



Govern de les Illes Balears

Conselleria de Comerç, Indústria i Energia



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE ECONOMÍA
Y HACIENDA



Unión Europea

Fondo Europeo de
Desarrollo Regional

Evaluación del Plan de Comunicación del PO FEDER de Illes Balears 2007-2013

2007-2013  illes balears
una manera de hacer  europa

Índice

1. METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN.....	2
1.1. Diseño técnico de la evaluación.....	3
1.2. Métodos y técnicas utilizadas.....	4
1.3. Valoración general de la metodología propuesta.....	7
2. ANÁLISIS DE LA PROGRAMACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN.....	8
2.1. Evaluación de la Pertinencia del Plan de Comunicación.....	9
2.2. Análisis de la validez y consistencia interna del Plan de Comunicación.....	13
2.3. Adecuación de la dotación de los medios económicos, humanos y técnicos asignados a las tareas de comunicación de los Fondos.....	17
2.4. Consideración del Principio de Igualdad de Oportunidades en la Estrategia de Comunicación.....	18
3. ANÁLISIS DE LA APLICACIÓN DE LAS MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD.....	20
3.1. Avances en la ejecución de las medidas.....	20
3.2. Integración de las actividades de información y publicidad en los Informes Anuales de Ejecución.....	29
3.3. La repercusión de los sistemas de seguimiento en la calidad de la ejecución de las medidas.....	31
4. VERIFICACIÓN DE LA INCLUSIÓN DE LA INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD EN LAS ACTUACIONES DE VERIFICACIÓN Y CONTROL DE LOS FONDOS.....	39
5. INCORPORACIÓN DEL PRINCIPIO DE IGUALDAD DE OPORTUNIDADES EN LAS MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD.....	41
6. ANÁLISIS DEL IMPACTO: LOGROS Y DESAFÍOS DE LAS ACTIVIDADES EN MATERIA DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD.....	43
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES: PROPUESTAS DE MEDIDAS A ADOPTAR.....	49
8. BUENAS PRÁCTICAS.....	53

1. METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN

Uno de los aspectos más novedosos de la gestión de las actuaciones cofinanciadas por los Fondos Estructurales durante el período de programación 2007-2013 se ha centrado en los aspectos relacionados con la información y publicidad. Ello se debe a que “los ciudadanos de la Unión Europea no están suficientemente informados del papel que desempeña la Comunidad en los programas de financiación destinados a reforzar la competitividad económica, crear puestos de trabajo y fortalecer la cohesión interna”, como se señala en el considerando inicial del Reglamento (CE) Nº 1828/2006, de 8 de diciembre, de la Comisión.

Este Reglamento dedica toda la Sección 1ª de su Capítulo II a las disposiciones relativas a las actividades de información y publicidad que deben llevar a cabo los Estados miembros en relación con las intervenciones de los Fondos Estructurales. De esta forma, la gestión de las actividades de Información y Publicidad en los Programas Operativos ha pasado a constituir una obligación jurídica y la garantía de su realización recae, tanto sobre la Autoridad de Gestión, como sobre los propios beneficiarios.

La actual normativa ha supuesto un salto cualitativo relevante respecto a la programación precedente del período 2000-2006, por su mayor nivel de exigencia y precisión. Así, la gestión del Programa Operativo (PO) FEDER de Illes Balears 2007-2013 integra acciones de visibilidad de las actuaciones previstas. La puesta en marcha de tales actuaciones, así como su seguimiento y evaluación, debe ser, como la del resto de ámbitos de gestión, especialmente cuidada. Por lo tanto, su correcta ejecución exige el cumplimiento de las exigencias establecidas por la normativa comunitaria en materia de Información y Publicidad.

Teniendo en cuenta lo anterior, la evaluación de los Planes de Comunicación tiene por objeto valorar el grado de consecución de los objetivos estratégicos del mismo, esto es, medir la eficacia de las medidas de comunicación emprendidas. Como se reconoce en el artículo 4.2.c del Reglamento (CE) Nº 1828/2006, es necesario “... que se evalúen los resultados de las medidas de información y publicidad en cuanto al grado de visibilidad y concienciación de los programas operativos (PO), así como del papel desempeñado por la Comunidad”.

Por lo tanto, su realización se justifica por la necesidad de comprobar si la aplicación de dichos Planes está logrando aumentar la visibilidad de los Fondos Estructurales de los Programas Operativos y del papel desempeñado por la Unión, así como la transparencia de la ayuda procedente de los Fondos (artículo 69 del Reglamento (CE) Nº 1083/2006).

Para ello, la *Direcció General de Fons Europeus de la Conselleria de Comerç, Indústria i Energia del Govern de les Illes Balears* ha elaborado el **Plan de Comunicación del PO FEDER de Illes Balears 2007-2013**. Dicho Plan se ha configurado como el principal instrumento para establecer, en primer lugar, las medidas en materia de comunicación

necesarias para dar una mayor notoriedad y transparencia a la actuación de la UE en las islas y, en segundo lugar, para determinar las responsabilidades y funciones de las diferentes partes implicadas en la gestión de las operaciones cofinanciadas por el FEDER.

Desde esta perspectiva, el alcance, contenido y objetivos de la presente evaluación se ajusta a lo determinado por la *Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER, Fondo de Cohesión y FSE 2007-2013*, elaborada por la Dirección General de Fondos Comunitarios del Ministerio de Economía y Hacienda, con la colaboración de la Unidad Administradora del FSE del Ministerio de Trabajo e Inmigración, en el seno del Grupo Español de Responsables de Información y Publicidad (GERIP). En este sentido, el objeto principal de la evaluación es “analizar el grado de ejecución y resultados e impactos logrados por el Plan de Comunicación”, apreciando, asimismo, la calidad de la programación de la estrategia de comunicación y de las medidas aplicadas para garantizar la publicidad de la intervención y el cumplimiento de los requisitos que, en esta materia, establecen los actuales reglamentos comunitarios.

1.1. DISEÑO TÉCNICO DE LA EVALUACIÓN

El diseño técnico de la evaluación de los Planes de Comunicación se ha realizado por las Autoridades de Gestión de las intervenciones estructurales en España. Ello se debe a que la Comisión Europea no ha proporcionado unas orientaciones indicativas específicas sobre la metodología de evaluación a aplicar. Su papel en este sentido se ha limitado a la publicación en su página web de unas fichas metodológicas orientativas para la evaluación de las actuaciones de información y publicidad en el nuevo periodo de programación 2007-2013 y de una serie de documentos e informes de trabajo con la finalidad de que puedan constituirse como referencia para los países miembros¹.

En consecuencia, el Estado español ha sido el que ha establecido el desarrollo y la aplicación práctica de los principios a seguir respecto a la evaluación de la comunicación de los Fondos Estructurales. De esta forma, el alcance, contenido y objetivos de la presente evaluación se ajusta a lo determinado por la *Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER, Fondo de Cohesión y FSE 2007-2013*.

Dicha Guía significa, por lo tanto, el **marco común de trabajo** a seguir para el conjunto de las evaluaciones de los distintos Planes de Comunicación de los PO de España, al articular, de forma coordinada, el proceso a seguir para estas evaluaciones. Este procedimiento de evaluación de los Planes de Comunicación ha sido configurado de acuerdo con la normativa vigente y con las orientaciones metodológicas en esta materia en base a:

¹ Véase en la siguiente dirección de Internet: http://ec.europa.eu/regional_policy/country/commu/index_es.htm.

- + Los objetivos de los Planes de Comunicación, es decir, visibilidad de los Programas Operativos y concienciación de la ciudadanía acerca del papel que Europa juega, a través de la aplicación de la Política Cohesión, en la mejora de su calidad de vida.
- + El alcance de la misma a los grupos objetivo de las actuaciones de comunicación, es decir, los beneficiarios, los beneficiarios potenciales y el público en general.
- + El principio de proporcionalidad (conforme al artículo 4.3 del *Reglamento (CE) nº 1083/2006 del Consejo, por el que se establecen las disposiciones generales relativas al Fondo Europeo de Desarrollo Regional, al Fondo Social Europeo y al Fondo de Cohesión, y el Reglamento (CE) Nº1080/2006 del Parlamento Europeo y del Consejo de 5 de julio de 2006 relativo al Fondo Europeo de Desarrollo Regional y por el que se deroga el Reglamento (CE) no 1783/1999.*

Su diseño se ha organizado en dos grandes fases:

- + Elaboración de los indicadores de seguimiento y evaluación para que éstos se incluyesen y cuantificasen en los Planes de Comunicación, que debían ser declarados aceptados por la Comisión Europea.
 - + Elaboración y distribución de instrucciones a los órganos implicados en el desarrollo de las actuaciones contenidas en los Planes de Comunicación para asegurar su cumplimiento.
 - + Cuantificación de los indicadores incluidos en los Planes de Comunicación y volcado en las correspondientes bases de datos.
- + Establecimiento de la metodología y criterios de evaluación a aplicar.

Bajo este planteamiento general, el **objetivo principal de la evaluación** es “*analizar el grado de ejecución y resultados e impactos logrados por el Plan de Comunicación*”, apreciando, asimismo, la calidad de la programación de la estrategia de comunicación y de las medidas aplicadas para garantizar la publicidad de la intervención y el cumplimiento de los requisitos que, en esta materia, establecen los actuales Reglamentos comunitarios. El **horizonte temporal** que abarca la presente evaluación comprende las medidas y actuaciones ejecutadas entre el 1 de enero de 2007 y el 31 de marzo de 2010.

1.2. MÉTODOS Y TÉCNICAS UTILIZADAS

+ Sistema de indicadores.

El diseño de indicadores de seguimiento y evaluación constituye un ejercicio fundamental para la evaluación del desarrollo y resultados alcanzados por un Programa o Estrategia. De esta manera y, de acuerdo con la línea de trabajo mantenida por el GERIP, los indicadores de seguimiento y evaluación han sido elaborados y cuantificados conforme a distintas directrices para ser incluidos en los Planes de Comunicación de los PO FEDER, Fondo de Cohesión y FSE 2007-2013.

Dichos indicadores, iguales para todos los Planes de Comunicación, se caracterizan por su:

- **Diseño:** los indicadores de seguimiento y evaluación han sido homogeneizados en su definición, de acuerdo con el Anexo 2 de la *Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER, Fondo de Cohesión y FSE 2007-2013*, atendiendo a:
 - ✓ Las actividades de información y publicidad que se incluyen en cada uno de los Planes de Comunicación aceptados por la Comisión.
 - ✓ El ámbito de actuación de los Planes de Comunicación (la evaluación no está vinculada al Programa Operativo y/o Fondo).
 - **Tipología:** los indicadores se dividen en:
 - ✓ Indicadores de realización, para conocer el número y tipo de actuaciones de información y publicidad que se han llevado a la práctica.
 - ✓ Indicadores de resultado, para evaluar los efectos directos y en el corto plazo de las actuaciones de información y publicidad contenidas en los Planes.
- La estimación de los valores a alcanzar por cada uno de los indicadores se ha consensuado también que:
- ✓ Se realice a 2013, puesto que es la referencia de los Planes de Comunicación y teniendo en cuenta que el carácter de las actuaciones de comunicación hacen que sus efectos sobre los destinatarios requieran mayor plazo para ser observados.
 - ✓ Se consideren las actividades ejecutadas por los responsables de los Planes de Comunicación y por los Organismos Intermedios beneficiarios y/o gestores del/los Programas Operativos a los que en ellos se haga referencia.
- **Proporcionalidad:** La evaluación de las actividades de información y publicidad y de los documentos asociados para apreciar la coherencia, eficacia e impacto de la estrategia de comunicación ha respetado el principio de proporcionalidad. De esta forma, el alcance de la presente evaluación es el apropiado para avanzar en la consecución de los objetivos fijados para la misma en la citada Guía Metodológica.

Además de estos indicadores de realización y resultados, para la evaluación se han diseñado unos indicadores de impacto, que permitan medir los efectos o consecuencias más a largo plazo de las actuaciones en materia de información y publicidad y si esos efectos son atribuibles a dichas intervenciones.

En la selección de estos indicadores se ha tenido en cuenta la claridad en su delimitación, la sencillez en su aplicación y la representatividad en cuanto a los objetivos que pretende la propia evaluación. Así, a través de estos indicadores, se pretende recoger en aquellas actuaciones dirigidas a los aspectos más directamente ligados con la información, el grado de transparencia requerida para lograr la selección de las mejores actuaciones posibles a cofinanciar a través de la Política de Cohesión.

En este sentido, en lo que respecta a las actuaciones de los distintos colectivos implicados en la aplicación de los fondos en cada Programa Operativo se plantean tres indicadores de impacto:

- Grado de conocimiento de las obligaciones existentes en la programación, gestión, seguimiento, control, evaluación e información y publicidad.
- Tasa de satisfacción, que indica la valoración de los beneficiarios/Organismos Intermedios y/o gestores o partícipes respecto a la información facilitada.
- Tasa de utilidad de las actuaciones.

De cara al conocimiento que la ciudadanía tiene de los fondos procedentes de la Unión Europea y del papel que ésta juega en la mejora de su calidad de vida, se han añadido dos indicadores:

- Grado de conocimiento de los distintos Fondos Estructurales y del fondo de Cohesión.
- Grado de conocimiento del papel desempeñado por la Unión Europea.

➤ **Análisis Documental.**

El análisis documental ha permitido llevar a cabo el examen del marco de referencia relativo a las actuaciones en materia de Información y Publicidad.

El análisis documental se ha realizado al inicio del proceso de la Evaluación de los Planes de Comunicación, puesto que suministra información básica sobre el contexto, estrategia, objetivos y medidas a ejecutar, así como sobre los logros previstos alcanzar en materia de Información y Publicidad.

➤ **Entrevistas.**

Se han llevado a cabo entrevistas, tanto directas, como realizadas a través de encuestas. Estas entrevistas han sido una herramienta importante para la obtención de información cuantitativa y han permitido cruzar dicha información con la obtenida de los indicadores de evaluación, analizando con mayor profundidad los efectos directos e indirectos de las medidas de Información y Publicidad puestas en marcha.

Atendiendo a criterios de equilibrio en cuanto a representatividad y calidad, se ha entrevistado a la Autoridad de Gestión, al Organismo Intermedio del Govern de les Illes Balears y a otros organismos en su calidad de beneficiarios y/o gestores de los fondos, con la finalidad de obtener información, no sólo cuantitativa, sino también cualitativa ligada con las propias medidas de comunicación llevadas a cabo, y con la repercusión de la información en la mejora de la propia gestión de los Fondos. Asimismo, se han realizado entrevistas a beneficiarios privados de las ayudas comunitarias, que han permitido también recoger su visión respecto a la información y publicidad de la ayuda FEDER.

Finalmente se ha llevado a cabo un proceso de encuestación a la población con el objetivo de dar respuesta a lo exigido reglamentariamente, en el sentido de dar transparencia a las actuaciones cofinanciadas a través de los distintos Programas Operativos para los que se

han elaborado los distintos Planes de Comunicación y contrastar si el público en general está concienciado del papel que la Unión Europea juega en la mejora de su calidad de vida. Asimismo, la realización de estas encuestas ha permitido evaluar los dos últimos indicadores de impacto señalados anteriormente.

+ Grupos de Discusión.

Los grupos de discusión han tenido por finalidad identificar las causas de necesidades o problemas en materia de información y publicidad, y sus posibles soluciones. En concreto las mismas han abordado las temáticas de sensibilización y conciencia de la ciudadanía y accesibilidad y calidad en la formación e información.

En ellos han participado los distintos tipos de agentes implicados en la gestión y desarrollo de las actuaciones en materia de información y publicidad, aprovechando para ello las distintas redes montadas al efecto.

1.3. VALORACIÓN GENERAL DE LA METODOLOGÍA PROPUESTA

La metodología de la evaluación descrita anteriormente supone una respuesta completa a los requerimientos reglamentarios que deben satisfacerse en materia de evaluación de los Planes de Comunicación. De hecho, las líneas maestras en las que se apoya sobrepasan el mero ámbito descriptivo de las actuaciones llevadas a cabo, al formular un planteamiento esencialmente analítico y prospectivo, de cara a obtener los resultados más precisos posibles sobre los logros alcanzados y la probabilidad de conseguir los objetivos marcados para todo el período.

Con tales fines, la selección de los métodos y técnicas a aplicar responde al propio diseño de evaluación adoptado en la *Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER, Fondo de Cohesión y FSE 2007-2013*. Todo ello ha facilitado la adopción de un enfoque centrado sobre los puntos fundamentales que debe atender la evaluación al objeto de propiciar la obtención de un valor añadido de cara a mejorar el funcionamiento de los Planes de Comunicación en los próximos años.

A este respecto, las herramientas de evaluación diseñadas y los mecanismos de obtención y análisis de datos han permitido sustentar las valoraciones finales. Ello permite concluir la adecuación de la metodología para contestar, con las máximas garantías, las preguntas de evaluación y, por otro, la idoneidad de las técnicas formuladas para contribuir a la apreciación del desempeño del Plan respecto a su eficacia e impacto.

2. ANÁLISIS DE LA PROGRAMACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

El *PO FEDER de Illes Balears* constituye un importante instrumento de apoyo para “el establecimiento de un tejido económico competitivo, que comporte un equilibrio territorial, sectorial y temporal de la actividad económica, en el marco de un proceso de desarrollo sostenible con la finalidad de continuar avanzando hacia una mayor cohesión económica y social”.

Informar de los logros alcanzados para la consecución de dichos objetivos exige diseñar un esquema de actuación orientado a garantizar la publicidad de la intervención, la transparencia de su ejecución y la información de los avances producidos en la misma. Para ello, se ha diseñado un Plan de Comunicación específico para el PO FEDER, que contiene la estrategia general, las actividades de comunicación a llevar a cabo y los dispositivos de aplicación del Plan.

Su elaboración ha tenido muy presente el **principio de proporcionalidad** en el sentido de que el número de actuaciones recogidas en el Plan guarda una estrecha relación con el montante de fondos europeos percibidos por la región. Dicho principio se evidencia, igualmente, por la cantidad de actuaciones que cada organismo que interviene en el PO debe realizar en materia de comunicación, que está muy vinculada con su participación dentro del mismo. Por todo ello, la aplicación del principio de proporcionalidad se valora positivamente en este Plan. Además, el análisis realizado ha tenido presente el principio de proporcionalidad que queda, en todo caso, patente en la valoración de las actuaciones de comunicación del Plan en función de su cofinanciación vía FEDER, así como en la valoración de los indicadores.

El Plan de Comunicación del PO FEDER de Illes Balears parte de una premisa esencial, que es su vocación continuista. Su voluntad ha sido preservar los elementos del *Plan de Acción de Información y Publicidad del DOCUP de Illes Balears 2000-2006* (incluido en el Complemento de Programa) que mejor rendimiento han dado, e incorporar aquellos otros que permitan abrir nuevos ámbitos de comunicación y nuevas medidas, con el fin de obtener el mayor impacto posible en términos de visibilidad y transparencia de las operaciones cofinanciadas.

La nueva estrategia de comunicación pretende consolidar los resultados logrados y, al mismo tiempo, mejorar la calidad y la eficacia de las medidas de información y publicidad, a través, tanto del establecimiento de unos objetivos concretos que permiten avanzar en la dirección ya tomada en el período 2000-2006.

Tales objetivos se resumen en los tres siguientes:

- + **Objetivo Final 1** (OF.1): Informar a los beneficiarios y los beneficiarios potenciales de las oportunidades que abre el PO.

- + **Objetivo Final 2** (OF.2): Continuar asegurando la transparencia de la intervención para mejorar la eficacia, eficiencia y calidad de los proyectos cofinanciados.
- + **Objetivo Final 3** (OF.3): Mejorar la visibilidad de la actuación de la Unión Europea y sensibilizar a la opinión pública sobre el papel que desempeña en colaboración con el Estado y el Govern de les Illes Balears para el crecimiento económico y el progreso social de las Islas.

2.1. EVALUACIÓN DE LA PERTINENCIA DEL PLAN DE COMUNICACIÓN

La pertinencia del Plan de Comunicación estudia, por un lado, el grado de cumplimiento de las obligaciones reglamentarias establecidas respecto al diseño y contenido del mismo y, por otro, el grado de atención a las recomendaciones de la red INFORM para la adecuada planificación, gestión y ejecución de las acciones de información y publicidad².

Respecto a **la pertinencia con relación a las obligaciones reglamentarias respecto al diseño y contenido del Plan**, hay que señalar que el alcance del *Plan de Comunicación del PO FEDER de Illes Balears* responde, convenientemente, al determinado por el artículo 2 del Reglamento (CE) Nº 1828/2006, puesto que considera todos los aspectos que en él se citan, a saber:

- + Los objetivos y los grupos destinatarios.
- + La estrategia y contenido de las medidas de información y comunicación.
- + El presupuesto indicativo para la aplicación del Plan.
- + Los servicios administrativos responsables de su aplicación.
- + Una indicación sobre los detalles para realizar el seguimiento y evaluación del Plan.

El contenido del Plan se adecua perfectamente al exigido por el citado *Reglamento (CE) nº 1083/2006*. De hecho, el Plan considera, además, elementos adicionales a los requeridos por la normativa de aplicación. Estos apartados adicionales han posibilitado mejorar la calidad de la programación de la comunicación llevada a cabo en aspectos tales como:

- + **Mejora de la consistencia de la estrategia**: El análisis de la situación de partida del capítulo 2 ha resultado de gran utilidad en la medida en que ha evitado construir, como ya se ha comentado, el Plan de Comunicación sobre el vacío, de forma que ha podido partir sobre la base de lo ya existente. Así, se han preservado aquellos componentes de la estrategia del período anterior que han proporcionado unos buenos resultados, complementándola, al mismo tiempo, con actividades adicionales que han enriquecido la estrategia actual para hacer frente a los principales retos

² Esta red es la plataforma de Información y Comunicación de la Comisión Europea, que promueve el intercambio de experiencias y conocimientos entre los responsables de comunicación, jefes de proyecto y todas las personas interesadas en informar sobre las intervenciones de los Fondos Estructurales y de Cohesión en los Estados miembros.

identificados por el Plan. En consecuencia, la solidez de la estrategia obedece a los resultados y lecciones aprendidas de la aplicación de los programas anteriores del período 2000-2006.

- + **Mejora de la coordinación y de la gestión integral del Plan:** El apartado 5.1 del Plan, relativo a la creación de redes, expone el papel a desempeñar por el *Grupo Español de Responsables en materia de información y publicidad (GERIP)* integrado por la persona responsable en esta materia representante de la Autoridad de Gestión del FEDER y de las Comunidades Autónomas. La creación desde el principio de este grupo permitió coordinar la programación de los Planes de Comunicación y constituye un instrumento fundamental para mejorar todas las fases de su gestión (puesta en marcha, ejecución, seguimiento y evaluación).

En resumen, el grado de cumplimiento de las exigencias establecidas reglamentariamente respecto al diseño y contenido de los Planes de Comunicación es máximo. Por lo tanto, **desde la perspectiva del contenido y alcance del Plan, la evaluación de la pertinencia del mismo es muy positiva.**

En cuanto a la **pertinencia con relación a las orientaciones comunitarias en materia de información y publicidad**, hay que examinar la adecuación de la estrategia de comunicación diseñada para dar información y publicidad del PO FEDER de Illes Balears respecto a la documentación existente en esta materia procedente de la red INFORM de la Comisión Europea.

- a) **Las orientaciones relativas a la programación de la comunicación:** La etapa inicial de programación o planificación del presente Plan de Comunicación se ha caracterizado por el impulso otorgado a los **principios de descentralización, proporcionalidad y de cooperación**, dando cabida a la participación de los diversos organismos involucrados. En este sentido, los retos actuales sobre la mejora de la información y publicidad de los Fondos Estructurales han sido abordados en el seno del GERIP, lo que ha permitido dar una respuesta conjunta y eficaz, evitando una excesiva dispersión, tanto de los objetivos, como de las acciones y mensajes a trasladar a los diferentes destinatarios de la estrategia. Así, se ha articulado una estrategia sobre unas bases comunes, que ha favorecido la generación de sinergias mediante el apoyo recíproco entre mensajes, pero, al mismo tiempo, suficientemente flexible para adecuar la misma a las características específicas de cada intervención en su respectivo *Plan de Comunicación*.

Lo anterior ha hecho que la valoración de la pertinencia del Plan respecto a las recomendaciones de la red INFORM a tener en cuenta en la fase de preparación de los Planes sea **muy positiva.**

- + La estrategia de comunicación está perfectamente definida a través de los objetivos establecidos y los retos identificados.
- + Los grupos destinatarios son claramente presentados y, de forma implícita, también sus necesidades de información.

- + Las medidas que se han diseñado están adecuadamente organizadas por Objetivos Estratégicos, Medidas y Destinatarios.
- + Las responsabilidades de comunicación han sido expuestas y se señalan los datos de referencia de las personas designadas con competencias en esta materia.
- + Se ha creado un sistema de seguimiento apropiado para dar cumplimiento con lo establecido al respecto en el artículo 4 del Reglamento (CE) Nº 1828/2006, garantizando que se dispone en todo momento de la información necesaria para atender los requerimientos de la normativa comunitaria. Al igual, también se contempla un proceso de evaluación dirigido a valorar el grado de consecución de los objetivos del Plan, a partir del análisis de la eficacia y el impacto de las medidas de comunicación emprendidas.

b) **Las orientaciones relativas a la gestión operativa y aplicación de los Planes:** Las recomendaciones de la red INFORM para una eficiente gestión operativa y aplicación de los Planes de Comunicación han estado dirigidas a **mejorar la capacidad organizativa** de los agentes encargados de desarrollar las acciones de información y publicidad, con el fin de favorecer una ejecución eficaz y la calidad en el buen funcionamiento de los Planes.

- + En este sentido, el Plan presenta, igualmente, un **elevado grado de pertinencia**, debido, sobre todo, al **importante papel de coordinación** que está realizando, desde el primer momento, el **GERIP** para la mejora de la gestión de la comunicación. Desde esta red, se ha hecho hincapié en la importancia del cumplimiento de las disposiciones normativas de aplicación en materia de información y publicidad, y de la verificación de la utilización de los instrumentos de comunicación correspondientes en función de la naturaleza de las operaciones.
- + Asimismo, se ha insistido en la necesaria **implicación de los beneficiarios** para una buena ejecución de las medidas, alentándoles para que demuestren que son conscientes de la importancia del papel que desempeñan en la aplicación de los Fondos. Además, la participación en el GERIP de todos los Organismos Intermedios, jefes de fila de la gestión de los Fondos Europeos en cada Administración Regional, ha posibilitado, además, abrir múltiples niveles de información, en función de la posición en la que se encuentran dentro de la estructura organizativa en la aplicación de los Fondos. De esta forma, se configura una *“cadena de transmisión”* que actúa como portavoz de Europa en todas las regiones y municipios.

En el caso de Illes Balears, se ha reforzado este compromiso por una información óptima de los Fondos con el diseño, desde el primer momento, de los procedimientos de comunicación a seguir, que se han materializado documentalmente en la *Guía práctica de información y publicidad de las intervenciones cofinanciadas por el FEDER 2007-2013 en las Illes Balears*. Dicha Guía constituye una herramienta útil que facilita la labor de los órganos gestores de proyectos en lo relativo a las obligaciones en materia de comunicación de las actuaciones que se ejecuten. Además, se facilitan instrucciones detalladas al respecto a lo largo de todo el período de programación a

los diferentes organismos implicados, lo que ayudará a mejorar conocimiento sobre los mecanismos de gestión relacionados con la información y publicidad.

- + El **único aspecto que presenta algún margen relativo de mejora se refiere a la creación de estructuras específicas de publicidad dentro de los órganos gestores de fondos de la CAIB**. En realidad, la escasa dotación de medios ha impedido generar este tipo de estructuras, si bien se ha compensado con la designación de la persona responsable en materia de información y publicidad dentro de cada organismo participante en el PO.
- c) **Las orientaciones relativas al seguimiento y evaluación de los Planes:** Las recomendaciones que se han indicado para el seguimiento y evaluación de los Planes de Comunicación pretenden, por un lado, garantizar la disponibilidad de información permanente sobre el avance en la implementación y, por otro, asegurar la revisión del Plan para adaptarlo a los posibles cambios que pudieran producirse durante su aplicación. Estas orientaciones han sido consideradas, igualmente, en el *Plan de Comunicación del PO FEDER de Illes Balears*.
 - + El seguimiento de las acciones de información y publicidad ha sido objeto de un capítulo en los últimos Informes Anuales de Ejecución del PO, estableciéndose los mecanismos oportunos para que se proceda, de esta misma forma, en todas las próximas anualidades.
 - + También la Dirección General de Fondos Comunitarios del Ministerio de Economía y Hacienda, como Autoridad de Gestión del PO, ha creado una aplicación informática específica que almacena toda la información necesaria que se precisa para satisfacer las exigencias que requiere un seguimiento óptimo de las acciones de comunicación. Dicha aplicación recoge los diferentes indicadores de realización y resultados de tales acciones, que debe completarse periódicamente y formará parte del sistema informático *Fondos 2007* para la gestión y seguimiento de los fondos de este nuevo período, que ha desarrollado la Dirección General de Fondos Comunitarios.
 - + Además, se ha establecido un proceso de evaluación, que se describe en la *Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER, Fondo de Cohesión y FSE 2007-2013*, elaborada por la Dirección General de Fondos Comunitarios del Ministerio de Economía y Hacienda, en colaboración con la Subdirección General de la Unidad Administradora del Fondo Social Europeo del Ministerio de Trabajo e Inmigración. Este procedimiento se basa en dos grandes fases: en primer lugar, la elaboración y cuantificación de los indicadores de seguimiento y evaluación incluidos en el Plan de Comunicación y, en segundo lugar, el establecimiento de la metodología y criterios de evaluación a aplicar para apreciar la calidad de las medidas aplicadas, el grado de cumplimiento de la normativa en materia de información y publicidad, el impacto del Plan e identificar buenas prácticas en materia de comunicación. Esta etapa tiene por objeto, por lo tanto, preparar las herramientas de análisis necesarias para el estudio, y posterior

utilización, del grado de ejecución y resultados e impactos logrados por el Plan de Comunicación.

Dicha Guía resulta de gran utilidad, no sólo a los equipos evaluadores para el análisis de la estrategia de comunicación, el avance de la ejecución, la estimación de impactos y la identificación de buenas prácticas, sino también para la Autoridad de Gestión y todos los Organismos Intermedios, ya que dispone los mecanismos para hacer el seguimiento de las actuaciones recogidas en los Planes de Comunicación, que se debe plasmar en los distintos Comités de Seguimiento y en los Informes Anuales correspondientes.

En función de las consideraciones anteriores, la valoración conjunta de la pertinencia del Plan puede considerarse **adecuada** tanto en lo que se refiere a su contenido y alcance como a la consideración de las recomendaciones de la red INFORM en todos los ámbitos.

2.2. ANÁLISIS DE LA VALIDEZ Y CONSISTENCIA INTERNA DEL PLAN DE COMUNICACIÓN

El análisis de la validez y consistencia interna del Plan de Comunicación examina el grado de **adecuación existente entre los objetivos establecidos por el Plan y las líneas de actuación diseñadas**.

En este sentido, la propia articulación del Plan ya ofrece una aproximación de la lógica de intervención que plantea. Así, el detalle de la articulación del Plan se ha basado en la secuencia *Objetivos Finales – Líneas básicas de Actuación (Medidas) – Acciones*, cuyo estudio permite valorar la coherencia del Plan y la calidad del enfoque las acciones del mismo para alcanzar los resultados fijados.

En la medida en que la coherencia se deduce de la lógica de intervención presentada, dispuesta en términos de vinculación entre las medidas con los objetivos que el Plan persigue, su análisis debe apreciar el grado de integración de los distintos componentes del Plan (objetivos, medidas y acciones), aportando, en consecuencia, la magnitud en la que las diferentes Medidas contribuyen a los objetivos generales planteados.

El análisis efectuado constata que los objetivos del Plan son la consecuencia lógica de las medidas de información y publicidad previstas, cuya ejecución debe contribuir al logro de los objetivos finales establecidos. Este elevado grado de coherencia se aprecia en dos hechos característicos: todas las Medidas se asocian con un objetivo final y no hay ningún objetivo que esté sin atender por, al menos, alguna de las Medidas.

En particular, el 57% de las Medidas del Plan contribuyen al logro del objetivo de *mejorar la visibilidad de la actuación de la UE y sensibilizar a la opinión pública sobre el papel que desempeña* (OF.3), frente al 23% que favorece la consecución del objetivo de *continuar asegurando la transparencia de la intervención* y el 20% de las Medidas que facilitan

avanzar en la dirección del objetivo de *informar a los beneficiarios y los beneficiarios potenciales de las oportunidades del PO*.

La visibilidad aparece, por lo tanto, como un pilar básico de la estrategia, que pretende afianzarse a través de actuaciones que destacan, desde diversas ópticas, la imagen de la UE y el FEDER, procurando enfatizar una identidad escrita y visual homogénea de los diversos proyectos apoyados por los PO.

Mientras, la información y la comunicación son las encargadas de fortalecer los procesos de transparencia promovidos por la UE. Para ello, el desarrollo de una comunicación participativa actúa, además, como un elemento dinamizador de los cambios económicos, sociales y territoriales que aspiran conseguirse por el Programa y los proyectos de la UE.

En consecuencia, el modelo planteado busca la construcción de un manejo informativo adecuado y dinamizador de las posibilidades de comunicación existentes en torno al PO y a las operaciones que engloba, velando, además, porque la intervención se desarrolle en condiciones que permitan la máxima visibilidad de la cooperación europea y evitando que se confunda con otros proyectos promovidos por otro tipo de instituciones.

Así, la vinculación entre objetivos y Medidas del Plan resulta bastante apropiada, si bien cabe ponderar la conveniencia de introducir ciertos **retoques**, como son:

- + La **reasignación de una actuación de la Medida 2 orientada a los beneficiarios potenciales** (*Transmitir las obligaciones derivadas de la obtención de la financiación comunitaria*) a la Medida 2 orientada a la población en general (*Difundir el papel de la UE en el desarrollo regional y el esfuerzo compartido del FEDER y las Administraciones Públicas en la financiación de las inversiones del Programa*).

Este ajuste consistiría en concentrar más la Medida 2 orientada a los beneficiarios potenciales, que se desarrollaría solamente a través de 3 actuaciones concretas: las dos relacionadas con *dar a conocer las tareas de gestión del PO en caso de recibir financiación del PO –Actuaciones 2.1 y 2.2–* y una tercera relativa a *la aceptación de ser incluido en la Lista de Beneficiarios* (como establece el artículo 5 del Reglamento (CE) nº 1828/2006) –*Actuación 2.3*–.

Por su parte, las acciones previstas de publicidad y promoción de proyectos (Actuación 2.4.) encajan mejor dentro del contenido de la Medida 2, dirigida al conjunto de la ciudadanía balear.

- + **El replanteamiento de la contribución de determinadas Medidas a los objetivos del Plan**, en particular de aquellas que se ha estimado que favorecen la consecución de varios objetivos del Plan al mismo tiempo. Desde esta perspectiva, se ha creído oportuno delimitar, de forma más concisa, la aportación de cada actuación concreta al objetivo fundamental que persiguen las distintas Medidas, sin reducir la capacidad de generación de sinergias del Plan.

De esta forma, sin modificar la estrategia del Plan, aumentaría la idoneidad de la disposición de las acciones previstas para elevar la solidez de la articulación del Plan, y se

conseguiría un mayor grado de consistencia, al incrementarse la homogeneidad interna de las Medidas, que incluirían únicamente actuaciones tendentes a lograr los mismos objetivos.

Además, el estudio de la consistencia del Plan también analiza **la coherencia en relación con las necesidades de información de los destinatarios** del mismo. En este sentido, la planificación de la comunicación ha tenido muy presente los destinatarios a los que debe llegar el Plan con el fin de maximizar el impacto de la estrategia y de las acciones de información y publicidad. Dado que se generan auditorios diferentes con la comunicación que se plantea, la estrategia también considera los distintos niveles de interés y sensibilidad en tales auditorios, lo que determina, en parte, el tipo de comunicación más pertinente. Ello ha motivado la necesidad de formular un esquema de intervención estructurado en tres grandes bloques de público objetivo: los beneficiarios potenciales, los beneficiarios y la población en su conjunto.

De esta forma, ha sido posible definir una **estrategia de comunicación más eficaz**, centrada en las necesidades que presentan tales grupos y en los diferentes requerimientos informativos y la capacidad de cada uno para generar corrientes de opinión. Esta identificación de los colectivo-objetivos de las medidas a llevar a cabo facilita que el mensaje de esfuerzo compartido y conjunto de la UE, el Estado y el Govern de les Illes Balears a favor del desarrollo regional de las Islas se extienda a todas las esferas y, por tanto, tenga el mayor alcance posible.

Las necesidades de información que precisan cada uno de los tipos de destinatarios a los que se dirige el Plan deben estar presentes en el diseño de cualquier estrategia de comunicación. Con ello, el impacto de las acciones de información y publicidad será elevado y los objetivos fijados alcanzables. Si bien el *Plan de Comunicación del PO FEDER* de Illes Balears no enumera explícitamente las necesidades de información que presentan los grupos destinatarios del mismo, sí alude a los **principales retos** que deben afrontarse en materia de comunicación.

- + A los beneficiarios potenciales y órganos gestores la imagen de **máxima transparencia** en el acceso y uso de los fondos, en la medida en que cuanto más rigurosa y competente sea la información, mayor será también la cuota de responsabilidad de cada uno de los agentes intervinientes. Dando con ello respuesta al reto de consolidar los resultados logrados en cuanto a los niveles de transparencia en la ejecución de los fondos y la información sobre el contenido y las disposiciones de aplicación de la intervención. De este modo se afronta el reto recogido en el Plan de mejorar la eficacia de las actuaciones dirigidas a la ciudadanía para poner de manifiesto el importante papel que la UE desempeña a través de la Política Regional Comunitaria.
- + A la población en general la imagen de **máxima contribución** para favorecer el progreso social y económico del archipiélago y la calidad de vida de las personas, dando a conocer las acciones emprendidas por la UE, en asociación con el Estado, y los resultados logrados. Dicho reto se deriva, directamente, del menor impacto que

parece haber tenido la estrategia de comunicación del período 2000-2006 en el logro de los objetivos cuyo destinatario era el conjunto de la población. De hecho, aunque las medidas llevadas a cabo para la difusión de las actuaciones cofinanciadas han hecho uso de una amplia y diversificada batería de instrumentos de información y publicidad, y su alcance potencial afectaba a todos los ciudadanos, el mensaje de la contribución de los Fondos Estructurales al desarrollo regional aún presenta márgenes de mejora.

Las respuestas programadas a tales retos han permitido dar una respuesta directa a las necesidades de cada uno de los colectivos destinatarios: el conocimiento de las características de los PO, así como de las obligaciones y responsabilidades derivadas de la cofinanciación, en el caso de los beneficiarios potenciales; el conocimiento de la normativa y los reglamentos comunitarios, por un lado, y de los procedimientos de gestión de los Fondos, por otro, en el caso de los beneficiarios; y, finalmente, los objetivos de la Política Regional Comunitaria y los Fondos Estructurales, los proyectos cofinanciados y los resultados y beneficios alcanzados con las mismas, en lo que se refiere al público en general.

Desde esta perspectiva, hay que señalar que las demandas de información que pueden tener, tanto los órganos gestores y beneficiarios, como los beneficiarios potenciales del PO y el conjunto de la población, están atendidas apropiadamente por la estrategia de comunicación diseñada en el Plan. Prueba de ello es que todas las Medidas del Plan identifican concretamente su grupo destinatario y el contenido de las mismas se ajusta, de manera adecuada, a sus necesidades de información.

- + Como se puede observar, las necesidades de información de los beneficiarios potenciales del PO están atendidas por la mayor parte de las acciones incluidas en las Medidas 5 y 6, relacionadas con el OF.1. En ellas se incluyen varias actuaciones destinadas, fundamentalmente, a advertir de las posibilidades ofrecidas por la intervención conjunta de la UE, el Estado y la región.
- + Por su parte, las necesidades de información de los beneficiarios y órganos gestores del PO están contempladas, tanto por la Medida 6, vinculada, sobre todo, al OF.1., como por las Medidas 7 y 8 que contribuyen a clarificar las competencias y funciones de los agentes participantes. En conjunto, estas actuaciones pretenden la ordenación de los circuitos de información y de documentación, describiendo los sistemas, la organización y los procedimientos a seguir, así como los sistemas de auditoría a poner en funcionamiento.
- + Por último, las necesidades de información del público en general están cubiertas por todas líneas básicas de actuación del OF.3., que integra un número considerable de Medidas y acciones dirigidas a mejorar el conocimiento de los objetivos de la Política Regional y los Fondos Estructurales, y a destacar los beneficios logrados gracias a las inversiones apoyadas por el PO a través del FEDER.

Todo ello revela un elevado grado de coherencia de la estrategia de comunicación en relación con las necesidades de información de los destinatarios. Algunas consideraciones adicionales ponen de manifiesto que la mayoría de las acciones del Plan de Comunicación cubren las necesidades de información que presenta la ciudadanía; un número significativo de actuaciones aportan información útil para los beneficiarios de las intervenciones que promueve el PO y, a su vez, también se ha previsto un número suficiente de acciones que responden a las demandas de información que hacen los beneficiarios potenciales del PO.

Este resultado parece razonable si se tiene en cuenta que el reto más importante que el Plan asume es el de aumentar el conocimiento que la población en general tiene sobre el papel de la UE y el papel de los fondos procedentes de Europa. Por esta razón, la programación de las acciones de información y publicidad ha potenciado, sobre todo, la comunicación hacia la ciudadanía.

En definitiva, la integración de todos estos componentes de la estrategia (objetivos, prioridades y destinatarios) sienta las bases para consolidar una visión conjunta de la UE y los Fondos Estructurales, que posibilita poner en valor su papel a través, tanto del trabajo de los órganos gestores y beneficiarios, como, sobre todo, de los proyectos a desarrollar en el marco del PO.

2.3. ADECUACIÓN DE LA DOTACIÓN DE LOS MEDIOS ECONÓMICOS, HUMANOS Y TÉCNICOS ASIGNADOS A LAS TAREAS DE COMUNICACIÓN DE LOS FONDOS

El Plan de Comunicación del Programa Operativo FEDER de Illes Balears 2007-2013 contempla un **presupuesto** indicativo de 420.000 euros.

Sin embargo, se debe advertir que, a la hora de estimar este montante aproximado, ningún Plan de Comunicación tuvo en cuenta las actuaciones de todos los organismos gestores de fondos que participan en los correspondientes PO. Del mismo modo, tampoco se incluyó la previsión del coste de las actividades de información y publicidad llevadas a cabo con cargo a recursos propios (por tanto, no cofinanciadas). Todo ello, sin duda, refleja las dificultades que ha habido para efectuar este ejercicio de estimación presupuestaria.

No obstante, estas cuestiones han sido objeto de estudio y debate en la red GERIP y, tal y como se puso de manifiesto en los últimos Comités de Seguimiento de 2010, se espera poder alcanzar una solución adecuada en las reuniones de los próximos Comités con ocasión de la presentación de los Informes de Ejecución correspondientes a la anualidad 2010.

Por ello, no resulta conveniente abordar análisis adicionales hasta que se adopte una solución adecuada que resuelva las dificultades existentes en este terreno.

Por otro lado, el logro de los resultados esperados de la aplicación de las medidas de información y publicidad depende, igualmente, de la suficiente **dotación de medios humanos, técnicos y materiales** necesarios para el buen funcionamiento y seguimiento del Plan. En este sentido, la creciente importancia otorgada a los aspectos de publicidad, dentro de la gestión de los Programas, ha implicado un incremento de la carga de trabajo motivada por las mayores exigencias a satisfacer.

En todo caso, sobre la base de las impresiones obtenidas en las entrevistas realizadas, un rasgo común a destacar es la elevada cualificación de los responsables de la coordinación del PO, así como su excelente conocimiento de la intervención. Dicha capacitación es extensible a la mayoría de los organismos gestores, sin observarse carencias o deficiencias importantes ni en lo que respecta a las tareas de carácter técnico ni a las de carácter administrativo. Sin duda, la formulación de unos procedimientos adecuados está facilitando la aplicación de la estrategia de comunicación.

Por otra parte, se reconoce la existencia de una división de tareas definida dentro de los equipos de trabajo, en especial en los Organismos Intermedios y la Autoridad de Gestión, donde la separación de funciones se ha protegido en los propios procedimientos de gestión establecidos.

Algunos de los problemas que han planteado se refieren a la recogida de datos y su transmisión a la base de datos de "Indicadores de Comunicación", lo que sugiere que un aspecto mejorable sea la mayor y más adecuada utilización de las herramientas informáticas disponibles y de las nuevas tecnologías de telecomunicaciones.

2.4. CONSIDERACIÓN DEL PRINCIPIO DE IGUALDAD DE OPORTUNIDADES EN LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

La consideración de este principio horizontal en la estrategia de comunicación formulada se afianza, al menos, por dos razones:

- + En primer lugar, porque, en virtud del Objetivo Estratégico 1 del Plan (*Informar a los beneficiarios y los beneficiarios potenciales de las oportunidades que abre el nuevo PO*) todas las personas deben tener información adecuada y transparente sobre los Programas, evitando cualquier tipo de barreras para acceder a ella.
- + En segundo lugar, porque la definición que se hace de los destinatarios del Plan abarca una amplia tipología, de modo que entre los beneficiarios potenciales del mismo también tienen cabida los organismos de promoción de igualdad entre hombres y mujeres. De esta forma, uno de los colectivos fundamentales a los que se pretende llegar toda la información, de forma continua, clara y accesible, sobre el FEDER, es aquel interesado en el fomento de la igualdad de oportunidades.

Adicionalmente, el Plan ha tenido un especial cuidado en el empleo del lenguaje desde la perspectiva de género. Prueba de ello es que se han evitado en todo momento el uso de un lenguaje sexista, usando nombres colectivos, perífrasis, desdoblamientos y uso de barras, así como uso de formas personales genéricas o formas verbales no personales, entre otras posibilidades.

3. ANÁLISIS DE LA APLICACIÓN DE LAS MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD

La aplicación de las medidas de información y publicidad relacionadas con el PO FEDER de Illes Balears ha tenido en cuenta los principios más amplios relativos a la comunicación institucional del Govern.

La consideración de todos estos principios presenta una serie de **ventajas** de cara, no sólo a la ejecución del Plan de Comunicación, sino también a la eficacia e impacto del PO, ya que, entre otras cuestiones:

- + Minimiza el error de simplificación, al extender la comunicación a todo el proceso de gestión de los Fondos y no sólo al resultado de su aplicación.
- + Afecta a todas las acciones relacionadas con la Política Regional Europea, por lo que constituye un elemento que valoriza el trabajo de la propia Direcció General de Fons Europeus.
- + Representa un cauce complementario para la solución de los conflictos, puesto que supone un instrumento adicional útil para la mejora de la gestión.

3.1. AVANCES EN LA EJECUCIÓN DE LAS MEDIDAS

La puesta en marcha y aplicación del Plan de Comunicación plantea una organización que racionaliza y clarifica la ejecución del conjunto de actuaciones contenidas en el mismo. De hecho, el calendario de ejecución de las acciones contenidas en el Plan se asocia, en buena parte, a las principales etapas de desarrollo de las operaciones cofinanciadas, desde la fase inicial de arranque y puesta en marcha hasta la última de finalización de los proyectos:

- + **Etapas de Lanzamiento y de puesta en marcha:** Comprende, principalmente, todas las actividades tendentes a ampliar la difusión del contenido, prioridades, exigencias y oportunidades del Programa Operativo.
- + **Etapas de Desarrollo:** Abarca, sobre todo, acciones de carácter continuo, que acompañan el desarrollo de los proyectos y el avance de la intervención. Su objetivo es la difusión de la ejecución, seguimiento y, en su caso, reajuste de la programación.
- + **Etapas de cierre:** Tiene como fin la difusión del impacto final de los Fondos y de los logros conseguidos gracias a las inversiones realizadas a través de la programación.

La lógica de esta organización también tiene en cuenta la estrategia de comunicación diseñada y los grupos destinatarios a los que se dirige. Por lo tanto, se configura como un instrumento al servicio de la planificación efectuada de la comunicación del PO.

Respecto al avance en la ejecución de las medidas, hay que señalar, en primer lugar, que todas las actuaciones de información y publicidad llevadas han sido puestas en marcha. En síntesis, el balance general sobre el avance en la ejecución de las actuaciones de información y publicidad muestra que el 37% de las actuaciones ya se han finalizado, encontrándose el 63% restante ya en marcha; de hecho y casi la mitad se encuentran muy avanzadas, por lo que la valoración resulta bastante positiva.

Ello ha permitido llegar desde el inicio a todos los grupos destinatarios del Plan. En particular, la orientación de las actuaciones llevadas a cabo hasta marzo de 2010 se ha caracterizado por tener como principales destinatarios a los potenciales beneficiarios y a los órganos gestores. Este resultado es coherente si se tiene en cuenta que las necesidades de información de estos grupos son mayores al comienzo de la programación, debido a los cambios que siempre se producen con la nueva programación de los fondos en materia de gestión, seguimiento y control de las ayudas comunitarias.

Teniendo en cuenta la correspondencia existente, y ya demostrada en el capítulo 2 de este Informe, entre los grupos destinatarios del Plan y los Objetivos Finales de la estrategia de comunicación, la ejecución de las actuaciones realizadas hasta la fecha ha permitido que el avance en la consecución de los objetivos haya sido más intenso en los referentes a informar a los beneficiarios y beneficiarios potenciales de las oportunidades del PO (OF.1), así como a continuar asegurando la transparencia de la intervención (OF.2). Por su parte, el Objetivo Final 3 (OF.3), relativo a mejorar la visibilidad de la actuación de la UE y sensibilizar a la opinión pública sobre el papel que desempeña, pese a los avances constatados, es el que presenta un menor recorrido desde la óptica de la ejecución de actuaciones destinadas a la ciudadanía.

Todas estas actuaciones han permitido que la ejecución alcanzada por los indicadores de realización y resultados a fecha 31 de marzo de 2010 haya sido satisfactoria. La considerable ejecución observada ha llevado a una revisión al alza en el objetivo previsto en bastantes indicadores, que ya ha quedado recogida en el Informe Anual de Ejecución de 2009 del PO FEDER de Illes Balears.

En concreto, se han elevado las previsiones en los indicadores 2, 6 y 7. La programación de estos indicadores había sido muy conservadora a la vista de que, una vez puesto en marcha el Plan de Comunicación, sólo en la mitad del período se había cubierto y sobrepasado lo previsto para todo el período de programación. Así, en los indicadores 2 y 6 relativos a las *acciones de difusión* y de *documentación interna distribuida*, respectivamente, se constata que el esfuerzo de informar a los implicados en la aplicación de los Fondos en Illes Balears, pero también a los potenciales beneficiarios de los fondos y al público en general, ha sido mucho más importante incluso de lo que se había previsto. De este modo, las perspectivas para el resto del periodo quedan ajustadas de un modo coherente de acuerdo con el cuadro resumen que se presenta en la Tabla 1.

Un aspecto fundamental de la evaluación del Plan de Comunicación es el **estudio detallado de las realizaciones y los resultados logrados hasta el 31 de marzo de 2010**, así

como la estimación de los que podrán obtenerse al final del período de programación, a partir de la ejecución conseguida hasta la fecha y del esfuerzo pendiente. Evidentemente, las múltiples circunstancias que afectan en el desarrollo de los Programas hacen extremadamente complejo anticipar de forma rigurosa el comportamiento futuro de las intervenciones y más aún su incidencia en el ámbito de la comunicación.

TABLA 1. EJECUCIÓN DEL PLAN COMUNICACIÓN DEL PO FEDER DE ILLES BALEARS DESDE EL 01/01/2007 HASTA EL 31/03/2010

Tipo Actividad	Indicador realización	Programación	Ejecución	%	Indicador Resultado	Programación	Ejecución	%
01	Nº actividades y actos públicos	294	136	46,3%	Nº de asistentes	18.235	9.758	53,5%
02	Nº de acciones de difusión	147	118	80,3%				
03	Nº de publicaciones externas realizadas	59	6	10,2%	% publicaciones distribuidas / editadas	100%	78,3%	
					Nº puntos de distribución	47	26	53,3%
04	Nº de páginas Web	2	2		Nº de Visitas	140.000	73.253	52,3%
05	Nº de soportes publicitarios	322	24	7,5%				
06	Nº de documentación interna distribuida	150	103	68,7%	% de organismos cubiertos	100%	93,3%	
07	Nº de redes de información y publicidad	3	3	100%	Nº reuniones	60	31	51,7%
					Nº asistentes	89	90	100,9%

Fuente: Aplicación Informática de "Indicadores de Comunicación" del Ministerio de Economía y Hacienda

Nota: La fecha de descarga de la información fue el 6 de agosto de 2010

La **valoración global** de la ejecución en base a estos indicadores resulta **positiva**, más aún si se tiene en cuenta el retraso habido en el arranque y puesta en marcha del PO. De esta forma, en la medida en que la certificación del gasto vaya aumentando, las acciones específicas de difusión del papel que realiza la UE y, de forma particular, el FEDER en las Illes Balears, irán, igualmente, creciendo por lo que no cabe esperar problemas para alcanzar los objetivos fijados.

Todo ello constata que el esfuerzo de informar a los implicados en la aplicación de los Fondos en la región, pero también a los potenciales beneficiarios de los fondos y al público en general, ha sido mucho más importante incluso de lo que se había previsto. De este modo, las perspectivas para el resto del periodo deberían ajustarse de un modo coherente.

Como **valoración previa**, es preciso señalar que, a pesar de los destacados avances que se observan en la ejecución de las actuaciones, como se pondrá de relieve a continuación,

existen elementos de mejora que conviene apuntar. En primer lugar, la descripción de ciertas actuaciones que se han cargado en la aplicación de “*Indicadores de Comunicación*” no está bien definida, lo que limita significativamente el análisis y evaluabilidad de las mismas.

En segundo lugar, se han detectado valores anómalos en los indicadores cuya unidad de medida se expresan en porcentajes. Esto sucede especialmente en los indicadores de resultados correspondientes a determinadas actuaciones de organismos concretos que aconseja que lleven a cabo una revisión de la ejecución que han grabado en la citada herramienta informática.

En tercer y último lugar, aunque se ha constatado que la metodología de indicadores resulta útil para la recopilación de actuaciones de comunicación, y es comprensible por la mayoría de los organismos implicados, sin embargo aún se aprecian casos de acciones no computadas en la categoría adecuada, o informaciones erróneas debido a problemas puntuales en su interpretación.

De esta forma, respecto a las **actividades y actos públicos**, hay que señalar que se han celebrado hasta 136 eventos en los que se ha tratado el tema de los Fondos Estructurales de alguna forma, es decir, el 46,3% de los previstos para todo el período. A ellos han asistido 9.758 personas, lo que indica la buena aceptación e interés que los mismos han despertado.

El contenido de actividades y actos públicos desarrollados se ha relacionado, sobre todo en los primeros momentos, con la puesta en marcha del PO, centrándose en acciones de información a los beneficiarios potenciales, actos de orientación a los gestores para informarles acerca de las obligaciones que supone la participación en el PO y presentación del mismo a la población en general. Este sesgo de la tipología de actos públicos hace que exista una relativa concentración en determinados organismos como, especialmente, en la Autoridad de Gestión y el Organismo Intermedio regional.

La mayor parte de estos eventos se han organizado por la DG de Fondos Comunitarios del Ministerio de Economía y Hacienda, con un total de 108, más del 79%. Su papel, como Autoridad de Gestión, le obliga a desarrollar múltiples jornadas, conferencias, cursos, etc. para facilitar la coordinación con todas las entidades gestoras de fondos de España. A ello hay que añadir su necesaria participación en aquellas reuniones de Comisiones de Trabajo, Redes Sectoriales, en las que ostenta la presidencia de tales Grupos, o ante la propia Comisión Europea, como representante máximo del Estado español.

A su vez, la DG de Fons Europeus del Govern de les Illes Balears también ha sido muy activa para dar a conocer, a través de diversos cursos formativos, las operaciones que pueden llevarse a cabo con la financiación comunitaria del PO FEDER y las restantes alternativas de financiación que permite la UE.

Respecto al resto de organismos, su contribución en la disposición de actos y eventos ha sido muy reducida y únicamente el ICEX, con la organización de encuentros empresariales

con otros países y unas jornadas internas de información sobre el FEDER, y el Ajuntament de Palma, en el marco de la Iniciativa Urbana de Camp Redó, presentan ejecución a marzo de 2010.

Desde una perspectiva temporal, se aprecia una relativa aceleración en la organización de actos y eventos relacionados con la Política Regional. De hecho, si en 2007 la ejecución fue de 27, en 2008 y 2009 se llegó a multiplicar el número de actividades realizadas, gracias, fundamentalmente, al mayor dinamismo que la DG de Fons Europeus ha tenido a partir de 2008. Esto ha permitido llegar a un público cada vez más numeroso, aumentando considerablemente el número de asistentes a tales actos desde dicha anualidad.

No obstante, el avance en el desarrollo de los proyectos cofinanciados y el sucesivo arranque de nuevas operaciones debería abrir, en las próximas anualidades, las posibilidades de realización de actos relacionados con la publicidad e información de los objetivos específicos de estas actuaciones y los primeros resultados obtenidos, dando entrada al resto de los órganos gestores del PO.

Por otra parte, la simulación realizada sobre el comportamiento esperado en los próximos años indica una elevada probabilidad de cumplir con los objetivos fijados a 2013. El evidente incremento en la ejecución de las últimas anualidades invita a pensar que la evolución futura sea más que suficiente para alcanzar dichos niveles.

Respecto a las **actividades de difusión en medios de comunicación**, el grado de ejecución alcanzado puede considerarse muy satisfactorio. El número de acciones de difusión hasta marzo de 2010 asciende a 118, lo que supone el 80,3% del valor programado para todo el período.

La mayor parte de estas actuaciones ha correspondido a la Administración Regional (86%), debido, fundamentalmente, a la publicación en el Boletín Oficial de las Illes Balears de las operaciones cofinanciadas que se han tenido que licitar por parte de los órganos gestores regionales, así como por el esfuerzo que ha realizado la DG Fons Europeus en la elaboración de notas de prensa y la movilización de los medios de comunicación locales.

Junto con la propia DG Fons Europeus, en el ámbito regional, han resultado también especialmente dinámicas la Dirección General de Energía y la empresa pública Serveis Ferroviaris de Mallorca. En ambos casos tienen un peso prioritario las noticias en prensa y ruedas de prensa.

En cambio, el volumen de publicaciones que ha realizado la Administración General del Estado ha sido significativamente inferior.

El Ajuntament de Palma, a partir de la aprobación del proyecto de desarrollo urbano integral del barrio del Camp Redó en 2008, ha dado, igualmente, una difusión adecuada de las diversas actuaciones que comprende la estrategia de regeneración de esta zona con el apoyo del FEDER, destacando el eco que la prensa local ha hecho de este proyecto. Sin embargo, desde una perspectiva negativa, el resto de Administraciones Locales, que

participan en la gestión del FEDER correspondiente al tramo regional del Programa, no han llevado a cabo ninguna acción de difusión.

Las vías de divulgación utilizadas han sido bastante variadas. Además de los anuncios de las operaciones cofinanciadas en los correspondientes Boletines y de las notas de prensa elaboradas, que han sido los medios más empleados hasta la fecha, también se han producido noticias en los medios de comunicación (prensa escrita y digital) y se han dado entrevistas, y difundido vídeos promocionales de determinadas actuaciones cofinanciadas.

La evolución temporal de la ejecución de estas actividades se ha mantenido a un buen ritmo desde el comienzo del período, destacando el repunte experimentado en 2008, como consecuencia de la aprobación del Programas en diciembre del año anterior y la aparición de un mayor número de anuncios y noticias relacionadas con la puesta en marcha de determinadas operaciones elegibles por el PO FEDER de Illes Balears.

Las perspectivas de cumplimiento del objetivo establecido para este indicador son altas, pues las proyecciones marcan una tendencia de ejecución según la cual se alcanzaría el nivel programado para la anualidad 2013 casi con un año de antelación.

El tercer tipo de actividades de información y publicidad que recogen los indicadores de seguimiento y evaluación es el relativo a **publicaciones editadas**. En este sentido se han realizado un total de 6 publicaciones con la finalidad de dar a conocer entre la ciudadanía el PO FEDER de Illes Balears, las actuaciones que contemplan los mismos y la Política Regional Europea en general. Dicha ejecución resulta reducida si tenemos en cuenta que el objetivo para el total del período se sitúa en 59, lo que supone que de cara a su cumplimiento sería necesaria una intensificación en la realización de publicaciones, a lo que se une una mayor diversificación.

En este sentido, la distribución de las realizaciones logradas hasta la fecha, por tipo de instituciones implicadas, recae, especialmente, en la DG de Fons Europeus que, además de imprimir numerosos ejemplares del PO, el Plan de Comunicación y la Guía Práctica de Información y Publicidad, ha realizado un audiovisual sobre la Política de Cohesión y su aplicación en Illes Balears.

Llama la atención que prácticamente éstas sean las publicaciones en relación con los Fondos Estructurales en las Islas, con la excepción de un artículo sobre *la Administración Electrónica en la Gestión de los Fondos Comunitarios*, elaborado por la Autoridad de Gestión, y la edición de un programa empresarial del ICEX.

Ello explica que el porcentaje de eficacia logrado en este indicador sea el segundo más bajo de todo el Plan de Comunicación. Sin embargo, los efectos de estas actuaciones, medidos a través de los indicadores de resultados definidos, ponen de manifiesto el compromiso de las entidades en la distribución del material elaborado. La mayoría de los ejemplares editados (un 78,3%) se ha hecho llegar a sus destinatarios desde el primer momento.

Para ello, los puntos de distribución empleados han sido 26. De ellos, el 56%, por parte de la AGE. Este hecho puede explicarse por la menor cercanía que puede tener, en relación, por ejemplo, con los órganos regionales o locales, a los beneficiarios finales de las ayudas que gestionan.

Tal y como se ha señalado, el grado de cumplimiento de los objetivos fijados, cabe señalar que el indicador de realización, que cuantifica el número de publicaciones, ha registrado un comportamiento bastante discreto hasta el primer trimestre de 2010 que, de mantenerse en el futuro, podría comprometer la consecución del valor previsto para 2013. En consecuencia, se recomienda intensificar la elaboración de este tipo de materiales de comunicación, como folletos, dípticos y trípticos para mejorar la publicidad y promoción de las operaciones del PO, sin perjuicio de la utilización de otro tipo de soportes (publicaciones electrónicas, libros, CDs, vídeos, etc.). En cualquier caso, sería conveniente valorar la posibilidad de reestimar la previsión a 2013 del objetivo marcado.

Por su parte, la capacidad de distribución de estas publicaciones mostrada hasta la fecha ha sido aceptable. Hasta el momento, los puntos de distribución utilizados suponen algo más de la mitad de los que se han estimado necesarios para todo el período.

Además, el desarrollo de la estrategia de comunicación del PO de Illes Balears ha motivado la creación diversas **páginas web**, que dan soporte a numerosas actuaciones de difusión de la Política de Cohesión y su aplicación en la región. Sin duda, las más destacadas son las de la Autoridad de Gestión y la del Organismo Intermedio regional, las cuales llevan en funcionamiento desde el anterior período 2000-2006 y están en constante actualización de contenidos.

Con ellas, se ha dado la máxima transparencia en la puesta en marcha del proceso de la aplicación de los recursos procedentes de la Política Regional Europea y se ha garantizado el conocimiento del papel jugado por la UE en el impulso de los avances en aquellas áreas que cofinancia el FEDER.

La cobertura lograda por estas páginas web, a partir del número de visitas que han tenido durante las tres últimas anualidades, ha sido significativa. Así, por término medio, más de 73.000 personas al año han consultado algún tipo de información sobre la Política Regional en las páginas web de los principales organismos responsables del PO FEDER de Illes Balears. Sin embargo, este avance se antoja insuficiente para conseguir el objetivo de 140.000 visitas anuales que se ha fijado para el conjunto del período, ya que ello exigiría multiplicar por 2,7 el promedio anual de visitas alcanzado en el primer trienio de la programación en cada uno de los años que restan hasta 2013. Por consiguiente, dado que la consecución de dicho objetivo sólo vendría por un cambio de tendencia significativo, parece aconsejable intensificar el seguimiento de este indicador.

Una de las herramientas tradicionales para la publicidad de los Fondos Estructurales es la **cartelería**, a través de la cual se da visibilidad a las operaciones cofinanciadas, mediante vallas, placas, carteles, entre otros soportes. El uso de estos instrumentos publicitarios ha sido reducido, debido, en parte, a la tardía aprobación del Programa y el consiguiente

retraso en la puesta en marcha de las operaciones. No obstante, se espera una evolución más positiva en los próximos años conforme se incremente el ritmo de ejecución del gasto.

De hecho, únicamente se han confeccionado 24 soportes publicitarios, de los 322 previstos para todo el período. Un tercio de ellos han sido dispuestos por la DG de Fons Europeus, que han consistido en la colocación de carteles in situ en determinados proyectos de obras (como la construcción del Centro Artesano de Can Gabrielet en Formentera, la reforma de la antigua Fábrica Textil de Can Fortuny en Esporles o la rehabilitación del Centro Artesanal Sa Penya de Eivissa y del Teatre Mar y Terra de Palma, entre otros).

Por otra parte, dentro del Govern de les Illes Balears, también ha realizado actuaciones en este ámbito la Dirección General de Tecnología y Comunicaciones y, en menor medida, la Dirección General de Energía y la empresa pública Serveis Ferroviaris de Mallorca.

El Ajuntament de Palma y el ICEX han sido los otros organismos que han recurrido más a estas herramientas de cartelería para informar de sus operaciones. No obstante, hay que advertir, en el caso del Ajuntament de Palma, que se han cargado actuaciones que no corresponden con este Indicador, a tratarse de anuncios en prensa.

De forma general, en marzo de 2010, el ratio de eficacia se sitúa en el 7,5%, el más bajo de todo el Plan de Comunicación, por lo que el esfuerzo pendiente para los próximos años es considerable. De esta forma, a pesar del marcado incremento experimentado en 2009, es preciso proseguir con esta dinámica e incluso acentuarla aprovechando el avance de la implementación de operaciones.

La sexta categoría de actividades de información y publicidad en las que se organiza el sistema de indicadores del Plan de Comunicación tiene que ver con las **instrucciones emitidas hacia los participantes de los Programas Operativos**. Esta actividad se refiere a la distribución de toda la documentación hacia los organismos gestores y beneficiarios de las ayudas comunitarias con el fin de conseguir la máxima transparencia de las actuaciones a cofinanciar. En concreto, se ha distribuido un total de 103 documentos que han posibilitado un mejor conocimiento de las obligaciones en todos los ámbitos de la gestión de los fondos, incluidos los aspectos de comunicación. Dicha cantidad supone el 68,7% de lo programado para todo el período.

Sin duda, el compromiso de la Autoridad de Gestión del PO en este sentido ha sido muy destacado, elaborando y haciendo llegar diversos documentos de trabajo a todos los participantes en el proceso de la aplicación de los Fondos. La DG de Fondos Comunitarios del Ministerio de Economía y Hacienda, que ha sido la responsable del 77% de los informes, guías, instrucciones y demás documentación que ha circulado entre todos los participantes del PO.

En el marco del Govern de les Illes Balears sólo han llevado a cabo actuaciones la DG Fons Europeos y, de un modo mucho más marginal, la empresa pública Serveis Ferroviaris de Mallorca.

Respecto a la cobertura lograda de organismos que han accedido a dicha información, la valoración es bastante positiva, si se tiene en cuenta que casi toda la documentación ha llegado prácticamente a todos los destinatarios a la que se dirigía. Según los datos de la Aplicación Informática de “*Indicadores de Comunicación*”, el porcentaje de organismos cubiertos está en el 93,3%. La diferencia que hay respecto al valor máximo posible del 100% de cobertura puede estar en errores en la grabación de la información por una inadecuada interpretación del significado o de las unidades de medida de este indicador. Sólo esto explica que, puntualmente, muy pocos organismos alcancen un porcentaje de cobertura del 1%, como el caso de Serveis Ferroviaris de Mallorca).

En todo caso, con la ejecución presente, existen expectativas razonables de cumplimiento de los objetivos marcados.

Por último, el indicador de número de **redes existentes de información y publicidad** para facilitar la puesta en marcha e implementación práctica de la estrategia de comunicación diseñada asciende a 4, tras la reciente consideración de las redes europeas INFORM e INIO, que en la programación inicial no se habían computado.

Por su parte, GERIP se ha configurado como el foro principal de discusión en materia de comunicación en la que vienen participando de forma muy activa, como ya se ha comentado, las responsables de comunicación de las Autoridades de Gestión y los responsables de comunicación regionales.

A su vez, este mismo papel se produce en el ámbito de los organismos gestores del FEDER y el Fondo de Cohesión de la Administración Central a través de la red GRECO-AGE. Su utilidad reside, no sólo en el carácter técnico de este Grupo, que lo convierte en un foro muy adecuado para proponer soluciones prácticas en lo que a la comunicación de los Fondos respecta, sino también en un “*semillero*” de propuestas y orientaciones a trasladar a GERIP para su consideración.

Hasta la fecha, se han celebrado 31 reuniones por el total de redes de comunicación. En 2007, coincidiendo con la etapa de preparación de los Planes, se organizaron 9, a las que asistieron, en promedio, 76 personas. En 2010 se produce un incremento significativo de la actividad de estas redes, como consecuencia de las mayores necesidades de coordinación que hay por la puesta en práctica de los mecanismos de seguimiento de los Planes y la organización previa de la evaluación reglamentaria de 2010.

En cuanto a las posibilidades de alcanzar los objetivos cuantificados para los indicadores relacionados con este tipo de actividades de comunicación, hay que señalar que la creciente confianza en el funcionamiento de estos grupos de trabajo garantiza su sostenibilidad en los próximos años. De hecho, tanto GERIP, como GRECO-AGE, se configuran ya como los principales mecanismos de coordinación en el ámbito de la

publicidad de los fondos, estando plenamente consolidados gracias a la amplia participación que hay en los mismos.

Por ello, no se anticipa ningún riesgo para lograr los objetivos programados, más aún teniendo en cuenta que los porcentajes actuales de cumplimiento de los mismos se encuentran en unos niveles muy satisfactorios.

3.2. INTEGRACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD EN LOS INFORMES ANUALES DE EJECUCIÓN

El sistema de seguimiento de las medidas del Plan de Comunicación está orientado a cumplir con lo establecido al respecto en el artículo 4 del Reglamento (CE) Nº 1828/2006, por lo que su principal objetivo es garantizar que se dispone en todo momento de la información necesaria para atender los requerimientos de la normativa comunitaria.

En este sentido, el citado Reglamento estipula la obligatoriedad de aportar información periódica sobre la aplicación del Plan de Comunicación en las reuniones de los Comités de Seguimiento y en los informes anuales y final de ejecución del Programa:

- + **Comunicación de información a los Comités de Seguimiento.** Los Comités de Seguimiento del Programa Operativo del FEDER de Illes Balears celebrados hasta la fecha han recibido información de la Autoridad de Gestión y los Organismos Intermedios sobre: el Plan de Comunicación y los avances en su aplicación; las medidas del Plan llevadas a cabo; los medios de comunicación utilizados y el grado de ejecución física y financiera del Plan, a partir de los indicadores de seguimiento establecidos.
- + **Inclusión de información en los informes anuales de ejecución del Programa Operativo.** Estos informes han contenido un capítulo dedicado a presentar los avances en la aplicación del Plan de Comunicación, ofreciendo información cualitativa y cuantitativa sobre: las medidas de información y publicidad llevadas a cabo en el marco del Plan de Comunicación; los medios de comunicación utilizados; las disposiciones relativas a la publicación, electrónica o por otros medios, de la lista de beneficiarios, operaciones y fondos públicos asignados³ y el grado de ejecución física y financiera de las medidas del Plan (indicadores de seguimiento).

³ La publicación, electrónica o por otros medios, de la lista de los beneficiarios, los nombres de las operaciones y la cantidad de fondos públicos asignada a las operaciones constituye un deber de la Autoridad de Gestión, recogido en el artículo 7.2.d) del Reglamento (CE) Nº 1828/2006 y se plasmará en la publicación al menos en la página Web de la autoridad de gestión. El Plan de Comunicación del PO FEDER de Illes Balears ha tenido en cuenta este imperativo de la normativa comunitaria, previendo la publicación de dicha lista en la actuación 2.3 de las medidas destinadas a los beneficiarios potenciales.

Más concretamente, los informes se han detenido, en especial, en la descripción de las actuaciones a realizar por la Autoridad de Gestión en virtud del artículo 7 del Reglamento (CE) nº 1828/2006. Además, de la actividad informativa relativa a la publicidad del lanzamiento de los PO, es responsable de la organización de las siguientes medidas de información y publicidad:

- + Una **actividad informativa anual importante**, de acuerdo con lo establecido en el plan de comunicación, en la que se presenten los logros del programa o programas operativos, incluidos, en su caso, los proyectos importantes: Seminario sobre “*Nuevos Instrumentos de Financiación en Zonas Urbanas*” (en 2007); “*Jornadas sobre Buenas Prácticas en Actuaciones de Impulso a la I+D+i, financiadas con Fondos Estructurales*” (en 2009) y “*Seminario Hispano-Francés sobre la innovación con el apoyo de los Fondos Europeos*” (en 2009).
- + **Izamiento de la bandera de la Unión Europea durante una semana, a partir del 9 de mayo, delante de los locales de las autoridades de gestión**. Esta obligación reglamentaria se ha cumplido rigurosamente, tanto por la DG de Fondos Comunitarios del Ministerio de Economía y Hacienda, como por la DG de Fons Europeus del Govern, reportándose al respecto en los respectivos Informes Anuales. De hecho, con ocasión del Día de Europa se han organizado diversos actos y celebraciones que han permitido aumentar la visibilidad de la UE y los Fondos Estructurales.
- + **Publicación, electrónica o por otros medios, de la lista de beneficiarios**, los nombres de las operaciones y la cantidad de fondos públicos asignada a las operaciones. En este sentido, la decisión adoptada en el GERIP fue, por una parte, que la citada lista apareciese en la página Web de las Autoridades de Gestión y que los Organismos Intermedios estableciesen enlaces con la misma y, por otra, que dicha lista se elaborase a partir de la información contenida en cada momento en la aplicación FONDOS 2007. La información contenida en la citada lista se actualiza continuamente.

Finalmente, a partir de la anualidad 2009 los Informes Anuales del PO presentan también ejemplos de buenas prácticas en comunicación puestas en marcha en el marco de este Plan de Comunicación. Las seleccionadas para dicho año cumplen todos los criterios que establece la *Guía General de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación*, la cual ha sido considerada, en sí misma, un ejemplo de buena práctica. El resto de las recogidas en el Informe Anual de 2009 son:

- + La constitución de la RED GERIP “Grupo Español de Responsables de Información y Publicidad.
- + La elaboración de un video sobre “La Política Regional Europea en Illes Balears” 2000-2006 y 2007-2013”.
- + La elaboración de la “Guía práctica de información y publicidad de las intervenciones cofinanciadas por el FEDER 2007-2013 en Illes Balears”.
- + La campaña de divulgación en prensa escrita de Illes Balears “Europa inverteix en tu”.

- + La difusión y publicidad del proyecto de “Restauración del Teatre Mar i Terra” de Palma de Mallorca”.

En definitiva, la información recogida en los Informes Anuales de ejecución y presentada en los Comités de Seguimiento cumple de forma amplia con los requisitos reglamentarios. Más concretamente, se puede afirmar que desde 2009 se incluye en el Informe Anual una información muy completa y de calidad sobre las actividades de información y publicidad, que debe servir de referencia para los próximos años. Además, la importancia concedida en este ámbito a las buenas prácticas resulta además de gran interés en la medida en que pone de relieve el buen hacer de los órganos gestores del PO y abre la posibilidad de la puesta en práctica de intercambios de experiencias en los foros habilitados al efecto (como las redes de expertos de comunicación).

3.3. LA REPERCUSIÓN DE LOS SISTEMAS DE SEGUIMIENTO EN LA CALIDAD DE LA EJECUCIÓN DE LAS MEDIDAS

La correcta aplicación de las disposiciones reglamentarias en el terreno de la información y publicidad requiere la implantación de mecanismos de revisión interna y la realización de las oportunas tareas de gestión y control ordinario. La existencia de procedimientos de control posibilita la comprobación de las actuaciones efectuadas, y su adecuación tanto a la normativa vigente como a los principios de una buena gestión.

De acuerdo con el Plan de Comunicación del PO FEDER de Illes Balears, la responsabilidad de la **emisión de instrucciones a los órganos encargados de la gestión y ejecución de las actuaciones** recae sobre la Dirección General Fondos Comunitarios del Ministerio de Economía y Hacienda y la Direcció General de Fons Europeus de la Conselleria de Comerç, Indústria i Energia del Govern de Illes Balears. En ambos casos se ha llevado a cabo una intensa labor, designando una persona encargada de los aspectos de publicidad, y reforzando con la contratación de asistencias técnicas para supervisar y verificar los dispositivos de gestión y control de las actuaciones cofinanciadas por el FEDER en las islas con el fin de corregir posibles irregularidades.

El propósito de propiciar una gestión más sencilla de la comunicación de los Fondos Estructurales ha exigido el diseño de un conjunto de procesos que favorecen la consulta, actualización e intercambio de información de calidad.

Para ello, la DG de Fons Europeus ha elaborado la *“Guía práctica de información y publicidad de las intervenciones cofinanciadas por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional 2007-2013 en las Illes Balears”*, que se constituye como un manual de referencia al ofrecer orientaciones útiles para facilitar una amplia difusión, de una manera homogénea y clara, de la acción de la UE y la Política Regional en Illes Balears a través del PO FEDER. Como complemento de lo anterior, ha elaborado, igualmente, diferentes documentos a los que los gestores y demás personas implicadas en la gestión del PO

FEDER pueden recurrir para completar su formación y desempeñar su trabajo de una manera correcta. Entre estos documentos destacan, fundamentalmente, la Descripción de los Sistemas de Gestión y Control del PO FEDER de Illes Balears y el Manual de Procedimientos de Gestión y Control del PO FEDER de Illes Balears.

Todos estos documentos e instrucciones, que han dotado de una gran transparencia a la gestión de los recursos comunitarios, han sido recibidos por todos los órganos gestores del PO, de acuerdo con los resultados de la explotación de los cuestionarios destinados a gestores y beneficiarios.

La **valoración de la calidad de los procedimientos establecidos** parte de la implantación de un sistema específico en el ámbito de la comunicación dentro de la gestión ordinaria de la información y publicidad del PO, que obedece al hecho de dotar a los organismos responsables del Plan de herramientas que proporcionen una mayor facilidad para alcanzar los objetivos fijados, así como un control adecuado y una coordinación de todas las actividades que se llevan a cabo. En líneas generales, dicho sistema se configura como una herramienta técnica que brinda un apoyo, tanto a la planificación, como a la propia evaluación, puesto que la agiliza y formaliza de tal forma que permite visualizar resultados futuros esperados, producto de las acciones que se están llevando a cabo.

Todo ello da lugar a una serie de ventajas para los organismos intermedios y gestores de las operaciones, ya que:

- + Permite examinar cuantitativamente datos de ejecución, lo que aporta información sobre el desarrollo y la implementación del Plan. Con ello, se dispone de un conocimiento apropiado del desempeño real dentro del cual poder definir objetivos plausibles y asumibles.
- + Ofrece una visión objetiva de los recursos disponibles, así como de la administración de los mismos. Esto aporta elementos suficientes para estimar, de forma razonada, su rendimiento.
- + Facilita el ajuste y adecuación de los objetivos, asignando la cuota de responsabilidad atribuible a cada uno de los agentes encargados de su cumplimiento.
- + Mejora la coordinación de las iniciativas que se plantean y la eficacia, por lo tanto, de las actuaciones a llevar a cabo en materia de información y publicidad.
- + Obliga a los organismos responsables del Plan de Comunicación a programar el uso más eficiente posible de los recursos, estimulándose un mejor aprovechamiento de éstos.

En resumen, dicho sistema proporciona resultados valiosos que permiten mejorar el funcionamiento del Plan de Comunicación del PO FEDER de Illes Balears.

Un elemento esencial que el sistema ha tratado de afianzar para asegurar su utilidad y relevancia es la disposición de una información completa, adecuada y oportuna, con el fin de cumplir con las funciones que tienen atribuidas (servir al proceso de planificación en la

cuantificación de objetivos y realizar su seguimiento para apreciar el grado de cumplimiento alcanzado.

En este sentido, pese a que la información del seguimiento no sólo comprende la que se obtiene directamente de los indicadores de realización y resultados del Plan, éstos desempeñan un papel protagonista. Ello ha conducido a reforzar, necesariamente, el papel del sistema de indicadores y su utilización eficaz para medir las realizaciones y los efectos de las actividades que se desarrollan.

La evaluación de la calidad de los indicadores parte de un conjunto de criterios básicos que permiten analizar su grado de adecuación a las funciones que tienen atribuidas. Así, tomando como referencia los documentos producidos por la propia Comisión Europea, un **buen indicador** ha de ser pertinente, relevante, cuantificable, fiable y útil. Características todas ellas a las que se ajusta la batería propuesta de indicadores tanto de realización como de resultado, por lo que se puede concluir que **el nivel cualitativo de los mismos es satisfactorio y adecuado para el seguimiento de las medidas de información y publicidad del Plan.**

La definición de indicadores de comunicación, elaborada en el seno del GERIP, supone un salto cualitativo de gran magnitud por cuanto es la primera vez que se lleva a cabo un ejercicio de este tipo en el ámbito de la información y la publicidad de los Fondos Estructurales en España. El proceso de construcción de los mismos se ha caracterizado por la selección de indicadores comunes para todos los Planes, con independencia de si éstos son monofondo o plurifondo o si se refieren a un PO regional o plurirregional. Ello ha sido posible por el planteamiento de una estrategia de comunicación compartida por todas las Comunidades Autónomas, que ha dado lugar a una tipología bastante homogénea de actuaciones de información y publicidad.

Sin embargo, tampoco ha estado exento de complicaciones. Una de ellas tiene que ver con las dificultades que se han producido, sobre todo en los primeros momentos de puesta en práctica de los indicadores, con la correcta interpretación de algunos de ellos. Esta circunstancia fue objeto de una profunda reflexión en el marco del GERIP, donde se precisaron los criterios a seguir y se analizó el comportamiento interno de los indicadores más problemáticos.

Otra tercera carencia se relaciona con los indicadores de resultados, puesto que algunos de ellos requieren de un trabajo de campo específico que permita ofrecer información fiable. Evidentemente, esto se debe traducir en una planificación de recursos económicos e inputs necesarios para su realización. En este punto, y a modo de ejemplo, es conveniente resaltar que los resultados medidos por el número de asistentes a determinados actos o eventos públicos de gran alcance, en los que también se aborde, entre otros asuntos, los relacionados con la Política de Cohesión, no son posible valorarlos sin la realización de estimaciones.

Además de realizaciones y resultados, el sistema de indicadores contempla también otros destinados a medir el **impacto del Plan de Comunicación**, orientados a medir el avance en

el cumplimiento de los objetivos de la estrategia de comunicación y su obtención requiere el desarrollo de un trabajo de campo específico, a través de entrevistas a órganos gestores y beneficiarios y de encuestas a la ciudadanía. En este sentido, los distintos objetivos finales de información y publicidad están recogidos por alguno de los indicadores de impacto del Plan, alcanzándose un adecuado grado de cobertura. Esto permite afirmar que **el nivel cualitativo de los mismos es satisfactorio y adecuado para el seguimiento de los objetivos fijados por el Plan.**

En definitiva, a pesar de los márgenes de mejora que se han señalado en el sistema de indicadores del Plan, la conclusión final es que resulta globalmente adecuado.

En resumen, los resultados descritos anteriormente son una muestra de que los procedimientos instaurados están resultando eficaces para garantizar una correcta difusión de una imagen homogénea y clara en las acciones de información y publicidad de todas las actuaciones cofinanciadas por el FEDER en las Illes Balears durante el periodo 2007-2013. Dichos procedimientos se fundamentan, por consiguiente, en los siguientes pilares: la designación de una persona responsable en materia de publicidad por parte de todos los Organismos Intermedios del PO FEDER de Illes Balears; una adecuada descripción de los procedimientos de información y publicidad en soporte documental y la elaboración de otros documentos de referencia e instrucciones específicas en materia de información y publicidad; y el papel coordinador jugado por las redes GERIP y GRECO-AGE.

En lo que respecta a la **disposición de manuales específicos de gestión, control, evaluación, información y publicidad**, tanto la Autoridad de Gestión, como el Organismo Intermedio del PO FEDER de Illes Balears, han realizado un importante trabajo para el establecimiento de mecanismos rigurosos de gestión y control de las operaciones cofinanciadas. De hecho, en el ejercicio de sus competencias, la DG de Fons Europeus desarrolla las funciones de elaboración, coordinación y seguimiento presupuestario de las operaciones cofinanciadas por el FEDER. Asimismo, lleva a cabo las labores de información, asesoramiento y difusión en materias relacionadas con los Fondos.

En este contexto y en el ámbito específico de información y publicidad, se ha elaborado la ya aludida *“Guía práctica de información y publicidad de las intervenciones cofinanciadas por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional 2007-2013 en las Illes Balears”*. Su objetivo es proporcionar a los gestores del Programa un resumen práctico en el que se detallen las obligaciones de los mismos en materia de información y publicidad, ya estén derivadas de la normativa comunitaria o de lo dispuesto en el Plan de Comunicación del PO.

Dicha Guía indica de manera sencilla y con ejemplos gráficos las normas y los esquemas a seguir para garantizar una correcta difusión de una imagen homogénea y clara en las acciones de información y publicidad de todas las actuaciones cofinanciadas por el FEDER y el Govern de les Illes Balears durante el periodo 2007-2013, guiando y asesorando a los órganos gestores para que integren las tareas relacionadas con las obligaciones reglamentarias de información y publicidad.

Esta atención dada al cumplimiento de la normativa es compartida por la mayoría de los órganos gestores que recopila y archiva el material de comunicación de las actuaciones que gestiona.

La **dotación de recursos humanos y materiales** para la implementación del Plan de Comunicación del Programa Operativo FEDER de Illes Balears 2007-2013 se ha evaluado en el apartado 2.3 del presente Informe. Allí ya se puso de manifiesto que el presupuesto estimado de 420.000 euros, así como determinadas cuestiones que impedían abordar un análisis riguroso sobre la adecuación del mismo, relacionadas con la no consideración de las actuaciones de todos los organismos gestores de fondos que participan en los PO, ni la previsión del coste de las actividades de información y publicidad llevadas a cabo con cargo a recursos propios.

Teniendo en cuenta que estos aspectos están en proceso de discusión en el marco de GERIP y van a ser discutidos en los Comités de Seguimiento a celebrar en 2011, resulta complicado emitir un juicio de valor sólido respecto a la asignación y adecuación de los recursos destinados a los aspectos de comunicación.

El almacenamiento adecuado de la información es otro factor esencial, a efectos de disponer de todos los datos del seguimiento puntualmente, así como de obtener salidas de información de forma flexible para facilitar las tareas de evaluación. Para ello, es fundamental que el intercambio de información se realice de una forma electrónica, por lo que la **disponibilidad y organización de aplicaciones informáticas** resulta un aspecto fundamental.

A este respecto, la Autoridad de Gestión es responsable del correcto funcionamiento y operatividad del sistema informático de seguimiento de los diferentes Planes de Comunicación. Así, la DG de Fondos Comunitarios ha fijado unos criterios homogéneos sobre la forma y momento de completar los indicadores, que se sintetizan en la forma y plazo de completar la información por parte de las diferentes administraciones.

Respecto al plazo, se recomienda que la información se grabe en el momento en el que se genera, es decir, cuando se realiza la actividad que se trate. Respecto a la forma, los datos se registran en la aplicación informática "*Indicadores de Comunicación*" con todo nivel de detalle por actuación y se agregan, posteriormente, por tipos de indicadores, lo que asegura la trazabilidad completa de las medidas de información y publicidad. El sistema informático creado posibilita la grabación de la ejecución de los indicadores de seguimiento asociando dicha ejecución a la actividad concreta realizada. Ello permite la identificación exhaustiva de las todas acciones de publicidad que se han ido llevando a cabo. Además, está prevista la integración de este aplicativo dentro del sistema informático *Fondos 2007* para la gestión y seguimiento de los fondos.

A pesar de lo comentado con anterioridad, la Autoridad de Gestión ha convocado diversas sesiones y reuniones de trabajo del GERIP y el GRECO-AGE para proporcionar formación a todos los usuarios de la aplicación (Ministerios, Comunidades Autónomas, Ayuntamientos, entre otros) y explicar cuantas novedades se han ido produciendo en la misma. En

paralelo, su tarea se ha orientado a la resolución de dudas puntuales sobre el funcionamiento y al apoyo al manejo como usuario no informático de la aplicación.

Por otro lado, el importante papel desempeñado por las **redes GERIP y GRECO-AGE** hace necesario proceder al **análisis de su estructura y funcionamiento**, hay que apuntar que estas redes de comunicación reúnen a las personas designadas responsables en materia de información y publicidad con relación a los Fondos Estructurales. Su funcionamiento reside en el mantenimiento de una fluida comunicación con todos los colectivos implicados en la gestión de los Fondos Europeos y con los potenciales beneficiarios y beneficiarios de los mismos, para garantizar que se cuenta con los mejores proyectos a cofinanciar con dichos fondos, así como de la generación de mecanismos de información al público en general, para que la ciudadanía española esté mejor informada acerca del papel que los fondos procedentes de la Política Regional Europea juegan en la mejora de su calidad de vida.

Por un lado, en GERIP participan, bajo la presidencia de las Autoridades de Gestión, los responsables de comunicación de cada uno de los Planes de Comunicación regionales. Su objetivo fundamental es el establecimiento de una estrategia de comunicación conjunta, la coordinación de sus participantes a la hora de aplicar esta estrategia, el intercambio de ideas, la creación de un foro de discusión y la plataforma para la toma de decisiones y orientaciones consensuadas en beneficio de las funciones que los representantes de comunicación de los planes tienen que desarrollar. Asimismo, establece un puente informativo entre los participantes de la red española y las redes europeas de la Comisión, INIO e INFORM.

Por otro, en GRECO-AGE intervienen los responsables de comunicación de los organismos gestores de Fondo de Cohesión y FEDER de la Administración General del Estado, con los que se establece un cauce de comunicación adecuado que permite compartir enfoques, propuestas y soluciones para favorecer el óptimo desarrollo de los Planes de Comunicación a las exigencias reglamentarias en materia de comunicación. A ello hay que añadir su contribución al enriquecimiento de las decisiones tomadas en GERIP y la mejora de la calidad en el tratamiento de los temas allí discutidos, al trasladar las experiencias positivas y las orientaciones surgidas de organismos gestores de la Administración Central.

De acuerdo con lo anterior, la definición del modelo de seguimiento se ha realizado en estrecha colaboración entre todos los organismos intermedios y colaboradores de los PO en el seno de ambas redes. Dicha cooperación ha estado presente desde la fase de programación de las actuaciones y se ha extendido posteriormente para acordar los mecanismos de ejecución, seguimiento y evaluación de las medidas de información y publicidad.

Este hecho ha dado lugar a una mayor toma de conciencia de la importancia de la comunicación entre los diversos participantes del PO. Así, la gestión global de la comunicación del PO caracteriza por la formación de un amplio marco de consideraciones

que aglutina a los representantes de todas las instancias de la Administración Nacional (Central, Regional y Local).

Esta gran participación ha representado un elemento muy fructífero para garantizar la pertinencia de las estrategias seguidas y la eficacia del sistema de seguimiento para las mismas, al implicar el compromiso de los diferentes organismos en la utilización de las herramientas diseñadas y los mecanismos de funcionamiento creados.

Entre las principales ventajas que la mayor implicación de esta red de actores ha tenido sobre los dispositivos de seguimiento, cabe reconocer, por un lado, el mejor conocimiento de los aspectos de publicidad del PO (recursos disponibles, estrategia y objetivos, medidas a realizar, etc.). Prueba de ello es que **la totalidad de los organismos gestores del Programa declaran conocer su Plan de Comunicación** y, por otro, la legitimidad para poder coordinar y asesorar a todos los beneficiarios del Programa en materia de información y publicidad de Fondos Estructurales. Además, en el caso del PO FEDER de Illes Balears, parece suficiente la participación efectiva de la DG de Fons Europeus en el GERIP para refrendar la eficacia de las actuaciones, puesto que la dimensión de esta intervención no justifica la consolidación de un proceso participativo más abierto.

En lo que se refiere a la **comunicación y coordinación con otros órganos**, las cuestiones de información y publicidad de los PO han formado parte de la agenda de trabajo de otras instancias relacionadas con el seguimiento y la evaluación de las intervenciones. Así, se han mantenido cauces de información muy fluidos, tanto con los *Comités de Seguimiento de los PO*, como con el *Comité Consultivo de Seguimiento Estratégico y Evaluación y el Grupo Técnico de Evaluación para el FSE*.

Así, con ocasión de la presentación de los Informes Anuales, las Autoridades de Gestión y los Organismos Intermedios de los PO han expuesto a los comités de Seguimiento los avances en materia de comunicación, reportando siempre información detallada sobre la ejecución y las buenas prácticas seleccionadas.

Asimismo, la coordinación con el Comité Consultivo de Seguimiento Estratégico y Evaluación y el Grupo Técnico de Evaluación para el FSE ha sido adecuada. Prueba de ello es que la publicidad ha formado parte de la planificación global de la acción evaluadora que se ha realizado. De hecho, el *Plan de Seguimiento Estratégico y Evaluación Continua de FEDER, FSE y FC, 2007-2013* dedica su capítulo 6 a describir los elementos fundamentales para la evaluación de las medidas de información y publicidad.

Ello ha sido posible gracias a la participación de las personas responsables de los aspectos de información y publicidad de los PO en tales grupos de trabajo y al papel desarrollado por las redes GERIP y GRECO-AGE a este respecto, ya que se han convertido en un referente básico en todo lo que tiene que ver con la comunicación de los Fondos Estructurales en España.

Como refuerzo a estos instrumentos de participación, se han mantenido reuniones periódicas con los organismos gestores del PO para informarles puntualmente sobre las

modificaciones y actualizaciones en todo lo relacionado con el desarrollo del mismo, así como de la normativa vigente, tanto a nivel de la Administración General del Estado, como de la Comunidad Autónoma. En ellas, las novedades en materia de información y publicidad han sido puestas en conocimiento de los beneficiarios y de los órganos gestores, y se han podido resolver otras cuestiones en función de las necesidades de información de cada momento. Concretamente, el 57% de los órganos gestores del PO FEDER de Illes Balears ha participado, al menos, en alguna reunión, jornada y/o curso donde se le ha informado acerca de los procedimientos de gestión, control, evaluación o comunicación relacionados con los Fondos Europeos.

A su vez, tanto desde la DG de Fons Europeus del Govern, como desde la DG de Fondos Comunitarios del Ministerio de Economía y Hacienda, se ha prestado asesoramiento a los órganos gestores para que integren las tareas relacionadas con el cumplimiento de las obligaciones reglamentarias de información y publicidad y del Plan de Comunicación del PO FEDER de Illes Balears en sus tareas habituales de gestión, seguimiento, evaluación y control, facilitándoles, de esta forma, el ejercicio de sus responsabilidades. Una de las herramientas básicas en esta tarea han sido las Webs de ambas Administraciones.

Además, esta coordinación a nivel interno también se ha extendido con los servicios de la Comisión Europea. Así, la comunicación se ha convertido en un tema habitual de discusión, no sólo en el marco de la red comunitaria constituida al efecto (INFORM), en la que han participado representantes de las Autoridades de Gestión y las Comunidades Autónomas, sino también en los propios Encuentros Anuales. En este sentido, se ha destacado la importancia dada a la visibilidad de los fondos en este período de programación, así como la necesidad de crear una base de datos de buenas prácticas y que ésta se hiciese visible a todos los interesados y a la ciudadanía en general.

Por otro lado, para el desarrollo de estas labores de información y publicidad, sobre todo en la parcela destinada a los beneficiarios y el público en general, también se cuenta con los diferentes centros con capacidad de difusión de las actividades de la Unión Europea en la región en cada uno de sus específicos campos de actuación. En este sentido, destacan aquellos organismos y delegaciones que pueden difundir los materiales realizados, como la oficina o unidad regional de Illes Balears en Bruselas, los Puntos Europeos de Información (P.E.I.), los centros de Información en las Universidades de la región e instituciones de enseñanza superior, el Centre Balears Europa, las oficinas del Govern, los Ayuntamientos o las Cámaras de Comercio. Estos enlaces se conforman como la piedra angular de la política de información descentralizada, dado que la mayoría se dirige al gran público y están agrupados en redes. De este modo, se multiplica el esfuerzo difusor de las actuaciones que se desarrollan con el apoyo del FEDER, ya que se trata de estructuras cercanas al público, creadas en organismos preexistentes y con experiencia, que informan a la ciudadanía acerca de la UE y sus políticas de un modo adaptado al receptor de la información.

4. VERIFICACIÓN DE LA INCLUSIÓN DE LA INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD EN LAS ACTUACIONES DE VERIFICACIÓN Y CONTROL DE LOS FONDOS

El Reglamento (CE) Nº 1828/2006, que fija las normas de desarrollo para el Reglamento anterior, contempla en los apartados 2, 3, 4 y 5 del artículo 13 los distintos tipos de verificaciones a desarrollar por la Autoridad de Gestión, que deben comprender aspectos administrativos, financieros, técnicos y físicos, clasificándolas en dos grupos: **verificaciones administrativas** y **verificaciones sobre el terreno**, estableciendo entre ellas los ámbitos vinculados con la comunicación.

Por tanto, la verificación de la normativa europea en el terreno de la información y publicidad cuenta con procedimientos e instrumentos adecuados para asegurar su correcto cumplimiento en la gestión y ejecución de las operaciones del PO.

Las tareas de verificación, que la Direcció General de Fons Europeus debe acreditar de forma exhaustiva y previa a la declaración de gastos, quedan documentadas en unas **listas de comprobación**, como certificación acreditativa de la comprobación del cumplimiento de toda la normativa y condiciones exigibles y, de forma particular. De esta forma, a partir de la información incluida en la documentación soporte de los expedientes enmarcados en cada una de las operaciones, se chequean y se cumplimentan las listas de comprobación, que recogen, entre otras cuestiones, las relacionadas con la comunicación:

Una vez que se han dado de alta las diferentes operaciones, en la **lista de comprobación de operación** se han de verificar las siguientes cuestiones relativas a las medidas de información y publicidad llevadas a cabo:

- + En el caso de operaciones instrumentadas a través de procedimientos de **contratación pública**, las preguntas relacionadas con los temas de publicidad son dos: la inclusión del anuncio de licitación publicado en el DOUE y la correspondiente mención a la cofinanciación europea y el cumplimiento general de las normas de publicidad en las licitaciones.
- + Al igual, cuando el procedimiento de gestión se ha desarrollado habiéndose otorgado cualquier tipo de **subvención**, los verificandos relativos a las cuestiones de comunicación son: la comunicación al beneficiario de la cofinanciación europea; constatación en el expediente de la participación comunitaria e identificación del FEDER; comunicación al beneficiario del deber de cumplimiento de la normativa nacional y comunitaria; e información a los beneficiarios de que la aceptación de la ayuda implica la aceptación de su inclusión en la lista de beneficiarios.
- + En el caso de **Convenios** entre Administraciones (Autonómicas, Estatales, Municipales, Universidades, etc.) o de éstas con entidades privadas, existen orientaciones para incluir las obligaciones que, en esta materia, conlleva la ejecución

de proyectos financiados con fondos europeos y desde el Servicio de Control y Verificación se comprueba su cumplimiento.

- + Una vez finalizada la introducción de datos sobre transacciones de un período determinado, y completadas las listas de verificación para cada operación, se cumplimenta la **lista de certificación**. En esta lista se han de verificar también aquellas cuestiones relativas a las medidas de información y publicidad llevadas a cabo.

Por su parte, la lista de comprobación de **verificaciones sobre el terreno** incluye una cuestión específica a verificar sobre el cumplimiento de las medidas de información y publicidad establecidas en el artículo 8 del Reglamento (CE) Nº 1828/2006. Con ello, se pretende constatar si en los proyectos cofinanciados se menciona la participación de los fondos europeos, al menos, en: placas explicativas permanentes; carteles en los enclaves de las operaciones; anuncios de los contratos, pliegos; publicaciones; contenidos digitales y/o audiovisuales; y otras posibles acciones de comunicación.

Además, durante la verificación sobre el terreno de inversiones físicas se procede levantar **acta de la visita de comprobación** con todos los asistentes a la misma y a la realización de **reportajes fotográficos** que permitan crear un banco de imágenes con la finalidad de que se pueda verificar y demostrar, tanto la ejecución de las operaciones cofinanciadas, como el cumplimiento de la normativa regional, nacional y comunitaria de aplicación, en particular la relacionada con las necesidades de información a la ciudadanía.

Una vez realizadas las verificaciones in situ y corregidas, en su caso, las irregularidades detectadas en la certificación que corresponda, se simulan las certificaciones agregadas de cada Programa Operativo y los datos de estas verificaciones se adjuntan a la solicitud de reembolso en un informe denominado "**Informe sobre verificaciones exigidas en el Artículo 13**".

Este Informe se genera en formato pdf y se firma digitalmente por el titular responsable del Organismo Intermedio en la aplicación informática *Fondos 2007*. Concretamente, el último de los aspectos objeto de verificación que se señalan en este informe es el relativo a "Que se ha cumplido la normativa comunitaria en materia de información y publicidad".

En definitiva, de acuerdo con los procedimientos descritos previamente, el procedimiento de verificación en el ámbito de la comunicación en el marco del PO FEDER de les Illes Balears garantiza con solvencia el cumplimiento de los requisitos reglamentarios.

5. INCORPORACIÓN DEL PRINCIPIO DE IGUALDAD DE OPORTUNIDADES EN LAS MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD

La *Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación* establece la inclusión de un capítulo en los Informes de Evaluación sobre la incorporación de la igualdad de oportunidades en las medidas de información y publicidad al objeto de tener en cuenta que se repare sobre las necesidades de las mujeres en el acceso a los diferentes contenidos informativos; facilitar información a las mujeres sobre las posibilidades de participación como beneficiarias de los programas y visibilizar, de cara a la opinión pública, la contribución del FSE a la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres.

El principio horizontal de Igualdad de Oportunidades ha sido incorporado al Plan de Comunicación del PO FEDER de Illes Balears, que ha de transmitir en su programación una imagen plural y no estereotipada de las funciones de las mujeres y los hombres en la sociedad.

Así, el Plan de Comunicación constituye una garantía para la definición de contenidos no contrarios al principio de Igualdad de Género en todo lo relacionado con la información a transmitir sobre la implementación de estos recursos comunitarios en la región. Esa garantía se manifiesta, aunque con distinta intensidad, en la consideración del enfoque de género en las diversas fases del Plan de Comunicación, desde su planificación estratégica inicial, hasta los procedimientos de seguimiento y evaluación del mismo.

La consideración de este principio horizontal en la **dimensión estratégica del plan**, como ya se ha señalado en el apartado 2.4 del presente Informe de Evaluación, está garantizada por las dos siguientes cuestiones:

- + En la definición de los objetivos, porque, en virtud del Objetivo Estratégico 1 del Plan (*Informar a los beneficiarios y los beneficiarios potenciales de las oportunidades que abre el nuevo PO*) todas las personas deben tener información adecuada y transparente sobre el PO, evitando cualquier tipo de barreras para acceder a ella.
- + Por otra parte, la definición que se hace de los destinatarios del Plan abarca una amplia tipología sin hacer discriminación por razón de sexo, a lo que se une que entre los beneficiarios potenciales del mismo también tienen cabida los organismos de promoción de igualdad entre hombres y mujeres. Los mecanismos instaurados para la ejecución del gasto garantizan que el proceso de selección es imparcial y riguroso, garantizando, en todo momento, gracias a la publicidad, la igualdad de oportunidades. En este sentido, se vela por que los criterios de selección y concesión relativos a las solicitudes cumplan las directivas europeas y estén de acuerdo con las prácticas nacionales y regionales. Al igual, se procura que sean muy claros y precisos a fin de facilitar la elección de proyectos de calidad, dando la información oportuna en

cuanto a cómo se asignan las ayudas y cómo se garantizará que los promotores de proyectos tengan igualdad de oportunidades.

En este sentido, hay que señalar que la integración de la igualdad en el contenido de las medidas de información y publicidad es, lógicamente, más efectiva en aquellas actuaciones destinadas a dar visibilidad a proyectos cofinanciados con un mayor impacto sobre la igualdad de oportunidades, lo que es más evidente en el caso del FSE. No obstante, siempre se procura evitar cualquier forma de comunicación sexista de las operaciones apoyadas por los fondos (con independencia del soporte utilizado).

Por lo que se refiere a **actuaciones concretas**, desde la perspectiva del tratamiento de la imagen y el lenguaje en las actuaciones desarrolladas se observa un respeto pleno por los principios de la publicidad no sexista.

Por lo que se refiere al lenguaje del uso éste puede calificarse como no sexista, en la medida en que no aparecen falsos genéricos masculinos; no se realizan anuncios exclusivamente en femenino o masculino cuando el mensaje puede ir dirigido tanto a hombres como a mujeres; y no se emplean términos con un contenido semántico discriminatorio cuando se utilizan en femenino.

Por otra parte, tampoco se emplean roles o estereotipos de género: no aparecen las mujeres como seres dependientes, no se vinculan las tareas domésticas o familiares a las labores femeninas, las mujeres aparecen desempeñando profesiones o trabajos de igual relevancia social que los de los hombres.

Un elemento muy positivo que va a posibilitar una mejor integración del enfoque de género en las tareas de evaluación de los Planes de Comunicación es la incorporación, en la *Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación* y, por lo tanto, en el alcance de la propia evaluación, de criterios de igualdad de oportunidades para la identificación de ejemplos y casos de buenas prácticas. De esta forma, se tendrán en cuenta a la hora de seleccionar las actuaciones, entre otros aspectos:

- + La redacción de los contenidos contemplados en publicaciones para que no se haga uso en ningún momento de un lenguaje sexista.
- + El tratamiento de elementos gráficos, en el caso de publicitaciones, web, campañas publicitarias, etc., que tengan en cuenta el principio horizontal de igualdad, y cuidando la inclusión de imágenes de actuaciones cofinanciadas por fondos europeos con incidencia positiva sobre la población femenina.

De acuerdo con todo ello, la valoración final en términos de igualdad de género resulta positiva, aunque presenta ciertos márgenes de mejora: por una parte, si bien se realiza un tratamiento adecuado en términos de lenguaje y roles femeninos y masculinos, conviene incidir en la realización de acciones orientadas específicamente a la Igualdad de Oportunidades.

6. ANÁLISIS DEL IMPACTO: LOGROS Y DESAFÍOS DE LAS ACTIVIDADES EN MATERIA DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD

La evaluación del grado de avance en la consecución de los objetivos finales establecidos por el Plan de Comunicación requiere realizar una estimación de los impactos ocasionados por las medidas de información y publicidad implementadas hasta marzo de 2010. Se trata, por lo tanto, de medir, de una forma rigurosa, los efectos de carácter más permanente que las actividades de comunicación efectuadas han tenido sobre los principales destinatarios del Plan. Para ello, se ha tomado como referencia la metodología propuesta en la Guía para el Seguimiento y la Evaluación de los Planes de Comunicación, en la que se plantean los siguientes cinco indicadores de impacto:

- + **Indicador 1 (I.1):** Grado de conocimiento de las obligaciones existentes en la programación, gestión, seguimiento, control, evaluación e información y publicidad; medido como porcentaje.
- + **Indicador 2 (I.2):** Tasa de satisfacción, que indique la valoración de los beneficiarios/Organismos Intermedios y/o gestores o partícipes respecto a la información facilitada; medida como porcentaje.
- + **Indicador 3 (I.3):** Tasa de utilidad de las actuaciones; medida como porcentaje.
- + **Indicador 4 (I.4):** Grado de conocimiento de los distintos Fondos Estructurales por parte de la ciudadanía; medido como porcentaje.
- + **Indicador 5 (I.5):** Grado de conocimiento del papel desempeñado por la Unión Europea por parte de la ciudadanía; medido como porcentaje.

La obtención del valor cuantificado correspondiente a cada uno de los anteriores indicadores ha precisado el desarrollo de un trabajo de campo específico organizado en los siguientes dos grupos de tareas:

- + La realización de entrevistas a todos los órganos gestores de fondos del PO FEDER de Illes Balears, tanto de la AGE, como de la CAIB y de los Ajuntaments y Consells Insulares beneficiarios de las ayudas. Asimismo se han realizado entrevistas a un grupo de empresas privadas que ha permitido captar la perspectiva del sector empresarial como beneficiarias.
- + La realización de una encuesta a una muestra representativa del conjunto de la población balear. El diseño de esta encuesta también ha sido consensuado en el marco del GERIP.
- + La celebración de grupos de trabajo en los que han participado tanto beneficiarios como beneficiarios potenciales y población en general, que ha permitido poner en común la perspectiva de todos los colectivos destinatarios del Plan de Comunicación. Las sesiones celebradas han versado sobre la valoración de la accesibilidad y calidad en la formación e información proporcionada y de la sensibilización y concienciación de la ciudadanía en materia de información y publicidad.

De esta forma, el análisis del **impacto de las acciones de información y publicidad sobre los organismos gestores y beneficiarios de las ayudas** se estructura en tres ámbitos generales: el grado de conocimiento de las obligaciones de información y publicidad, la tasa de satisfacción y la tasa de utilidad.

El **grado de conocimiento de las obligaciones de información y publicidad** por parte de los organismos implicados en la administración de las ayudas del PO resulta muy adecuado, tomando este indicador un valor del 83%. Ello se constata desde diversos enfoques:

- + Desde una perspectiva general, que contempla el conocimiento existente sobre los aspectos básicos a tener en cuenta para la correcta gestión de la información y publicidad de los fondos, *derivado de la información consultada o facilitada*, la valoración es muy positiva, adoptando el indicador un valor de 78,57%. Ello se debe a que todos los órganos implicados han tenido acceso al Plan de Comunicación, además de que han recibido instrucciones al respecto por parte, bien del Organismo Intermedio y/o de la Autoridad de Gestión.

A ello hay que añadir que la totalidad de los órganos de la AGE y la mitad de los correspondientes al Govern han participado en *jornadas sobre comunicación de los Fondos*. Dicha participación ha sido significativamente menor en el caso de las entidades locales que gestionan recursos FEDER correspondientes al tramo regional del PO. No obstante, en todos los casos declaran saber a quién dirigirse para solicitar asesoramiento cuando encuentran algún tipo de problema o tienen alguna duda en esta materia, señalando, para ello, a la DG de Fons Europeus, así como a la DG de Fondos Comunitarios.

Además, para los organismos de la AGE, su integración en la red de información y publicidad del GRECO-AGE supone una ocasión para estar constantemente actualizados, y de forma directa, en las novedades que se producen en el ámbito de la comunicación de las intervenciones de la Política Regional Comunitaria, lo que puede explicar, en parte, que sean los obtienen el máximo porcentaje.

- + Desde una perspectiva aplicada, el conocimiento, que se desprende del *grado de cumplimiento de las obligaciones de información y publicidad, así como de la atención de las recomendaciones realizadas sobre estas cuestiones*, es altamente satisfactorio, con un indicador del 92,31%.

Hay una conciencia muy clara sobre la participación europea en la financiación de los proyectos, como se demuestra por la correcta aplicación de medidas de información y publicidad, la utilización del slogan del Plan y la mención de la participación FEDER en los expedientes, por parte de la totalidad de los organismos que participan en la intervención.

Estos buenos resultados se explican por el conocimiento adquirido, derivado de la participación en cursos y jornadas técnicas, en aspectos concretos sobre la gestión de las operaciones, el control, su seguimiento y evaluación. En este sentido, se ha

realizado un esfuerzo por elevar la cualificación de los técnicos que gestionan recursos comunitarios ha sido considerable. Así, la organización de seminarios y jornadas especializados en las distintas parcelas necesarias para la óptima gestión de fondos ha permitido proporcionar información muy útil sobre los diversos cambios normativos del nuevo período.

La consideración que los participantes hacen de este tipo de acciones formativas muestra las ventajas que tienen para un mejor entendimiento de los procedimientos vinculados a la gestión, control, seguimiento y evaluación e información y publicidad del Programa Operativo FEDER. En particular, tales ventajas de la formación proporcionada se observan, especialmente, en el ámbito de la comunicación, dentro de una apreciación general media bastante buena en todos los aspectos de la gestión. A su vez, son las entidades locales las que dan la máxima valoración posible a dichas actividades, debido, tal vez, a su menor experiencia en la aplicación de la operativa de la financiación comunitaria.

Por otra parte, el impacto producido por la información facilitada a los órganos gestores relacionada, tanto con la comunicación de la Política de Cohesión en general y del PO FEDER de Illes Balears en particular, como con los procedimientos de gestión de los fondos, se ha medido a través del indicador de la **tasa de satisfacción**.

Dicho indicador se ha construido a partir de las valoraciones dadas, por los participantes de las sesiones informativas celebradas hasta marzo de 2010, a los contenidos presentados en ellas y a los objetivos satisfechos por las mismas. El impacto asociado a estas actividades se juzga de forma positiva. Así, el indicador de la Tasa de Satisfacción toma un valor de 83,8%. La creación de espacios de información y puesta en común constituyen un instrumento muy valioso para generar una actitud proactiva en los órganos que gestionen recursos comunitarios, en la medida en que los contenidos que se abordan y los objetivos que se pretenden han resultado interesantes.

Las valoraciones obtenidas han sido positivas, lo que indica que la satisfacción respecto a la información proporcionada ha sido, igualmente, elevada, estimulando, por consiguiente, la profundización en los temas tratados. Este hecho favorece la sostenibilidad o durabilidad de los efectos de la información transmitida, y facilita que la comunicación se extienda a todos los ámbitos de la gestión de las administraciones.

De hecho, en algún caso, como el ICEX, se han organizado jornadas a nivel interno, con el objetivo de informar al personal de su participación en varios PO, entre ellos el de Illes Balears, así como de los procedimientos de gestión y control de los fondos. Al igual, la DG de Investigación y Gestión del Plan Nacional de I+D+i ha participado en redes de beneficiarios que gestionan Fondos Europeos como la Red UGI de Universidades Públicas Españolas.

Este resultado evidencia el importante efecto que la información facilitada a los órganos gestores tiene en el proceso de comunicación, al propiciar, de forma inducida, la aproximación de potenciales beneficiarios a los Fondos Estructurales.

Finalmente, un último indicador para medir el impacto de las acciones de información y publicidad sobre los organismos gestores y beneficiarios de las ayudas es el de la **Tasa de utilidad de las actuaciones**. Con él se pretende capturar el efecto de las actividades de información desarrolladas sobre la mejora en la aplicación de las medidas de comunicación que deben llevar cabo los órganos gestores y beneficiarios de los fondos.

Al objeto de cuantificar dicho impacto, se han analizado las valoraciones de los órganos gestores que se han hecho respecto a la organización de actos o seminarios sobre Fondos Europeos y su idoneidad como instrumento de formación e información. En este sentido, la opinión general apunta hacia la idea de que este tipo de actividades en formato de jornadas o cursos es muy adecuado por la obtención de información de primera mano y la posibilidad de interactuar. En consecuencia, la valoración media ha sido aceptable y la tasa de utilidad estimada es casi del 92%.

En particular, el 90% de los organismos gestores de los PO consideran que la utilidad de la información facilitada ha sido elevada, mientras que cerca de un 94% opinan que el contenido tratado en las sesiones celebradas ha sido muy apropiado.

En síntesis, cabe concluir que el avance en el logro de los objetivos finales del Plan de Comunicación de informar a los beneficiarios y los beneficiarios potenciales de las oportunidades que abre el PO, así como de continuar asegurando la transparencia de la intervención, ha sido muy relevante, a juzgar por el comportamiento de los anteriores indicadores de impacto.

El elevado conocimiento de las obligaciones en materia de información y publicidad observado, unido a la calidad de la información que se ha facilitado y la utilidad de las actividades formativas desarrolladas, ha fortalecido la capacidad de comunicación y, en consecuencia, la difusión de las posibilidades que brinda el FEDER en Illes Balears y el acceso a su financiación de una forma transparente.

Por su parte, el **impacto de las acciones de información y publicidad sobre el conjunto de la población** se ha valorado a través de la consideración de dos de los indicadores de impacto definidos en la Guía: el grado de conocimiento del papel desempeñado por la UE por parte de la ciudadanía y el grado de conocimiento del FEDER por parte de la ciudadanía.

El **59,7% de los ciudadanos de Illes Balears dicen saber que la región recibe fondos de la UE** para contribuir a su progreso económico y social. Este resultado parece frenar la tendencia que ampliaba la distancia entre la UE y sus ciudadanos, por cuanto, en Illes Balears, una parte significativa de ellos entiende como la UE afecta a la vida de los ciudadanos de distintas formas.

En este sentido, el lema elegido de *“Una manera de hacer Europa”* para reflejar el papel que juega de la UE en el desarrollo económico y social de España e Illes Balears ha podido ayudar a dar a conocer el papel de la UE, ya que goza de bastante popularidad en las Islas. No obstante, si bien el Programa es relativamente conocido, aún es preciso reforzar la

imagen y el mensaje de la contribución del FEDER entre los habitantes, puesto que el 44% de las personas que dicen saber de la intervención y los Fondos, no comparten el contenido dado en el lema para destacar la labor de la UE.

Una de las maneras en las que esta influencia es más notoria es la que se produce a través de la Política Regional. En este sentido, **el 33,4% de la población balear encuestada conoce la existencia del FEDER**. La condición de región Competitividad de Illes Balears, hace que la importancia de la Política de Cohesión sea menor que en otras regiones del objetivo Convergencia, de ahí la relativización del peso de los fondos europeos en la región. El conocimiento resulta mayor entre la población masculina y entre la población de entre 25 y 54 años.

Desde la perspectiva de la comunicación, lo anterior puede obedecer a que la información de proyectos cofinanciados emblemáticos o significativos se concentre, sobre todo, en los colectivos directamente beneficiados por los mismos, diluyéndose, de forma gradual, entre la población en general. De esta forma, es compatible una situación de conocimiento del apoyo de los Fondos Estructurales en el desarrollo regional con una percepción ligeramente menor de su contribución en las Islas.

Si se considera la opinión que existe sobre la situación en algunos de los ámbitos prioritarios para el Programa, la conclusión que se obtiene es que las inversiones llevadas a cabo que han sido más percibidas por la población son las relativas a la mejora de la dotación de infraestructuras. Hay que tener en cuenta que el esfuerzo llevado a cabo en los últimos años por mejorar la accesibilidad de las Islas, tanto externa (con actuaciones en aeropuertos a través del Fondo de Cohesión), como interna (con inversiones FEDER en ferrocarril y metro que mejoran la movilidad), ha sido muy relevante. La participación de la UE en este tipo de proyectos de la región es visible para el 55,6% de las personas de las Islas que conocen la existencia de los Fondos Estructurales.

Le sigue en importancia las operaciones de carácter ambiental, cuya presencia en la programación del FEDER, tanto del período anterior, como en la actual, ha sido y es, actualmente, muy significativa, con inversiones de recuperación ambiental de espacios, tratamiento de residuos, distribución y depuración de agua, fomento de energías renovables (especialmente solar). Cerca de la mitad de las personas que conocen la existencia de los Fondos son conscientes de que el FEDER ha apoyado este tipo de actuaciones en Illes Balears.

La percepción de la cofinanciación y de la contribución de la UE es notablemente más reducida en el caso de proyectos de I+D+i y de fomento de la inversión productiva. El hecho de que los requisitos de publicidad de esta tipología de operaciones se centre, en mayor medida, en los requisitos a cumplir por los beneficiarios, y que los efectos de las mismas sobre el conjunto de la población sean de carácter indirecto, justifican que su notoriedad sea menos clara para la mayor parte de la ciudadanía.

Los medios de comunicación social constituyen el principal canal de información para la mayoría de las personas. **Más del 80% reconocen haber accedido a información sobre la**

UE y los Fondos Estructurales a través de anuncios en televisión, prensa o radio. Otros soportes de comunicación con un efecto difusor destacado son las vallas que deben instalarse en las obras de construcción (27%), así como el material de cartelería (20%). Es bastante revelador el poder de la comunicación interpersonal, como forma de acceso a la información relacionada con los Fondos y la Política Regional. De hecho, aparece como la segunda vía, después de los medios de comunicación, a través de la cual se ha tenido conocimiento de la cofinanciación de la UE, con un 30% de las personas encuestadas que afirmaban conocer la existencia de los Fondos Estructurales. En consecuencia, las **experiencias personales de intercambio de información** se configuran como un elemento multiplicador de la visibilidad de los proyectos.

Asimismo, la confianza de la población balear en la importancia de la Política de Cohesión se estima bastante favorable. Casi la quinta parte de las personas encuestadas conocedoras de su existencia cree que el papel desempeñado por los Fondos en la región ha sido muy beneficioso o absolutamente crucial, y el 45,5% lo juzga de manera positiva. En consecuencia, **el objetivo de propiciar un desarrollo económico y social para el conjunto del territorio es muy bien percibido por la población balear**. Tan sólo el 17% piensa que su importancia para el desarrollo regional ha sido irrelevante, un porcentaje muy similar al de personas que no se pronuncian.

El tamaño de este último grupo de “*indecisos*” puede indicar la necesidad de mejorar la comunicación para destacar, no sólo el apoyo financiero de los Fondos, sino también otros beneficios derivados que aportan valor añadido, como la cooperación y el partenariado o la buena gobernanza en la administración de los recursos, gracias a los sistemas de seguimiento, evaluación y control de las ayudas comunitarias.

En resumen, teniendo en cuenta los resultados anteriores, podemos concluir que la labor realizada ha permitido avanzar de forma significativa en la consecución de los objetivos 1 y 2, mejorando la información aportada a los beneficiarios y beneficiarios potenciales y las transparencia en el desarrollo del PO. No obstante, los avances han sido menores en el incremento de la visibilidad de las actuaciones cofinanciadas, con lo que el impacto sobre el conjunto de la población presenta aún un importante margen de mejora.

TABLA 2. RESUMEN DE LOS INDICADORES DE IMPACTO SOBRE LOS ORGANISMOS GESTORES Y BENEFICIARIOS DE LAS AYUDAS (%)

	VALOR
I.1. GRADO DE CONOCIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES EXISTENTES	General: 78,57%
	Aplicado: 92,31%
I.2. TASA DE SATISFACCIÓN RESPECTO A LA INFORMACIÓN FACILITADA	83,75%
I.3. TASA DE UTILIDAD DE LAS ACTUACIONES	91,88%
I.4. GRADO DE CONOCIMIENTO DEL FEDER	33,4%
I.5. GRADO DE CONOCIMIENTO DEL PAPEL DESEMPEÑADO POR LA UE	59,7%

Fuente: Elaboración propia de Regio Plus a partir de la explotación de los cuestionarios destinados a órganos gestores y beneficiarios

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES: PROPUESTAS DE MEDIDAS A ADOPTAR

A continuación se señalan las **conclusiones** más relevantes obtenidas en el presente estudio de Evaluación, así como las **recomendaciones** que se deducen de los elementos críticos identificados para mejorar el funcionamiento general del Plan de Comunicación en los años que restan de aplicación de Fondos.

Las consideraciones que se presentan seguidamente no tienen un carácter exhaustivo, siendo precisa la lectura íntegra del Informe de cara tanto a una mejor comprensión de las mismas, como a una visión más completa de la situación actual de la información y publicidad relativa a las intervenciones del FEDER en Illes Balears y de los resultados que el Plan de Comunicación del PO está produciendo hasta la fecha.

1. La estrategia de comunicación de los Fondos Estructurales en España ha sido el resultado de una amplia participación institucional, en la que han intervenido las Autoridades de Gestión de los PO y todas las Comunidades Autónomas en el seno de las redes del GERIP y el GRECO-AGE. Ello ha favorecido la definición de unas bases comunes a partir de las cuales fundamentar el desarrollo de cada uno de los Planes.
El establecimiento de unos objetivos consensuados y de unos grupos destinatarios compartidos por todos ha supuesto un refuerzo considerable de la estrategia de comunicación general en España respecto al período 2000-2006, evitando una excesiva dispersión y favoreciendo la generación de sinergias para una mayor difusión del mensaje de los Fondos Estructurales y de la Política de Cohesión de la UE.
2. El contenido de las medidas responde adecuadamente a las necesidades de información de los diferentes grupos destinatarios, demostrando, así, un elevado grado de pertinencia. Además, las medidas previstas son coherentes para lograr los objetivos establecidos y los soportes de comunicación contemplados resultan adecuados para la ejecución de las actuaciones del Plan. Por todo ello, se puede concluir que la lógica de intervención del Plan es apropiada.

RECOMENDACIÓN 1: *A pesar de ello y con el fin de elevar la vinculación entre Objetivos y Medidas del Plan, se sugiere integrar la actuación 2.4 (acciones previstas de publicidad y promoción de proyectos) de la Medida 2 orientada a los beneficiarios potenciales (Transmitir las obligaciones derivadas de la obtención de la financiación comunitaria), a la Medida 2 (Difundir el papel de la UE en el desarrollo regional y el esfuerzo compartido del FEDER y las Administraciones Públicas en la financiación de las inversiones del Programa) dirigida al conjunto de la ciudadanía balear.*

3. El principio de Igualdad de Oportunidades ha quedado plenamente recogido tanto en la definición del árbol de objetivos como en la identificación de los destinatarios de

las actuaciones del Plan de Comunicación. Asimismo, desde una perspectiva más aplicada, se observa una tendencia creciente a la atención del uso de un lenguaje no sexista y de imágenes no estereotipadas. No obstante, en este ámbito aún se observan algunas deficiencias que será necesario atender en el futuro inmediato.

4. En líneas generales, la ejecución de las actuaciones de información y publicidad se ha situado en unos niveles positivos. Los mayores retrasos se producen en las realizaciones relativas al *Número de publicaciones externas realizadas* y al *Número de soportes publicitarios*. En cuanto a los resultados, solamente el *Número de visitas a páginas Web* ha sido inferior al esperado.

RECOMENDACIÓN 2: *Intensificar las actuaciones vinculadas a los indicadores que han mantenido, en el período de análisis, una ejecución inferior a la esperada como son las publicaciones externas realizadas, el número de soportes publicitarios y el número de visitas anuales a las páginas web. A ello se debe añadir la realización de un seguimiento continuado de los mismos.*

RECOMENDACIÓN 3: *Procurar una mayor diversificación del número de acciones de difusión de los órganos gestores, de forma que adquieran más protagonismo otras vías de difusión distintas de los anuncios en los Boletines Oficiales. En este contexto, se considera conveniente intensificar la elaboración de folletos, dípticos y trípticos para mejorar la publicidad y promoción de las operaciones del PO, sin perjuicio de la utilización de otro tipo de soportes (publicaciones electrónicas, libros, CDs, vídeos, etc.) que impulsen la ejecución del indicador de publicaciones realizadas, particularmente orientados a poner en relieve los resultados de las actuaciones cofinanciadas.*

RECOMENDACIÓN 4: *Realizar un seguimiento específico de los organismos que no han tenido ejecución en todos los indicadores de comunicación con el fin de acelerar la puesta en marcha de sus actividades de información y publicidad. Así:*

- ✦ *Las Administraciones Locales (con la excepción del Ayuntamiento de Palma), si bien, en todo caso, conviene tener presente la representatividad que dichos organismos tienen en el PO y, en consecuencia, aplicar el principio de proporcionalidad.*
- ✦ *Asimismo, la Dirección General de Investigación (MICIN) ha mantenido un protagonismo reducido (realizando únicamente dos actuaciones en el período analizado, vinculadas ambas a las convocatorias y apoyo al desarrollo). Por ello se recomienda una mayor actividad de comunicación que ponga especial incidencia en los resultados obtenidos en las actuaciones cofinanciadas.*
- ✦ *En el Govern de les Illes Balears, sería conveniente promover entre aquellos gestores que han concentrado sus actuaciones de comunicaciones únicamente*

en las actividades de difusión (como es el caso de la DG de Investigación, Desarrollo Tecnológico e Innovación) una mayor diversificación.

5. Esta favorable ejecución se ha visto favorecida por la intensa actividad de formación y apoyo continuado realizada por la Autoridad de Gestión y el Organismo Intermedio Regional. Así, la elaboración de la “*Guía práctica de información y publicidad de las intervenciones cofinanciadas por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional 2007-2013 en las Illes Balears*” ha supuesto una excelente herramienta para facilitar la gestión de las acciones de comunicación. Por otra parte, la DG de Fons Europeus del Govern y la Autoridad de Gestión del PO han prestado asesoramiento a los órganos gestores para que integren las tareas relacionadas con la información y publicidad del Plan de Comunicación entre sus cometidos habituales de gestión de las ayudas comunitarias (mediante reuniones y la atención bilateral de dudas).
6. En el ámbito del seguimiento de las actuaciones de Información y Publicidad, se ha apoyado, fundamentalmente, en la definición y cumplimentación periódica de los Indicadores de Comunicación. El almacenamiento de la información sobre las actuaciones de comunicación se realiza de forma informática a través de una aplicación específica que permite realizar un seguimiento puntual de la ejecución y facilita las tareas de evaluación.

RECOMENDACIÓN 5: *Para mejorar el seguimiento y evaluación de las acciones del Plan de comunicación se plantean, desde el ámbito particular de la Administración Regional, implicar en mayor medida a los Órganos Gestores en las tareas de seguimiento de las actuaciones de información y publicidad.*

7. El impacto de las acciones de información y publicidad sobre los colectivos beneficiados por los proyectos ha sido significativo. Los órganos gestores del PO FEDER de Balears tienen un alto grado de conocimiento de la normativa europea en materia de información y publicidad de las actuaciones cofinanciadas. En todos los casos la satisfacción manifestada por los Órganos Gestores en relación con la información y formación recibida es elevada, así como la utilidad de la misma.
8. Sin embargo, el conocimiento general de la población balear en su conjunto sobre apoyo que la Política de Cohesión supone para el desarrollo de la región resulta significativamente menor.

RECOMENDACIÓN 6: *De forma general, se estima conveniente animar a los Órganos Gestores a recurrir a los medios de comunicación de ámbito local y regional, dado su mayor alcance e impacto sobre la población en su conjunto, lo que permitiría paliar el déficit observado en este sentido.*

Asimismo, resulta conveniente dar un uso más visible al eslogan, logrando que la población relacione de forma inmediata el mismo con la presencia de cofinanciación a través del FEDER.

RECOMENDACIÓN 7: *Entre los colectivos destinatarios de las actuaciones convendría poner especial interés en la población más joven (menor de 25 años).*

8. BUENAS PRÁCTICAS

La detección, análisis y transferencia de buenas prácticas constituye una herramienta muy relevante para la gestión pública y para el avance en la consecución de los objetivos de la Política Regional Comunitaria, de forma general, y del Plan de Comunicación del PO del FEDER de Illes Balears, de forma más particular.

De acuerdo con ello, el presente capítulo define, con ayuda del marco conceptual que representa la *“Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER, Fondo de Cohesión y FSE 2007-2013”* los casos de buenas prácticas que se han desarrollado en el marco del Plan de Comunicación desde el año 2007 hasta el primer trimestre de 2010.

En este contexto, se ha tratado de aportar una definición operativa, clara y motivadora de lo que constituye una buena práctica, de modo que sirva para ilustrar, con ejemplos representativos, el comportamiento que favorece la mejora de la visibilidad de los resultados de la Política Regional en las Illes Balears y la transparencia en la gestión de los Fondos Estructurales.

Así, se estima que constituye una buena práctica aquel proyecto o actuación, técnica o medio de gestión vinculado al ámbito de la información y la publicidad en el que confluyan varias de las siguientes características:

- + Uso de recursos innovadores en la presentación, organización y/o desarrollo.
- + Adecuación de los contenidos a los objetivos perseguidos.
- + Incorporación de criterios de Igualdad de oportunidades.
- + Adecuación con el objetivo general de difusión de los fondos.
- + Alto grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción de comunicación.
- + Evidencia de un alto grado de calidad.
- + Uso de nuevas tecnologías de la información.

Esta selección de buenas prácticas bajo los criterios homogéneos recogidos en la *“Guía Metodológica”* en todos los ámbitos, garantiza, de un lado la eficacia y transparencia, al tiempo que facilita el intercambio de experiencias en los foros habilitados para ello, destacando las redes INFORM e INICIO, así como GERIP y GRECO-AGE.

Además, el diseño del sistema, tanto para las tareas de seguimiento, como para las de evaluación permite mantener un registro de todas las actuaciones que a lo largo de cada anualidad han sido consideradas buenas prácticas en los Informes Anuales de Ejecución y en los correspondientes Informes de Evaluación.

Adicionalmente, la identificación de estos ejemplos de buenas prácticas permite ilustrar muchas de las conclusiones recogidas anteriormente, poniendo en valor la variedad de las actuaciones desarrolladas, su calidad y la adecuación de las mismas a los criterios

recogidos en el Plan de Comunicación, así como su contribución a los objetivos generales de la Política Regional Europea.

1. ELABORACIÓN DE UN VIDEO (AUDIOVISUAL) SOBRE “LA POLÍTICA REGIONAL EUROPEA EN LAS ISLAS BALEARES” 2000-2006 Y 2007-2013.

La acción ha consistido en la realización de un video audiovisual con el que se ha dado a conocer al conjunto de la ciudadanía la contribución del FEDER en las islas, así como los proyectos y objetivos de desarrollo, bienestar y mejora de la calidad de vida que se pretenden lograr con los recursos asignados a Baleares para el período 2007-2013.

El video pone de manifiesto el esfuerzo que la Unión Europea realiza a favor del desarrollo y la competitividad del archipiélago balear, haciendo referencia a los beneficiarios de los fondos, las inversiones programadas y los beneficios derivados de la ayuda comunitaria

Se considera que puede ser considerado como una “buena práctica” porque:

- + **Uso de recursos innovadores en la presentación, organización y/o desarrollo**, la acción desarrollada se ha caracterizado por una gran originalidad. Se puede hablar de “comunicación innovadora” ya que es la primera vez que en Baleares se lleva a cabo un audiovisual sobre el papel del FEDER y la Unión Europea en las islas. Por lo tanto, se ha hecho uso de un instrumento nuevo para la comunicación institucional, cuya organización y desarrollo ha tenido en cuenta las prioridades de información y las necesidades de los grupos destinatarios.
- + **Adecuación de los contenidos a los objetivos perseguidos**, ya que el mensaje que se da a través del video abarca una dimensión significativa del alcance de la política de cohesión: I+D+i, fomento empresarial, medio ambiente, energías renovables, transporte sostenible, entre otros ámbitos de intervención.
- + **Incorporación de criterios de igualdad de oportunidades**, en la medida en que el video contiene entrevistas, tanto a hombres, como a mujeres, relacionados con la gestión o aplicación de fondos. Es el caso de la Consejera de Comercio, Industria y Energía del Govern, Francesca Vives i Amer, o de la Rectora de la Universidad de Baleares, Montserrat Casas Ametller. Además, las secuencias incluidas de la población balear muestran una imagen moderna y protagonista de la mujer en la sociedad.
- + **Adecuación con el objetivo general de difusión de los fondos**, puesto que se trata de una acción específica en materia de información y publicidad, contemplada en el Plan de Comunicación, con la que se mejora la comprensión de la opinión pública de la Política de Cohesión Europea y el conocimiento de la importancia del FEDER en el bienestar y el progreso.

- ✦ Esta actuación presenta un **Alto grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción de comunicación**, que se ha logrado gracias a los puntos de distribución utilizados.
- ✦ **Evidencia alto grado de calidad**. El resultado obtenido puede considerarse como muy positivo, tanto por la información transmitida, como por la forma en que se ha hecho, que ha permitido acercar, de una manera muy accesible, la Política Regional Europea al conjunto de la población balear.
- ✦ **Uso de nuevas tecnologías de la información**. El uso del vídeo constituye un canal efectivo como soporte de retransmisión de imagen animada+sonido, y compatible para su difusión por internet.



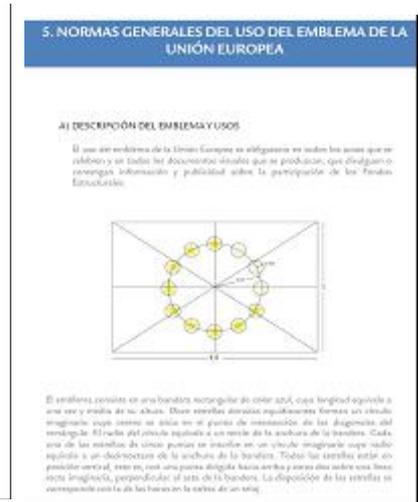
2. ELABORACIÓN DEL “GUÍA PRÁCTICA DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD DE LAS INTERVENCIONES COFINANCIADAS POR EL FONDO EUROPEO DE DESARROLLO REGIONAL 2007-2013 EN LAS ILLES BALEARS”.

La acción ha consistido en la elaboración de una herramienta que ofrece orientaciones prácticas para facilitar una amplia difusión, de una manera homogénea y clara, de la acción de la UE y la Política Regional en Baleares a través del PO FEDER. Con ello se facilita la gestión de las acciones de comunicación previstas y el cumplimiento de las exigencias y especificaciones técnicas impuestas por la normativa comunitaria y autonómica que rige la aplicación del FEDER en las Islas.

Se presenta esta actividad de comunicación como “buena práctica” al cumplir los siguientes criterios:

- + **Uso de recursos innovadores en la presentación, organización y/o desarrollo**, la acción desarrollada se ha caracterizado por una gran originalidad, al combinar la exposición de las normas de comunicación con ejemplos gráficos muy prácticos y visuales que ilustran las explicaciones.
- + **Adecuación de los contenidos a los objetivos perseguidos**. El fin que se ha perseguido es el de disponer de una herramienta útil que sirva de guía para facilitar el cumplimiento de los requisitos de información y publicidad de la Unión Europea del período 2007-2013, así como del Govern de Baleares.
- + **Incorporación de criterios de igualdad de oportunidades**. El Manual ha tenido un gran cuidado en la redacción del contenido, que en ningún momento hace uso de un lenguaje sexista. Además, en las imágenes incluidas aparece representadas, tanto la población masculina, como la femenina.
- + **Adecuación con el objetivo general de difusión de los fondos**. Con esta acción se pone a disposición de los órganos gestores y beneficiarios de los fondos los instrumentos necesarios para difundir el papel de la UE en la región y, por lo tanto, mejorar la comprensión general de la opinión pública sobre la Política de Cohesión Europea y el conocimiento de la importancia del FEDER en el bienestar y el progreso. El Alto grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción de comunicación, el Manual se ha distribuido a todos los órganos gestores y puede descargarse en la web de la DG de Fons Europeus. Todo ello asegura el máximo alcance posible.
- + **Evidencia de un alto grado de calidad**. El resultado obtenido puede considerarse como muy positivo, tanto por la información transmitida, como por la forma en que se ha hecho, que ha permitido acercar, de una manera muy accesible, los procedimientos de información y publicidad a seguir durante el presente período de programación, los cuales se irán actualizando, en su caso, en función de las necesidades que se observen.

- **Uso de nuevas tecnologías de la información.** Las TIC han sido uno de los canales utilizados para la difusión del Manual por internet, ya que existe una versión electrónica que puede descargarse desde la web de la DG Fons Europeus.



3. CAMPAÑA DE DIVULGACIÓN EN PRENSA ESCRITA DE LAS ISLAS BALEARES “EUROPA INVERTEIX EN TU”

Durante los meses de noviembre y diciembre de 2009 se ha realizado una campaña de divulgación masiva en la prensa escrita de más divulgación de las Islas Baleares. Ello ha supuesto una tirada en medios de comunicación de todas las islas que componen el archipiélago balear (4 diarios de Mallorca, 2 diarios de Eivissa, 2 diarios de Menorca), en una selección de prensa universitaria (1 diario), en prensa local (de otros municipios fuera de las capitales insulares 4 diarios) y en Internet (banner en la portada del portal BalearWeb).

Se ha publicado un anuncio en color de gran tamaño y en toda la plana con fotografías ilustrativas de proyectos ejecutados y financiados por el Fondo Europeo de desarrollo regional y cifras generales de la inversión en Baleares por categorías de gasto e importes para el periodo 2007-2013, así como el porcentaje de financiación comunitaria.

En la campaña se ha pretendido poner de manifiesto el esfuerzo que la UE realiza a favor del desarrollo y la competitividad del archipiélago balear, haciendo referencia a ejemplos ilustrativos y palpables (próximos a los ciudadanos) al tratarse de proyectos e inversiones ejecutados en el entorno de la población balear.

Se presenta esta actividad de comunicación como buena práctica al cumplir los siguientes criterios:

- ✦ **Uso de recursos innovadores en la presentación, organización y/o desarrollo.** La acción desarrollada se ha caracterizado por una gran originalidad, al tratarse de una publicación a todo color con fotografías, gráficos y cifras.
- ✦ **Adecuación de los contenidos a los objetivos perseguidos.** El mensaje que se da a través de la campaña abarca una dimensión significativa del alcance de la política de cohesión: I+D+i, fomento empresarial, medio ambiente, energías renovables, transporte sostenible, entre otros ámbitos de intervención.
- ✦ **Incorporación de criterios de igualdad de oportunidades.** Los ejemplos gráficos que se han incluido destacan posibles operaciones subvencionables por el FEDER con una incidencia positiva sobre la población femenina. Además, la única imagen de la campaña en la que aparecen personas es la de una mujer investigadora, destacando la relevancia de la población femenina dentro de la I+D+i.
- ✦ **Adecuación con el objetivo general de difusión de los fondos,** puesto que se trata de una acción específica en materia de información y publicidad, contemplada en el Plan de Comunicación, con la que se mejora la comprensión de la opinión pública de la Política de Cohesión Europea y el conocimiento de la importancia del FEDER en el bienestar y el progreso.
- ✦ **Alto grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción de comunicación.** Se ha conseguido un muy alto grado de cobertura sobre la

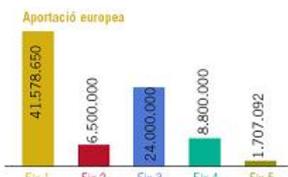
población objetivo de la acción, ya que la difusión ha alcanzado un 50% de la población de las Islas Baleares.

- + **Evidencia de un alto grado de calidad.** El resultado obtenido puede considerarse como muy positivo, tanto por la información transmitida, como por la forma en que se ha hecho, que ha permitido acercar, de una manera muy accesible, la Política Regional Europea al conjunto de la población balear.
- + **Uso de nuevas tecnologías de la información,** a través del uso de Internet (banner en la portada del portal BalearWeb), para incrementar el poder de difusión de la actuación.

Europa inverteix en tu



La Unió Europea cofinança projectes a les nostres illes amb una inversió total de 226 milions d'euros entre 2007 i 2013 a càrrec del Fons Europeu de Desenvolupament Regional (FEDER) en el marc del programa operatiu de competitivitat regional i ocupació a Balears.



Eix	Denominació	Inversió Programada	Tasa Cofinançament
Eix 1	Economia del coneixement (I+D+i), societat de la informació, innovació, desenvolupament empresarial	83.157.300	50%
Eix 2	Medi ambient i prevenció de riscos	13.000.000	50%
Eix 3	Recursos energètics i accés a serveis de transport	60.000.000	40%
Eix 4	Desenvolupament sostenible local i urbà	17.600.000	50%
Eix 5	Assistència tècnica	3.414.184	50%
Total tram regional		177.171.484	47%
Total tram administració central		49.221.646	50%
TOTAL PROGRAMA OPERATIU		226.393.130	47%



2007-2013 **Illes Balears**
una manera de fer europa



4. DIFUSIÓN Y PUBLICIDAD DEL PROYECTO DE “RESTAURACIÓN DEL TEATRE MAR I TERRA” DE PALMA DE MALLORCA”

Gracias al apoyo del FEDER, un edificio del siglo XIX va a abrirse como Escola Municipal de Teatre. La visibilidad de la participación del FEDER en la rehabilitación de este teatro de Santa Catalina, que dará cabida a un aula de cultura popular y otra de teatro, dos salas para exposiciones y un teatro para 168 personas, ha sido potenciada gracias a las acciones de publicidad que han acompañado la ejecución del proyecto desde el inicio.

Dichas actividades de información y publicidad se han enmarcado dentro de las medidas previstas por el Plan de Comunicación para difundir los resultados obtenidos gracias al PO y los proyectos más significativos o relevantes apoyados por el FEDER, con el fin de mejorar la visibilidad de la actuación de la UE y sensibilizar a la opinión pública sobre la importancia del FEDER en el progreso y la calidad de vida de las Islas.

El principal grupo de destinatarios está constituido por los vecinos de la barriada de Es Jonquet de Palma de Mallorca y, por extensión, el conjunto de la población residente en la ciudad.

De acuerdo con los objetivos descritos y los principales destinatarios de la difusión y publicidad del proyecto, han jugado un papel muy significativo los medios de comunicación social, en particular la prensa local y regional, que se ha hecho eco en numerosas ocasiones de la aprobación, avance y próxima inauguración del teatro. No obstante, no han sido los únicos soportes de comunicación utilizados, ya que se han visto complementados por otros, como elementos de cartelería, publicaciones o a través de medios electrónicos por internet.

Se considera Una “Buena Práctica” por:

- ✦ **Uso de recursos innovadores en la presentación, organización y/o desarrollo.** Las acciones de publicidad han procurado siempre implicar a los grandes beneficiarios del proyecto, que son los propios ciudadanos. Ello se ha logrado involucrando a los principales medios de comunicación local, a través de ruedas de prensa, por ejemplo, así como acercando a los directamente interesados, como son vecinos y los integrantes del área de Cultura Popular del Consell Municipal, los beneficios de la inversión, que han podido conocer, in situ y de primera mano, los avances de la rehabilitación llevada a cabo en el teatro y los resultados de la misma.
- ✦ **Adecuación de los contenidos a los objetivos perseguidos.** La información proporcionada ha sido congruente con el mensaje que se quería transmitir, el cual ha buscado concienciar a la población de los beneficios del proyecto para la revitalización del barrio y de la contribución de la UE en este objetivo.
- ✦ **Incorporación de criterios de igualdad de oportunidades.** Respecto a la construcción en sí, hay que señalar que ha tenido en cuenta la normativa de adaptación a personas con minusvalías. En cuanto a las acciones de comunicación vinculada al proyecto, se ha cuidado el enfoque de género, tanto por la utilización

de un lenguaje no sexista, como por tener presente a la población femenina como parte de los colectivos destinatarios de dichas acciones.

- ✦ **Adecuación con el objetivo general de difusión de los fondos.** Todas las acciones de comunicación han hecho alusión a la contribución del FEDER y la UE, lo que ha asegurado mejorar el nivel de información sobre el papel de la UE para reforzar la cohesión y la mejora de la calidad de vida.
- ✦ **Alto grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción de comunicación.** La gran difusión que se ha dado por el proyecto desde el inicio de las obras por la mayor parte de los medios de comunicación locales y regionales hace que la cobertura lograda haya sido muy amplia
- ✦ **Evidencia de un alto grado de calidad.** La mejor demostración de los excelentes resultados conseguidos es que el proyecto ha sido muy celebrado por los vecinos. Tanto es así que el Bloc del barrio de Es Jonquet, donde se ubica el Teatro, abierto en internet, celebra la inversión realizada con un artículo titulado “La cuenta atrás del Teatre Mar i Terra”, que puede verse en la siguiente dirección: <http://salvemesjonquet.balearweb.net/post/81901>.
- ✦ **Uso de nuevas tecnologías de la información.** Internet aparece como uno de los canales por los que la noticia de la rehabilitación del Teatro Mar i Terra ha circulado con mayor intensidad. No sólo aparece en la propia web de la DG de Fons Europeus, sino también en las versiones digitales de numerosos periódicos.

54 | Diario de Mallorca | **Cultura** | Miércoles, 18 de noviembre de 2009

La concejalía de Cultura inaugurará en 2010 cuatro infraestructuras de las ocho que están en marcha

El cine Odeón, el centro de visitantes del Castell de Bellver, el Quarter d'Intendencia y el Teatre Mar i Terra engrosarán el año que viene la lista de equipamientos culturales de la ciudad

EL ELENA VALLÉS. Palma. En estos dos años, siempre que he necesitado dinero para proyectos lo he encontrado", admite la concejal de Cultura de Cort, Nanda Ramon, enumerando las fuentes de financiación para infraestructuras: el Plan E, la Ley de Capitalidad, el 1% cultural y los fondos europeos FEDER. De ocho proyectos anunciados a lo largo de la legislatura, espera ver la puesta en funcionamiento de cuatro: el Odeón, el Quarter d'Intendencia, el centro de visitantes de Bellver y el Teatre Mar i Terra. El resto, se quedarán en fase de redacción o, simplemente, aparados, como la ampliación encargada a Monzo de 'la Miró'.

El Casal Balaguer se estará listo al finalizar la legislatura (2011)
Hacia marzo o abril, cuando Ramon, habrá acabado las intervenciones de urgencia en el Casal Balaguer, todas ellas financiadas con fondos del Plan E. El anteproyecto de reforma integral está listo. Ahora sólo queda actualizándolo a la normativa vigente. Las obras de rehabilitación completa arrancarán antes del verano de 2010 y tendrán una duración mínima de año y medio. En cuanto a los usos del edificio, ya están claros: habrá espacios expositivos, zona de museo, biblioteca especializada en arte y el cual Solleix se trasladará a ese espacio y una zona de talleres. La reforma integral cuesta cuatro millones de euros.

El Teatre Mar i Terra ocupará la Escola Municipal de Teatre en octubre de 2010
Las obras de este teatro-cine de Santa Catalina, presuportadas en 2,5 millones de euros, estarán listas en marzo del año próximo. Su inauguración y puesta en funcionamiento se calcula para el inicio del curso escolar en 2010. Se convertirá en la sede de la Escola Municipal de Teatre. Sus alumnos están repartidos ahora entre San Vites y Can Alcover. Un aula de cultura popular y una caja escénica para exposiciones de pequeño formato completarán la oferta.

El Castell de Bellver recibirá en un nuevo centro a los visitantes del verano próximo
Bellver recibe 300.000 visitas al año. En la entrada, una pequeña zona donde adquirir las entradas; "daba un poco de vergüenza", reconoce Ramon. "La intención era inaugurar el centro de visitantes para la próxima temporada turística, pero se tardó que esperar a julio o agosto", indica la concejal, quien añadió que, según la concejala municipal, el Castell está en buenas condiciones, y "en paralelo" al nuevo centro de recepción se van restaurando algunas cosas, como la cocina medieval o uno de los restos de la bodega del ferrer, que se reparó en 2008. El coste de las obras: 980.000 euros.

La sala de Cas Serra, un proyecto del que sólo podrá hacerse el estudio arqueológico
Se anunció la intención de recuperar Cas Serra al iniciar la legislatura, en dos años todavía no se ha iniciado el anteproyecto, proceso que llega a su fase final. "Siempre he sabido que este proyecto era así. La intención es desespejarlo. El edificio está apuntalado, con vigas, para que no se ahue", explica: "A lo que me comprometo es a avanzar todo lo que podamos en el diseño de la reforma. Mientras éste se redacta, se trabajará en la parte arqueológica", dice. A final de legislatura, se tendrá el proyecto finalizado y el estudio arqueológico.

El cine Odeón será la sede de la Banda Municipal de música el próximo febrero
La antigua sala del barrio de Son Cladera consiguió también un pellizco de parte provincial del Plan E. Es una de las obras más avanzadas: estará lista el próximo febrero. La Banda Municipal se instalará en esas dependencias, equipadas con un escenario para conciertos, cubos individuales de ensayo y un mobiliario de purturas. Las obras tienen un coste de 1,29 millones de euros.

El centro de creación artística del Quarter d'Intendencia lanzará este diciembre
Tres Serveis Culturals es la empresa que gestionará el centro de recursos para la creación artística contemporánea. El antiguo Quarter d'Intendencia (en el Socors) se inaugurará totalmente remodelado a finales de este año.

Torre del Temple, a la carrera para inaugurarse antes de acabar 2011
"Veo muy justo que podamos inaugurar la rehabilitación de los terrenos antes de 2011", indica Ramon. La redacción del proyecto estará a estos meses. La parte arqueológica está totalmente finalizada. Este es uno de los proyectos que el ayuntamiento presentará a la convocatoria del 1% cultural para conseguir financiación.

Preveo intervenciones y parón a la ampliación encargada a Monzo de 'la Miró'
"La comisión de la Fundación fue quien decidió hacer una parada para reflexionar sobre las necesidades del museo y analizar realmente qué se necesita", indica Ramon, refiriéndose a la ampliación encargada a Monzo. "Una comisión en la que el ayuntamiento no tiene mayoría", aunque sí la presión. La concejal enumeró varias empresas que se han llevado a cabo este año en el museo: la instalación de una plataforma elevadora, hacer transitable el jardín para minusválidos, arreglar humidificadores, pintar una nueva escultura. "Ahora has empezado con los escalones de Son Boter. Ahora sólo se puede visitar la planta baja. La comisión estudia qué ordenación dará a la de arriba, que se abrirá al público", concluye.



Nanda Ramon llegó en julio de 2007 al despacho del casal de Son Oms. Foto: LLORENÇ

el mundo.es | ACCESIBLE

Foratada • Baleares

Con los Fondos FEDER

El Teatro Mar y Tierra renace de sus cenizas

Marcos Tolo @ 31-03-2009 19:07

Palma - La inversión de la rehabilitación asciende a 2,8 millones de euros y está previsto que en un año se convierta en un espacio multifuncional.

La concejal de Cultura de Cort, Nanda Ramon, ha visitado las obras de reforma y acondicionamiento del teatro Mar y Tierra (Mar i Terra), símbolo de la barriada de Es Jonquet. **La inversión del proyecto asciende a 2,8 millones de euros y está previsto que, en el plazo de un año, se convierta en un espacio multifuncional.**

La planta baja albergará dos aulas: una de cultura popular y otra de teatro, que sustituirá a la Escuela Municipal.

En la planta principal se rehabilitará el escenario para espectáculos de pequeño formato. **La sala contará con 168 butacas en las gradas retráctiles.** El equipo de restauración se encargará de recuperar cada uno de los detalles del lugar, incluyendo palcos, telas y diversos elementos ornamentales.

El proyecto, muy celebrado por los vecinos, busca la revitalización del barrio. **La financiación corre mayoritariamente a cargo del Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER),** que aportará la mitad del dinero, frente al Ayuntamiento de Palma y la Conselleria de Comercio e Industria del Govern que asumen un 25 por ciento cada una.

Govern de les Illes Balears
Conselleria de Comerç, Indústria i Energia
Direcció General de Fons Europeus

Ajuntament de Palma 2007-2013
Una iniciativa de **teatr Europa**

Patronat de l'Habitatge

PROJECTE: "Rehabilitació de l'edifici Teatre Mar i Terra"

TERMINI D'EXECUCIÓ: 12 MESOS
IMPORT ADJUDICAT: 2.560.283,82 €
EMPRESA CONSTRUCTORA: UTE CONTRATAS BARTOLOMÉ RAMÓN, S.A.
RESTAURATEC TECNICAS DE RESTAURACIÓN, S.L.

PROYECTO COFINANCIADO POR LA UNION EUROPEA
FONDO EUROPEO DE DESARROLLO REGIONAL

158	BOIB	Num. 151	25-10-2008
-----	------	----------	------------

ANUNCI per a la LICITACIÓ del contracte d'EXECUCIÓ DE LES OBRES DE REHABILITACIÓ I DOTACIÓ DE L'EDIFICI DEL TEATRE MAR I TERRA DEL JONQUET DE PALMA PER AL SEU FUNCIONAMENT COM A EQUIPAMENT SOCIOCULTURAL, segons plecs de condicions aprovats per la Junta de Govern de dia 17.09.2008.

ANUNCIO para la LICITACIÓN del contrato de EJECUCIÓN DE LAS OBRAS DE REHABILITACIÓN Y DOTACIÓN DEL EDIFICIO DEL TEATRO MAR I TERRA DEL JONQUET DE PALMA PARA SU FUNCIONAMIENTO COMO EQUIPAMIENTO SOCIOCULTURAL, según pliego de condiciones aprobados por Junta de Gobierno de día 17.09.2008.



Govern de les Illes Balears

Inici - Conselleria de Comerç, Indústria i Energia - Direcció General de Fons Europeus - Fons Europeus - Notícies - Detall

Fons Europeus

Visió general del Període 2007-2013

- Política Regional Comunitària
- Instrumentos de la nova Política Regional
- Marc Estratègic Nacional de Referència d'Espanya 2007-2013
- Guia de Fons Europeus i financiació de la Unió Europea

Documentació

- Documentació local i nacional del Programa Operatiu 2007-2013
- Normativa 2007-2013
- Documentació i publicacions de la Unió Europea
- Galeria multimèdia de projectes FEDER 2007 - 2013

Gestió i execució del FEDER

- Programa Operatiu del Fons FEDER 2007-2013
- Desglossament per eixos i temes prioritaris d'actuació
- Comitè de seguiment del Programa Operatiu FEDER

Detall Notícies

Teatre Mar i Terra, un dels primers projectes en gestionar-se a través del nou període 2007-2013.

El teatre de Santa Catalina torna a reobrir per a revitalitzar la barriada

01/04/2009 - Direcció General de Fons Europeus

El projecte suposa el reobrir d'un dels símbols de la barriada de Santa Catalina i suposa una revitalització de la mateixa. L'obra a realitzar comporta la reforma i acondicionament de les instal·lacions, que ascendeix a més de 2,5 milions d'euros, cofinançats pel Fons Europeu de Desenvolupament Regional en el marc del període 2007-2013, i mitjançant la qual es té previst que dins d'un any el teatre es convertirà en un espai multifuncional.

La planta baixa albergarà dues aules, una de cultura popular i altra de teatre que substituirà a l'Escola Municipal. La planta principal serà l'espai en el qual es realitzin espectacles de petit format, i contarà amb 168 butaques; cal destacar que es restaurarà cadascun dels detalls d'aquesta planta.

Aquest projecte és un dels primers a ser gestionats a través de l'Objectiu 2 del període 2007-2013, "Competitivitat i ocupació", cofinançat a través dels fons FEDER.

INSTITUCIONES

El Govern anuncia fondos europeos para la restauración del Teatre Mar i Terra y la creación de la Casa Museu Toni Catany

M. V. Palma.

El Govern anunciò ayer que siete obras públicas de carácter cultural de Balears se pondrán en marcha con una subvención de once millones de euros, entre ellos 4,7 millones aportados por la Unión Europea a través de los Fondos Europeos de Desarrollo Regional.

En Mallorca, los proyectos beneficiados por esta subvención serán la rehabilitación del Teatre Mar i Terra, en Es Jonquet, que será la sede de la Escola Municipal de Teatre y acogerá espectáculos de pequeño formato, y el futuro espacio museístico del Ayuntamiento de Palma en Can Serra, en la plaza de Josep Maria Quadrado. El Govern señala que prevé que la rehabilitación de estos dos históricos inmuebles de la ciudad suponga también la recuperación de las zonas donde se encuentran.

Con los fondos mencionados se adquirirá también la Casa Museu Toni Catany de Lluçmajor para convertirla en el Centre Internacional de Fotografia de Lluçmajor, iniciativa que tiene como objetivo la creación de una institución destinada a la promoción de la cultura fotográfica en Mallorca.

Además, se reformará la antigua farmacia y fábrica textil Can Fortuny

de Esporles. Con la rehabilitación de estos dos edificios se articularán en sus nuevos espacios un museo textil, una sala de exposiciones, una biblioteca y una sala multiusos.

También se ha proyectado la construcción del centro artesano de Formentera, Can Gabrielet, con el objetivo de transformar la caserna, actualmente abandonada, en centro artesano y cultural polivalente, conservando así una imagen histórica de de Sant Francesc.

En Eivissa se proyecta la museización de na Capelleta en el núcleo urbano de Vila, un proyecto que consiste en el desarrollo del plan museográfico y la construcción del edificio-cubierta del centro de interpretación de los restos arqueológicos púnicos, romanos e islámicos encontrados en el solar. También se prevé la rehabilitación del centro artesano de Sa Penya, lo que, según el Govern, contribuirá a la recuperación de un espacio urbano con otras carencias, pues ese mismo barrio la Casa Broner, ejemplo de la mejor arquitectura moderna que hay en España se encuentra en un estado de ruina.

En Menorca, una única actuación: la rehabilitación del museo de artesanía y la adecuación del recinto ferial de Es Mercadal



5. GUÍA GENERAL DE SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DE LOS PLANES DE COMUNICACIÓN DE LOS PROGRAMAS OPERATIVOS FEDER, FONDO DE COHESIÓN Y FSE 2007-2013

La “Guía General de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los PO FEDER, Fondo de Cohesión y FSE, 2007-2013” (en adelante, Guía) constituye una herramienta destinada a todos los órganos implicados en la gestión de los Fondos Estructurales cuyo contenido práctico garantiza el cumplimiento de los objetivos establecidos en los Planes de Comunicación de los diferentes Po FEDER, FSE y Fondo de Cohesión-FEDER en la medida en que establece las pautas para el seguimiento de las medidas programadas en los mismos y el cumplimiento de sus objetivos, así como de la evaluación a realizar en los años 2010 y 2013.

Se trata, en definitiva, de un instrumento de comunicación, dirigido a todos los participantes en la aplicación de los fondos, incluidos los beneficiarios de los mismos y a los equipos evaluadores, en el logro de una mayor transparencia en las tareas de seguimiento y evaluación que dichos colectivos tienen que asumir.

- + **Uso de recursos innovadores en la presentación, organización y desarrollo.** La innovación en la Guía viene de dos elementos fundamentales: Por un lado, se trata de una publicación surgida de una iniciativa de las Autoridades de Gestión, elaborada por ellas y consensuada por la totalidad de las regiones españolas en el seno del GERIP. Por otro, en el desarrollo de la misma se ha recurrido al diseño de una aplicación específica para la introducción de los indicadores, que permite obtener informes del estado y evolución de las acciones de comunicación realizadas en cualquier momento.
- + **Adecuación de los contenidos a los objetivos establecidos.** Se han tenido en cuenta las características concretas que presentan tanto la programación de los distintos Programas Operativos y Planes de Comunicación como la realidad de las distintas Comunidades y Ciudades Autónomas españolas, y de forma específica a las Islas Canarias, manteniendo un principio de proporcionalidad en las actuaciones que deben llevar a cabo unas y otras.
- + **Incorporación de criterios de Igualdad de Oportunidades.** El principio Transversal de Igualdad de Oportunidades queda recogido a través de dos elementos:
 1. En la propia elaboración del documento a través del uso de un lenguaje no sexista.
 2. En los procedimientos de seguimiento y evaluación definidos. Por un lado, se exige que en los informes de evaluación se incorpore un capítulo específico que recoja la visibilidad de la igualdad de género en las actuaciones de información y publicidad llevadas a cabo, así como la accesibilidad a la misma del colectivo femenino en igualdad de condiciones. Por otra parte, se incluyen entre los criterios de selección que sirven de referente para la elección de las buenas prácticas la incorporación de los criterios de Igualdad de Oportunidades.
- + **Adecuación con el objetivo general de difusión de los Fondos.** La posibilidad de elaborar informes de seguimiento sobre el desarrollo de las medidas y el cumplimiento

de los objetivos contenidos en el Plan de Comunicación facilita la difusión que de las actuaciones cofinanciadas por los fondos.

- + Alto **grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción**. El colectivo objetivo de la actuación lo constituyen los beneficiarios y Órganos gestores de los Fondos Estructurales, entre los que se ha distribuido la Guía de forma general, bien a través de la Autoridad de Gestión, bien a través de los Organismos Intermedios. Adicionalmente, ésta está disponible en la página web de la Dirección General de Fondos Comunitarios (Ministerio de Economía) (<http://www.dgfc.sggg.meh.es>), en español, inglés y francés.
- + **Evidencia de un alto grado de calidad**. La amplia acogida de la misma por parte de la Comisión y de la mayoría de los Estados Miembros y la utilización que de ella han decidido hacer otros países para su evaluación es un síntoma del alto grado de calidad de la Guía que se ha convertido en un referente no sólo en la Estado Español sino en el conjunto de la UE en materia de seguimiento y evaluación de la Comunicación.
- + **Uso de nuevas tecnologías de la información**. Internet ha sido un vehículo prioritario en la distribución de la Guía que se ha hecho llegar por correo electrónico a los Organismos Intermedios y órganos gestores, y se ha colgado en la página web de la Autoridad de Gestión, tal y como se ha señalado anteriormente.



6. CONSTITUCIÓN DE LA RED GERIP “GRUPO ESPAÑOL DE RESPONSABLES DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD

El Grupo Español de Responsables en materia de Información y Publicidad (GERIP), integrado por las personas responsables en materia de comunicación de las Autoridades de Gestión del FEDER, del FSE, del Fondo de Cohesión y de las Comunidades Autónomas.

Su objetivo fundamental es, por lo tanto, el establecimiento de una estrategia de comunicación conjunta, la coordinación de sus participantes a la hora de aplicar esta estrategia, el intercambio de ideas, la creación de un foro de discusión y la plataforma para la toma de decisiones y orientaciones consensuadas en beneficio de las funciones que los representantes de comunicación de los planes tienen que desarrollar. Asimismo, establece un puente informativo entre los participantes de la red española y las redes europeas de la Comisión, INIO e INFORM. Así, la creación de este grupo ha permitido coordinar la programación de los Planes de Comunicación y constituye un instrumento fundamental para mejorar todas las fases de su gestión (puesta en marcha, ejecución, seguimiento y evaluación).

- ✦ **Uso de recursos innovadores en la presentación, organización y desarrollo.** El GERIP constituye una actuación pionera en el contexto de la Unión Europea, en la medida en que sobre la base del nombramiento de responsables de Información y Publicidad se crea una red de trabajo que a través del cual se ha logrado diseñar una estrategia conjunta de comunicación consensuada entre todos los Fondos y Administraciones.
- ✦ **Adecuación de los contenidos a los objetivos establecidos.** Se han tenido en cuenta las características concretas que presentan tanto la programación de los distintos Programas Operativos y Planes de Comunicación como la realidad de las distintas Comunidades y Ciudades Autónomas españolas, y de forma específica a las Islas Canarias, manteniendo un principio de proporcionalidad en las actuaciones que deben llevar a cabo unas y otras.
- ✦ **Incorporación de criterios de Igualdad de Oportunidades.** La Igualdad de Género, en tanto política horizontal, queda patente en la estructura y funcionamiento de la Red, que en los planteamientos definidos tanto en términos de programación como de seguimiento y evaluación de las actuaciones de Comunicación ha puesto en relieve en todo momento la necesidad de tomar en consideración la observación de la Igualdad de Oportunidades entre Hombres y Mujeres. Además, en su formación se observa una participación equilibrada de hombres y mujeres.
- ✦ **Adecuación con el objetivo general de difusión de los Fondos.** El principio inspirador del GERIP, como su propia denominación indica, ha sido el de trabajar por el adecuado cumplimiento de los requisitos normativos de Información y Publicidad constituyendo, además, un foro de intercambio de experiencias que permite mejorar la calidad y eficiencia de las actuaciones de comunicación implementadas en las diferentes regiones españolas.
- ✦ **Alto grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción.** La participación en el GERIP de todos los responsables de Información y Publicidad de los Planes de

Comunicación, junto a la Autoridad de Gestión de los Programas Operativos garantiza la amplia difusión de los trabajos llevados a cabo en su seno. Así, las decisiones adoptadas se trasladan, a través de la Propia AGE o del Organismo Intermedio regional a todos los beneficiarios y órganos gestores de las actuaciones cofinanciadas por Fondos Estructurales.

- + **Evidencia de un alto grado de calidad** en la medida en que de un lado ha condicionado la existencia de un responsable de información y publicidad en todos los Órganos Intermedios de los Programas Operativos, al tiempo que ha introducido criterios de excelencia en la programación, desarrollo y seguimiento y evaluación de las medidas de comunicación.
- + **Uso de nuevas tecnologías de la información.** Internet ha sido un vehículo prioritario en la distribución de la Guía que se ha hecho llegar por correo electrónico a los Organismos Intermedios y órganos gestores, y se ha colgado en la página web de la Autoridad de Gestión, tal y como se ha señalado anteriormente.



7. JORNADAS INFORMATIVAS INTERNAS SOBRE FEDER CELEBRADAS POR EL ICEX.

El Instituto de Comercio Exterior ha celebrado durante la anualidad 2008 unas Jornadas informativas cuyo objetivo fue el de transmitir a todas las áreas afectadas los requerimientos básicos que en materia de información y publicidad se deben tener en cuenta en las distintas actividades ICEX afectadas, asumiendo unos criterios de uniformidad y garantizando su adecuado cumplimiento.

En concreto se celebraron dos sesiones con el siguiente contenido:

- + ICEX como órgano ejecutor de FEDER.
- + Acciones Genéricas de Publicidad y Comunicación.
- + Acciones Específicas de Publicidad y Comunicación.
 - a) Acciones realizadas directamente.
 - b) Acciones ejecutadas por Empresas.
 - c) Acciones ejecutadas por Asociaciones.
- + Evaluación y comprobación.

La actuación seleccionada cumple con todos criterios establecidos en la Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación:

- + **Uso de recursos innovadores en la presentación, organización y desarrollo.** El compromiso del ICEX, como órgano gestor, con las tareas de información y publicidad queda patente con la celebración, por vez primera, de estas jornadas formativas e informativas en las que se han dado las orientaciones necesarias para un adecuado cumplimiento de la normativa comunitaria. Las exposiciones realizadas han estado orientadas específicamente a las necesidades reales de los técnicos que gestionan los proyectos cofinanciados por el FEDER, incluyendo ejemplos prácticos.
- + **Adecuación de los contenidos a los objetivos establecidos.** El objetivo general de la actuación se enmarca perfectamente en el objetivo intermedio de Plan de Comunicación de acuerdo con el cual debe ponerse a disposición de los organismos implicados la información precisa para el adecuado desempeño de sus funciones y para dotar de visibilidad las actuaciones realizadas.
- + **Incorporación de criterios de Igualdad de Oportunidades.** El Principio Horizontal de Igualdad de Género se ha tomado en consideración a través de varias vías:
 1. El uso de un lenguaje no sexista, así como el uso de imágenes no sexistas y/o que potencian la ruptura del rol de género en los materiales generados en el desarrollo de las jornadas.
 2. La participación de hombres y mujeres de forma equilibrada tanto entre los ponentes como entre los asistentes a las sesiones.

3. La incidencia en el marco de las exposiciones de la conveniencia de emplear un lenguaje no discriminator en las actuaciones publicitarias e informativas realizadas.

✦ **Adecuación con el objetivo general de difusión de los Fondos.** De forma directa, las jornadas han contribuido a concienciar a los profesionales implicados en la gestión de la importancia que tiene la comunicación, asegurando el oportuno conocimiento de los requisitos exigidos por la normativa regional, nacional y comunitaria en el desarrollo de las actuaciones cofinanciadas, poniendo especial énfasis en las cuestiones vinculadas con la información y la publicidad.

Además, de modo indirecto, se han dado las instrucciones para contribuir a dotar de mayor visibilidad a las mismas.

✦ **Alto grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción.** Esta incidencia indirecta hace que la cobertura de la población objetivo sea significativa. Si bien la actuación está dirigida a los profesionales de ICEX directamente vinculados a la gestión de las actuaciones cofinanciadas, el hecho de que las responsabilidades de información y publicidad abarquen no sólo al propio ICEX, sino también a los beneficiarios hace que la formación recibida por aquéllos tenga una repercusión efectiva en éstos.

✦ **Evidencia de un alto grado de calidad.** Las Jornadas celebradas son una muestra de la concienciación que el Instituto ha adquirido sobre la importancia de la comunicación, que *debe constituir un reto fundamental, con una clara implicación y una responsabilidad compartida por todos los agentes que participan en la programación y la gestión de los Fondos Europeos.*

En este marco se ha dado información detallada y práctica sobre que ha venido a cubrir las necesidades de formación de los trabajadores implicados, garantizando la actualización de sus conocimientos.

✦ **Uso de nuevas tecnologías de la información.** El uso de las nuevas tecnologías ha resultado un vehículo determinante en la distribución de la documentación generada en torno a las Jornadas, la cual se ha hecho llegar a los convocados a través del correo electrónico, al tiempo que se ha colgado en la Intranet.

De forma complementaria, el Instituto ha creado un apartado especial FEDER, que se ha convertido en un medio básico de difusión de los Fondos Comunitarios y de los proyectos ICEX cofinanciados con dichos Fondos.



Convocatoria



Cartel



Presentación proyectada en las Jornadas



Guía de la Jornada



Fotos de las Jornadas

RegioPlus
Consulting 

www.regioplus.eu

C/ San Felipe Neri 3
28801 Alcalá de Henares-Madrid
T. +34 91 883 80 08
F. +34 91 879 88 19

Rue Louis Scutenaire 7/8
B-1030 Bruselas
T. +32 (0) 2 742 25 80