de los servicios de información.
- 82 Distribución provincial de los servicios de información.
- 83 Distribución de los servicios de información en función del número de inmigrantes de la localidad.
- 84 Porcentaje de municipios que desarrollan actividades para el alojamiento.
- 85 Distribución provincial de los municipios que han diseñado actividades relacionadas con el alojamiento.
- 86 Distribución del número de actividades para el alojamiento según la provincia.
- 87 Distribución del número de actividades para el alojamiento según el eje.
- 88 Distribución de los municipios que han desarrollado ayudas de emergencia.
- 89 Distribución provincial de los municipios que han desarrollado ayudas de emergencia.
- 90 Distribución del número de ayudas de emergencia según la provincia.
- 91 Distribución del número de ayudas de emergencia según el eje.
- 92 Porcentaje de municipios que desarrollan ayudas a asociaciones.
- 93 Distribución provincial de los municipios que han desarrollado ayudas a asociaciones.
- 94 Distribución del número de ayudas a asociaciones según la provincia.
- 95 Distribución del número de ayudas a asociaciones según el eje.
- 96 Distribución de los municipios que han desarrollado otras actuaciones no clasificadas.
- 97 Distribución provincial de los municipios que han desarrollado otras actuaciones no clasificadas.
- 98 Distribución del número de otras actuaciones según la provincia.
- 99 Distribución del número de otras actuaciones.

Nota: La ausencia de respuesta en algunas cuestiones así como el programa estadístico empleado para el tratamiento de los datos numéricos de esta publicación, podrían haber generado mínimos desajustes debidos al redondeo de los decimales y la exclusión de las omisiones (respuestas que no se incluyen en ninguna de las categorías determinadas para la variable en estudio).



Fondo de apoyo a la acogida y la integración
de inmigrantes así como al refuerzo
educativo de los mismos

Publicación gratuita. Prohibida su venta.