

Evaluación Final del Plan de Comunicación de los Programas Operativos FEDER y FSE de la Comunidad de Madrid



Invertimos en su futuro

Índice

1. METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN	3
1.1. Diseño técnico de la evaluación	4
1.2. Métodos y técnicas utilizadas.....	6
1.3. Valoración de lo anterior.....	10
2. ANÁLISIS DEL SEGUIMIENTO Y APLICACIÓN DE LAS RECOMENDACIONES REALIZADAS EN LA EVALUACIÓN INTERMEDIA DE 2010.....	11
3. ANÁLISIS DEL AVANCE EN EL DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN.....	21
3.1. Principales avances conseguidos respecto a la Pertinencia del Plan	21
3.2. Principales avances conseguidos respecto a la validez y consistencia interna del Plan.....	24
3.3. Adecuación de la dotación de los medios económicos, humanos y técnicos asignados a las tareas de comunicación de los Fondos	26
3.4. Consideración del Principio de Igualdad de Oportunidades en la Estrategia de Comunicación	28
4. ANÁLISIS DE LA APLICACIÓN DE LAS MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD.....	30
4.1. Avances en la ejecución de las medidas.....	30
4.2. Integración de las actividades de información y publicidad en los informes anuales de ejecución.....	41
4.3. La repercusión de los sistemas de seguimiento en la calidad de la ejecución de las medidas.....	43
5. EVALUACIÓN DE LAS INCIDENCIAS DETECTADAS EN EL PROCESO DE VERIFICACIÓN PREVIA CON RELACIÓN A LOS ASPECTOS DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD. PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS A PARTIR DE UNA MUESTRA DE OPERACIONES	47
6. EVALUACIÓN DE LA INTEGRACIÓN DEL PRINCIPIO DE IGUALDAD DE OPORTUNIDADES, TANTO EN LAS MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD, COMO EN LOS EFECTOS OBTENIDOS POR LAS MISMAS.....	50
7. ANÁLISIS DEL IMPACTO: LOGROS Y DESAFÍOS DE LAS ACTIVIDADES EN MATERIA INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD	53

8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES: PROPUESTAS PARA MEJORAR LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DE LOS FONDOS ESTRUCTURALES 2014-2020	61
9. BUENAS PRÁCTICAS.....	65
9.1. Valoración de las Buenas de Comunicación Prácticas ya identificadas	65
9.2. Valoración de Buenas Prácticas de Actuaciones Cofinanciadas ya identificadas	72
9.3. Identificación adicional de Buenas Prácticas.....	76
9.3.1. <i>Buenas prácticas de comunicación</i>	76
9.3.2. <i>Buenas prácticas de actuaciones cofinanciadas.....</i>	79

1. METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN

Facilitar información acerca de las acciones de la Unión Europea en los Estados miembros es una garantía de buena utilización del dinero público. Por vez primera, la normativa sobre los Fondos Estructurales impone la aplicación de un Plan de Comunicación en relación con las intervenciones estructurales. De esta forma, la gestión de las actividades de información y publicidad ha adquirido una importancia creciente en este nuevo período de programación.

En concreto, la sección primera del Capítulo II del Reglamento (CE) Nº 1828/2006, de 8 de diciembre, de la Comisión, determina 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. Esta normativa ha representado un avance sustancial respecto a la programación precedente del período 2000-2006, incrementando más aún su nivel de exigencia y precisión.

En respuesta a ello, la Dirección General de Asuntos Europeos y Cooperación con el Estado de la Consejería de Presidencia, Justicia y Portavocía del Gobierno de la Comunidad de Madrid, siguiendo las pautas indicativas para la elaboración de los planes de comunicación consensuadas en la Red GERIP, ha elaborado un Plan de Comunicación conjunto para los Programas Operativos (PO) regionales del FEDER y el FSE.

Dicho Plan se configura 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 la región y, en segundo lugar, para determinar las responsabilidades y funciones de las diferentes partes implicadas en la gestión de las operaciones cofinanciadas por los Fondos Estructurales.

Con él, se pretende aumentar el conocimiento que tiene la población en general sobre la UE y los Fondos Estructurales, ya que, como se señala en el considerando del Reglamento (CE) Nº 1828/2006, *“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”*.

Esta *“falta de comunicación”* entre la Unión Europea y sus ciudadanos no es nueva y ha sido objeto de discusión en los círculos de la UE al menos desde los referendos que precedieron a la entrada en vigor del Tratado de Maastricht en 1992. En un intento de llenar los vacíos comunicativos existentes y de potenciar la integración de los ciudadanos con la marca “Europa”, la Comisión Europea puso en marcha el *Libro Blanco de la Comunicación* bajo el título “Comunicar Juntos Europa”.

Entre las soluciones que plantea para disminuir esta brecha entre los ciudadanos y los responsables políticos está ofrecer una mejor comunicación, no sólo desde las instituciones comunitarias, sino también desde los poderes públicos nacionales, regionales y locales. En consecuencia, la comunicación ha pasado a ser un factor imprescindible para el éxito de los Programas y una parte integrante de los mismos.

Esto explica que la gestión de los PO FEDER y FSE de la Comunidad de Madrid 2007-2013 integre diversas acciones de visibilidad de las actuaciones previstas. La garantía de la realización de tales actuaciones recae sobre el Organismo Intermedio y los organismos colaboradores de los PO FEDER y FSE de la Comunidad de Madrid, integrando asimismo las actuaciones de las correspondientes Autoridades de gestión. La garantía de la realización de tales actuaciones recae, tanto sobre la Autoridad de Gestión, como sobre los Organismos Intermedios de los PO y los propios beneficiarios. Sólo así será posible ofrecer a la ciudadanía madrileña una mayor transparencia, garantizando una amplia información sobre la dimensión que tiene la Política Regional y los Fondos Estructurales en su territorio, así como de las posibilidades concretas que les brinda.

Pero, no sólo la puesta en marcha de dichas actuaciones, sino también su seguimiento y evaluación, deben ser, como la del resto de ámbitos de gestión, especialmente cuidados. En este sentido, la evaluación de los Planes de Comunicación tiene por objeto valorar el grado de consecución de los objetivos del mismo, esto es, medir la eficacia de las medidas de comunicación emprendidas. Como señala el artículo 4.2.c del citado 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, 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 PO y del papel desempeñado por la UE, así como la transparencia de la ayuda procedente de los Fondos (artículo 69 del Reglamento (CE) Nº 1083/2006).

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 a partir de las fichas metodológicas publicadas por la Comisión Europea orientativas para la evaluación de las actuaciones de información y publicidad en el período 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.

El Estado español 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, la Red de Responsables de Información y Publicidad (GERIP), de la que forman parte los responsables en materia de información y publicidad de todos los Organismos Intermedios, jefes de fila de la gestión de los Fondos Europeos en cada Administración Regional y los responsables en materia de comunicación designadas por las autoridades de gestión de los distintos Fondos (FEDER, Fondo de Cohesión y FSE), ha sido el instrumento a través del cual se ha decidido el alcance, contenido y objetivos de las evaluaciones de comunicación.

Dicha Red aprobó 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 DGFC, con la colaboración de la UAFSE. Para la presente evaluación final, el GERIP acordó incluir algunas consideraciones a tener en cuenta al objeto de elevar la utilidad de la misma, como el análisis de las recomendaciones efectuadas por la evaluación intermedia, un enfoque comparado de los resultados respecto al período 2007-2010 y la valoración de las buenas prácticas identificadas hasta la fecha.

Esta 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:

- ✚ 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

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

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: la elaboración de los indicadores de seguimiento y evaluación para que éstos se incluyesen y cuantificasen en los Planes de Comunicación, que debían ser aceptados por la Comisión Europea y el 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 evaluar el grado de alcance de 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 2010 y el 10 de septiembre de 2013. El análisis de dicho período permitirá completar, así, el ya examinado en la evaluación intermedia, que comprendía el primer cuatrienio de aplicación de los fondos (2007-2010), cubriendo así la totalidad del actual período de programación. Con ello se pretende, por tanto, extraer conclusiones referidas también al conjunto del período 2007-2013.

1.2. MÉTODOS Y TÉCNICAS UTILIZADAS

a) 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. De esta manera, los indicadores de seguimiento y evaluación han sido elaborados y cuantificados 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 y el ámbito de actuación de los mismos.

✚ **Tipología:** los indicadores se dividen en indicadores de realización y de resultado. En relación con la estimación de los valores a alcanzar por cada uno de los indicadores se ha consensado que se realice a 2013 y 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.

A ellos se unen los indicadores de impacto estimados a partir del trabajo de campo realizado en los procedimientos de evaluación. Éstos permiten 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. Con ellos 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 PO 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.

✚ **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.

b) 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. Se ha consultado, de esta forma, los documentos de referencia en este ámbito, como el Reglamento (CE) Nº1828/2006, las sucesivas versiones del Plan de Comunicación de los PO FEDER y FSE 2007-2013 de la Comunidad Madrid, la documentación emitida por las redes de comunicación europeas, nacionales y regionales existentes, la información de seguimiento (actividades de comunicación registradas en INFORM, Informes anuales de ejecución, buenas prácticas, etc.), Manuales de Procedimientos y guías específicas de información y publicidad.

Este 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.

c) Entrevistas

Se han llevado a cabo entrevistas, tanto directas, como realizadas a través de cuestionarios. Estas entrevistas han sido una herramienta importante para la obtención de información cuantitativa y cualitativa, permitiendo cruzar dicha información con la obtenida de los indicadores de evaluación. De esta forma, se ha podido profundizar en la estimación de 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 las Autoridades de Gestión, al Organismo Intermedio del Gobierno de la Comunidad de Madrid y a otros organismos en su calidad de beneficiarios y/o gestores de los fondos, con la finalidad de obtener información 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 comunitaria.

d) 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 ellos han participado los distintos tipos de agentes implicados en la gestión y desarrollo de las actuaciones en materia de información y publicidad.

En concreto, se han celebrado dos mesas redondas: sensibilización y concienciación de la ciudadanía, en la que se han analizado los canales, instrumentos, objetivos cubiertos, y principales obstáculos y éxitos identificados en el desarrollo de las tareas de comunicación; y accesibilidad y calidad en la formación e información proporcionada en materia de Información y Publicidad a beneficiarios potenciales.

e) Encuestas a la población

La evaluación ha dado lugar a un proceso de encuestación a la población madrileña con el objetivo de contrastar si el público en general está concienciado del papel que la UE juega en la mejora de su calidad de vida. El colectivo investigado han sido las personas mayores de 15 años residentes en todo el territorio nacional. La realización de estas encuestas ha permitido estimar los dos indicadores de impacto relativos al grado de conocimiento del FEDER y el FSE, así como del papel desempeñado por la Unión Europea.

El diseño muestral, establecido en el Anexo VI 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*, se ha realizado mediante una estratificación por regiones, con el fin de contribuir a la obtención de resultados a nivel nacional. El tamaño de la muestra teórica total se ha situado en 16.000 unidades. Para proceder a la afijación de las unidades en cada una de las distintas Comunidades y Ciudades Autónomas y en aras de respetar el principio de proporcionalidad, se han establecido dos grupos independientes en función de la pertenencia de cada uno de ellas al Objetivo Convergencia (Convergencia pura y Phasing-out) o al Objetivo de Competitividad (Competitividad pura y Phasing-in).

Para decidir el tamaño de la muestra en cada grupo se ha conciliado el montante de fondos europeos a percibir en el período de programación 2007-2013 y la población residente en las Comunidades y Ciudades Autónomas incluidas en cada grupo. Finalmente, los tamaños fueron de 9.000 y 7.000 unidades respectivamente. En ambos grupos se ha realizado la afijación mediante un criterio de compromiso entre la afijación uniforme y la proporcional. En el caso de Madrid, las unidades de la muestra son 885.

El nivel de confianza para el que se ha efectuado la encuesta es del 95%, considerando la estimación de proporciones en la peor de las hipótesis ($P=Q=0,5$).

1.3. VALORACIÓN DE LO ANTERIOR

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.

Todo ello ha facilitado la adopción de un enfoque centrado sobre los puntos fundamentales que debe atender la evaluación, al objeto, por un lado, de estudiar los logros conseguidos en los diversos ámbitos considerados respecto a los alcanzados hasta 2010, y, por otro, de propiciar la obtención de un valor añadido de cara a mejorar la estrategia de comunicación en el horizonte 2020.

2. ANÁLISIS DEL SEGUIMIENTO Y APLICACIÓN DE LAS RECOMENDACIONES REALIZADAS EN LA EVALUACIÓN INTERMEDIA DE 2010

El punto de partida de la Evaluación Final del Plan de Comunicación de los Programas Operativos FEDER y FSE de Madrid, tal y como queda recogido 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*, lo constituyen las recomendaciones realizadas en el procedimiento de Evaluación Intermedia realizado en 2010.

Dicho procedimiento se ha caracterizado por su practicidad: la participación de todos los organismos implicados en el desarrollo de la Evaluación y la elaboración de un capítulo de conclusiones y recomendaciones que ha tenido una implementación práctica.

El **principio de partenariado** quedó ampliamente garantizado en el procedimiento de Evaluación Intermedia a través de la participación de los órganos gestores y los organismos económicos y sociales en las diferentes vías instrumentadas para la obtención de información cuantitativa y, sobre todo, cualitativa. Así, se realizaron entrevistas a todos los órganos gestores de fondos de los PO FEDER y FSE de la Comunidad de Madrid, así como la celebración de un grupo de discusión en el que se abordaron las temáticas de sensibilización y concienciación a la ciudadanía y accesibilidad y calidad de la información.

Por otra parte, una vez finalizado el informe de evaluación se dio una importante divulgación de los resultados obtenidos, divulgación que ha incluido desde la publicación del informe en la web de la Autoridad de gestión, hasta su envío por parte de la Dirección General de Asuntos Europeos y Cooperación para el Estado, a cada uno de los organismos participantes en el tramo regional, actuaciones que han facilitado el conocimiento de los resultados de la misma.

Ello garantiza un adecuado conocimiento de las recomendaciones derivadas de la Evaluación Intermedia por parte de los órganos gestores, tal y como se desprende de las entrevistas realizadas a los mismos.

El seguimiento de dichas recomendaciones permitirá al equipo evaluador, pero también a los organismos implicados en la gestión del Plan, tener constancia de las mejoras logradas y, en caso de considerarse necesario, contar con la posibilidad de introducir nuevos cambios en las distintas áreas.

En líneas generales, las conclusiones de la Evaluación Intermedia apuntan la existencia de una estrategia consistente a nivel interno y coherente con los objetivos de la Comisión Europea en materia de comunicación. Además, se recoge como, tanto en lo que se refiere a las actuaciones de coordinación como a las actividades dirigidas a organismos y personas

beneficiarias y al conjunto de la ciudadanía, los resultados obtenidos han resultado muy positivos, aunque existe margen de mejora en algunos ámbitos. En concreto, se realizan un total de de 11 recomendaciones:

- ✦ **RECOMENDACIÓN 1:** Promover la especialización de las personas responsables de información y publicidad, así como su dedicación a las actividades relacionadas con la gestión y difusión de las actuaciones cofinanciadas. Una vía para ello podría ser la provisión de más formación a los gestores a través de cursos.
- ✦ **RECOMENDACIÓN 2:** Establecer canales e instrumentos de mejora del contacto entre órganos gestores y entidades beneficiarias, tales como una guía estandarizada dirigida a las entidades beneficiarias del tramo regional sobre sus obligaciones en materia de información y publicidad, que incluya la estandarización de emblemas y establezca criterios para la convivencia de logotipos y la designación de una persona de contacto para que les permita aclarar de forma canalizada cualquier duda que les surja en este sentido.
- ✦ **RECOMENDACIÓN 3:** Elaborar instrucciones más precisas para la correcta recopilación de indicadores de comunicación por parte de los órganos gestores y entidades beneficiarias, especialmente en el ámbito de la Comunidad Autónoma.
- ✦ **RECOMENDACIÓN 4:** Reforzar el enfoque práctico de los mecanismos de transmisión de información desde los organismos intermedios hacia los gestores. En lo que respecta a la aplicación de los diferentes requisitos de comunicación, se recomienda incorporar a las guías y manuales ejemplos prácticos ilustrativos.
- ✦ **RECOMENDACIÓN 5:** Transmitir a los gestores la necesidad de elaborar un repositorio de material divulgativo a ser posible en formato electrónico.
- ✦ **RECOMENDACIÓN 6:** Rentabilizar recursos propios de cara a las actividades de información y publicidad, tales como las páginas web y las notas de prensa poniendo especial énfasis en los logros alcanzados con las actuaciones cofinanciadas.
 - (a) Mantener una línea de información periódica en relación con la Instrucción de la DG de Asuntos Europeos y de Cooperación con el Estado, dirigida al resto de Consejerías, gabinetes y los medios de comunicación públicos alertando de la importancia de los Fondos Estructurales para la Comunidad de Madrid y la necesidad de transmitir la participación de los mismos, así como de la Comunidad de Madrid, en la difusión de las actuaciones cofinanciadas.
 - (b) Enfocar el mensaje de forma que resulte atractivo tanto para la Comunidad de Madrid como para la difusión de los Fondos Europeos y se asuma como propio por parte de la administración regional.

- (c) Sensibilizar a prescriptores/gabinetes de comunicación/prensa sobre la necesidad de difusión del efecto de los FFEE en las actuaciones, a través de algún tipo de participación en las reuniones organizadas por las redes existentes y/o del envío de documentación de referencia que puedan utilizar para mejorar la visibilidad de las actuaciones que se están desarrollando en la Comunidad con el apoyo del FEDER y el FSE.
- ✚ **RECOMENDACIÓN 7:** Dotar de una mayor visibilidad a los fondos estructurales en los actos de lanzamiento o inauguraciones de actuaciones cofinanciadas mediante la presencia de la DG de Asuntos Europeos y Cooperación con el Estado en los actos de las entidades gestoras de los programas del tramo regional.
- ✚ **RECOMENDACIÓN 8:** Incrementar el uso de los medios de bajo coste disponibles, (páginas web, boletines electrónicos u otros medios de difusión innovadores).
- ✚ **RECOMENDACIÓN 9:** Poner en marcha medidas de publicidad, jornadas para mostrar logros, etc. de forma agregada, ya que algunas de las entidades gestoras por su tamaño y capacidad no tienen entidad para hacerlo de forma independiente y proporcionada a su participación.
- ✚ **RECOMENDACIÓN 10:** Tratar de involucrar a la Comunidad de Madrid en su conjunto y al Gabinete de Prensa de Presidencia, en calidad de coordinador de la política de comunicación de la Comunidad, en la importancia de la difusión de la Unión Europea y sus Fondos. Es necesaria una política corporativa de apoyo a la difusión de los Fondos Europeos más robusta.
- ✚ **RECOMENDACIÓN 11:** Dar mayor participación a los ayuntamientos que operan en el tramo regional, en la difusión de los Fondos invertidos en sus municipios, aprovechando la cercanía a los ciudadanos, especialmente en los municipios de menor tamaño.

En todos los casos, las **recomendaciones realizadas pueden calificarse de pertinentes.** Para llegar a este corolario se ha procedido al análisis de varios elementos: la definición de las recomendaciones como respuesta a las necesidades efectivas derivadas de la Evaluación Intermedia (vinculación entre las conclusiones y las recomendaciones), la utilidad de las mismas (es decir, la medida en que las propuestas realizadas constituyen una vía efectiva para responder a tales necesidades) y la posibilidad de implementarlas en el período de tiempo comprendido entre 2010 y 2013 (la aplicabilidad de las recomendaciones).

Vinculación entre las conclusiones y las recomendaciones: La presentación de las recomendaciones respondía a una clasificación clara y coherente en el marco de la Evaluación Intermedia. Así, se estructuraba en tres campos: las recomendaciones

relacionadas con actuaciones de coordinación (que suponen el 45,5% del total), por una parte, y, por otra las orientaciones destinadas a mejorar la ejecución e impacto de las actuaciones diferenciando entre las actuaciones orientadas hacia los organismos y personas beneficiarias (18,2%) y el conjunto de la ciudadanía (36,4%).

Tales propuestas de mejora están directamente vinculadas a las conclusiones alcanzadas en la Evaluación Intermedia que, de igual modo, se estructuran en las tres áreas reseñadas.

Dichas conclusiones han permitido perfilar los ámbitos de mejora de la estrategia de comunicación de los Fondos Estructurales en la Comunidad de Madrid en el período 2007-2013; presentando a través de las recomendaciones propuestas posibles soluciones a los déficit detectados. Así, todas las conclusiones alcanzadas pueden relacionarse con al menos una de las recomendaciones propuestas.

Utilidad de las recomendaciones. Por otra parte, puede considerarse que las recomendaciones tienen un elevado grado de utilidad, en la medida en que se proponen medidas a través de las cuales obtener resultados reales que, cuando menos, permitan afrontar con garantías los márgenes de mejora identificados.

Esta perspectiva se ha traducido, en la práctica, en la atención a la práctica totalidad de las recomendaciones bien por la Autoridad de Gestión y/o el Organismo Intermedio o bien por los órganos gestores.

La mayor parte de las recomendaciones realizadas tienen como organismo responsable al Organismo Intermedio (81,8%) –recomendaciones de la 1 a la 7, 10 y 11–. El importante papel concedido al Organismo Intermedio en la implementación de las propuestas de mejora queda, además, patente en la responsabilidad que el mismo debe asumir en todas las áreas de intervención (coordinación, actuaciones dirigidas a los beneficiarios y actuaciones dirigidas a la ciudadanía en su conjunto).

En un 18,2% de los casos la competencia en la implementación de la recomendación es compartida con la Autoridad de Gestión. Se trata en concreto de las recomendaciones vinculadas a la mejora de la especialización de los responsables en comunicación (recomendación 1) y la concreción de instrucciones que faciliten la cuantificación de los indicadores de comunicación (recomendación 3).

Sin embargo, hay un porcentaje no despreciable de recomendaciones (el 18,2% restante), que se vinculan a dos aspectos fundamentales: el uso de instrumentos de bajo coste para la puesta en marcha de medidas de comunicación entre los órganos gestores del tramo regional (recomendación 8) y la posibilidad de llevar a cabo actuaciones que impliquen a más de un gestor, tratando de alcanzar una masa crítica con la que no cuentan de forma

independiente algunos de los órganos gestores, dada la dimensión de las actuaciones cofinanciadas (recomendación 9).

En este marco, el trabajo de campo realizado ha dejado de manifiesto que en el tramo regional, afectado de forma más directa por estas recomendaciones, el 53% de los órganos gestores tiene conocimiento de los resultados y las recomendaciones realizadas en el marco de la Evaluación Intermedia del Plan de Comunicación y, además, ha tomado alguna medida o realizado alguna actuación para atender a dichas recomendaciones.

La participación efectiva de todos los organismos implicados en el desarrollo de los PO, así como del Plan de comunicación, contribuye a la racionalización de la ejecución de las actuaciones y aplicación de las lecciones de la experiencia. De ello se desprende que la evaluación ha contribuido a mejorar la eficacia y la eficiencia de la gestión mediante el aprendizaje continuo, por lo que se puede concluir que las recomendaciones planteadas han resultado útiles.

Aplicabilidad de las recomendaciones. Desde una perspectiva temporal, todas las propuestas de mejora han podido aplicarse en el período de tiempo comprendido entre la finalización de la Evaluación Intermedia (2010) y la finalización del período de programación (2013), por lo que puede considerarse, asimismo, aplicables.

Finalmente, el análisis de seguimiento de las recomendaciones debe cerrarse con la valoración de su aplicación práctica, considerando las actuaciones emprendidas y los resultados derivados de las mismas.

De forma global la respuesta a las recomendaciones puede considerarse positiva si tenemos en cuenta que en todos los casos se ha realizado una valoración de las posibilidades reales de implementación en un contexto marcado por la actual crisis económica, donde las posibilidades de actuación han quedado significativamente marcadas por la restricción presupuestaria que marca la actividad de la Comunidad de Madrid.

Tras esta valoración, se han detectado dos tipos de respuestas a las recomendaciones realizadas que facilitan la estructuración del análisis que se expone a continuación. En el caso de la recomendación número 6, estructurada en tres puntos, se han considerado éstos como tres cuestiones independientes [6(a), 6(b) y 6(c)].

✦ Recomendaciones que se identifican con una necesidad efectiva de actuación y que desde el punto temporal se estiman oportunas. En este caso se han tomado las medidas correspondientes que han permitido alcanzar una mejoría relativa con respecto a la situación de debilidad detectada en la Evaluación Intermedia.

Este grupo engloba la mayor parte de las recomendaciones realizadas por el equipo evaluador en 2010, con un total de 7, lo que supone el 53,8% del total y que abarcan tanto los aspectos de coordinación (2), como las actividades relacionadas con los beneficiarios (1) y el conjunto de la ciudadanía (3).

En relación con la promoción de la especialización de los responsables en información y publicidad a través de cursos de formación (**RECOMENDACIÓN 1**), las entrevistas realizadas a los órganos gestores ponen de manifiesto que durante el período 2010-2013 se ha continuado incidiendo en la celebración de sesiones formativas sobre comunicación, a las que han acudido un 71% de los gestores.

A ello se une además, la emisión de instrucciones específicas sobre la materia (75% de los órganos gestores/organismos intermedios entrevistados han recibido actualización de manuales y/o instrucciones desde 2010) y la participación en redes de comunicación (en concreto, RIFEM y GRECO-AGE) en las que se informa de todas las novedades surgidas en torno a la comunicación.

Como resultado se puede deducir que los responsables de comunicación en los diferentes órganos gestores y/o organismos intermedios han participado de forma activa en las actuaciones puestas en marcha para la información y formación en materia de comunicación, consolidándose el proceso de especialización iniciado en los años anteriores.

Por lo que se refiere a la unificación de criterios para la cuantificación de los indicadores de información y publicidad a través de la emisión de instrucciones más precisas (**RECOMENDACIÓN 3**), la respuesta ha sido clara a través dos vías fundamentales:

- ✈ Las instrucciones emitidas tanto desde la Autoridad de Gestión (en el seno de GERIP y GRECO-AGE) como de la propia Dirección General de Asuntos Europeos y Cooperación con el Estado. De esta forma, en marzo de 2011 se procedió a la distribución entre los órganos gestores de la versión corregida del Plan de Comunicación, así como de unas instrucciones específicas en materia de publicidad y cálculo de indicadores recopiladas en el *“Breve manual recopilatorio de cuestiones de tipo práctico en materia de comunicación”*, disponible en la página web de la Autoridad de Gestión.
- ✈ Y, en el ámbito de los órganos gestores, la emisión de instrucciones a los beneficiarios para dar cumplimiento a los requisitos de comunicación. De hecho, el 94% de los mismos han realizado este tipo de actuación.

Con ello se garantiza una mejora en la calidad de la información cualitativa y cuantitativa recopilada entre los organismos intermedios, órganos gestores y beneficiarios.

Por otro lado, la **RECOMENDACIÓN 4** proponía el refuerzo del enfoque práctico de los mecanismos de transmisión de información desde los organismos intermedios hacia los gestores y, en concreto, la incorporación a las guías y manuales de ejemplos prácticos ilustrativos.

En este sentido, tanto el Plan de Comunicación publicado y distribuido a todas las entidades gestoras como la Guía práctica para el cumplimiento de las obligaciones de información y publicidad muestran ejemplos y modelos gráficos de la presentación de imágenes e información de actuaciones cofinanciadas. Estos documentos se siguen distribuyendo en la actualidad, como recordatorio, y cuando se incorpora personal a la gestión en los organismos colaboradores.

No obstante, se estima que la recomendación puede ser de gran interés de cara a los próximos años, en los que se ponga en marcha el nuevo período de programación y se elaboren las correspondientes guías y manuales orientativos en todos los ámbitos de gestión, control y verificación y comunicación de los Fondos Estructurales.

La línea de rentabilización de los recursos propios se ha visto favorecida por las actuaciones de los últimos años en dos ámbitos: la aportación de información periódica (**RECOMENDACIÓN 6(a)**) y la consecución de una implicación mayor del mensaje de los fondos Estructurales entre la Administración Pública y entre la población (**RECOMENDACIÓN 6(b)**).

En el primero de los casos, la información periódica requerida en la Evaluación Intermedia para trasladar a los agentes implicados la necesidad de poner en valor las actuaciones cofinanciadas e impulsar la comunicación de la participación comunitaria, tiene su principal referente en la consolidación de las redes de comunicación (GERIP, GRECO-AGE y RIFEM).

Éstas han sido la herramienta fundamental para mantener informados a los Organismos Intermedios y órganos gestores acerca de todas las cuestiones relacionadas con la comunicación. No obstante, la actividad efectiva de las redes ha estado más relacionada con la definición y arranque de los procedimientos de comunicación, así como con su seguimiento y evaluación, pero no tanto con la exposición de los resultados de las mismas.

A tales efectos se recomienda que de cara al nuevo período de programación éstas puedan representar un foro efectivo para el intercambio de experiencias y la puesta en valor de buenas prácticas de comunicación y/o actuaciones cofinanciadas.

Por lo que se refiere a la consecución de una asimilación creciente del mensaje de los Fondos Estructurales por parte de la propia Administración Pública, ésta se ha conseguido entre los órganos gestores. Así, el 100% de los entrevistados han incorporado el eslogan en sus medidas de comunicación hecho que muestra, además del efectivo cumplimiento de las obligaciones que marcan los Reglamentos en materia de información y publicidad, la toma de conciencia a cerca de la necesidad de difundir el apoyo comunitario.

Desde el punto de vista de las medidas orientadas al conjunto de la población, la atención puede considerarse notable. Así, se ha observado un mayor recurso a los medios de bajo coste (**RECOMENDACIÓN 8**), fundamentalmente vinculados al recurso a las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs). En concreto, hay un recurso creciente a la publicación de noticias en las propias web, en particular entre los Ayuntamientos; se han editado nuevos boletines (como sucede, por ejemplo en el caso del Ayuntamiento de Getafe que ha realizado un total de cuatro ediciones desde 2010), etc.

Por lo que se refiere al indicador de número de visitas a las Webs de las Autoridades de Gestión y el Organismo Intermedio, también se han observado unos positivos resultados, incrementándose la media anual en un 42,7% con respecto a la Evaluación Intermedia, lo que supone más de 36.000 visitantes adicionales.

Esto es un síntoma claro del atractivo creciente de la información recogida en las web en el ámbito de la comunicación, así como en otros aspectos, en particular las cuestiones relacionadas con el nuevo período de programación.

El recurso a las actuaciones de comunicación agregadas que abarquen varios proyectos (**RECOMENDACIÓN 9**) se ha dado fundamentalmente por parte del Organismo Intermedio y la Autoridad de Gestión que, en la línea de lo constatado en el período anterior, constituyen el eje fundamental de las actuaciones conjuntas en materia de Comunicación.

Entre estas actuaciones destaca el *“Boletín de Información Europea: Madrid Europa conectados”*, elaborado Centro de Documentación Europea Europe Direct de la Comunidad de Madrid, en el que se da cobertura a una amplia temática vinculada con la Unión Europea y, de forma particular, se ponen en valor las actuaciones cofinanciadas por los Fondos Europeos.

Finalmente, ha mejorado la participación de los Ayuntamientos en las actuaciones de comunicación (**RECOMENDACIÓN 11**). Así, en todos los indicadores de realización se ha incrementado el porcentaje que suponen las actuaciones de información y publicidad realizadas por los ayuntamientos, si bien se echa en falta la participación de

algunos ayuntamientos de menor tamaño que participan en el tramo regional, como es el caso de Alcalá de Henares, Rivas Vaciamadrid o Pinto.

✦ **Recomendaciones que no resulta procedente abordar en las actuales circunstancias socioeconómicas, partiendo de la consideración de que se cumple estrictamente con los requisitos reglamentarios.**

En este conjunto se encuadran 5 recomendaciones (el 38,5% de las recomendaciones) que abarcan, asimismo, todos los ámbitos de acción: 2 recomendaciones relativas a actuaciones de coordinación, 2 actuaciones orientadas a los beneficiarios y una última vinculada a actuaciones para el conjunto de la población.

En lo relativo a la coordinación se plantean, en consecuencia, varias cuestiones: la creación de una guía orientada a los beneficiarios con la delimitación de las obligaciones asumidas por los mismos, así como la identificación de personas de contacto para la resolución de las posibles dudas aparecidas al respecto (**RECOMENDACIÓN 2**) y el impulso a la creación de un repositorio para la conservación del material divulgativo entre los órganos gestores (**RECOMENDACIÓN 5**).

A tales efectos, se constata la existencia de guías de información y publicidad tanto por parte de la Autoridad de Gestión del FEDER, como por parte de la Dirección General de Asuntos Europeos y Cooperación con el Estado, en las que se recogen las obligaciones y fórmulas de cumplimiento de las mismas por parte de los beneficiarios.

Por otra parte, en el supuesto de que se produjesen dudas en torno a cualquiera de tales obligaciones, existen personas de referencia a las que acudir en busca de una solución: en cada caso el correspondiente representante de comunicación en cada organismo intermedio y/u órgano gestor que participa en las redes de comunicación existentes, así como en la propia Dirección General.

Finalmente, y dando cumplimiento a los requisitos reglamentarios (artículo 15 del Reglamento (CE) Nº1828/2006), las entidades o personas físicas beneficiarias de las ayudas comunitarias tienen la obligación de guardar los elementos asociados a las medidas de comunicación implementadas, como elementos imprescindibles para garantizar la pista de auditoría de dichas actuaciones, por lo que existe plena garantía del cumplimiento a tales efectos de la normativa y se considera innecesaria la recomendación realizada.

Prueba de ello es que en el análisis realizado en el capítulo 5, sobre las posibles incidencias detectadas en el proceso de verificación ex – ante en lo concerniente a la comunicación no se ha identificado la existencia de problemas en cuanto al cumplimiento de los requisitos reglamentarios.

En lo relativo a las actuaciones dirigidas a los beneficiarios se proponía el establecimiento de medidas que mejorasen la visibilidad de los Fondos Estructurales en la Comunidad de Madrid a través de una mayor implicación de los gabinetes de prensa en la política de comunicación de los Fondos Estructurales (**RECOMENDACIÓN 6(b)**) y de una mayor presencia del Organismo Intermedio en los actos celebrados por los órganos gestores en el tramo regional (**RECOMENDACIÓN 7**).

A tales efectos, se ha observado que en el período comprendido entre 2010 y 2013 se ha producido un incremento de la visibilidad de ambos Fondos Estructurales (FEDER y FSE) en la región –ver capítulo 7–.

Si bien no se ha trabajado en la implicación de los gabinetes de prensa en la difusión de la imagen de los Fondos Estructurales, sí se observa una implicación creciente de los órganos gestores y beneficiarios. Así, entre los órganos gestores el 100% de los entrevistados han incorporado el eslogan en sus medidas de comunicación, lo que pone de manifiesto la efectiva implicación de los organismos de la Comunidad de Madrid con la comunicación de los Fondos Estructurales.

En conclusión, las actuaciones puestas en marcha permiten detectar un incremento en los valores de percepción en las encuestas de 2013 con respecto a 2010, en un marco en el que un volumen representativo de Comunidades Autónomas ha experimentado la tendencia opuesta.

No obstante, el menor conocimiento de la población madrileña de la política regional europea con relación a la media nacional (los resultados de las encuestas en 2010 ponían en relieve el 59,7% de la población conocía el apoyo de los mismos al desarrollo regional, cuando a nivel nacional la cifra asciende al 68,7%), condicionado por la recepción relativa de fondos estructurales por parte de la región, hace pensar en la conveniencia de impulsar la comunicación orientada hacia la población, y de ahí la necesidad de una mayor interacción con los gabinetes de prensa.

Por lo que respecta a la presencia del Organismo Intermedio en los actos de inauguración o lanzamiento, el representante de la DGAE participa con frecuencia en presentaciones de Actuaciones de organismos gestores de fondos.

Así, se ha continuado trabajando en la concienciación de la clase política para recoger en el discurso de los actos de lanzamiento o inauguraciones la participación de los Fondos Estructurales.

3. ANÁLISIS DEL AVANCE EN EL DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

En un marco en el que ha venido cobrando una importancia creciente la comunicación de la Política de Cohesión, la estrategia de comunicación persigue mejorar la calidad y la eficacia de las medidas de información y publicidad, a través, tanto del establecimiento de unos objetivos concretos relacionados con la mejora de la transparencia en la ejecución de la ayuda y una mejora de la visibilidad de la Unión Europea, la Política de Cohesión y las actuaciones cofinanciadas en el marco de los PO FEDER y FSE de la Comunidad de Madrid, como de la identificación del público destinatario de las acciones a realizar para lograr dichos objetivos (población en general y beneficiarios potenciales de los Programas Operativos).

Esta definición estratégica se centra, por lo tanto, en los temas de información, comunicación y visibilidad, como un punto primordial para el fortalecimiento de las relaciones económicas, políticas y sociales de la UE y el Estado con todos los agentes implicados en la Política Regional Comunitaria, particularmente en la Comunidad de Madrid, y con la población en su conjunto.

La estrategia ha sido muy positivamente valorada en el procedimiento de Evaluación Intermedia desarrollada durante la anualidad 2010. Así, entre las conclusiones presentadas se establece que el Plan de Comunicación es pertinente, consistente tanto a nivel interno como externo, en tanto está perfectamente alineado con los objetivos de comunicación definidos por la Comisión Europea.

En los epígrafes siguientes se tratará de identificar los cambios observados desde entonces y la repercusión que los mismos han tenido sobre los diferentes elementos de la estrategia del Plan de Comunicación de los PO FEDER y FSE de la Comunidad de Madrid para el período 2007-2013.

3.1. PRINCIPALES AVANCES CONSEGUIDOS RESPECTO A LA PERTINENCIA DEL PLAN

El trabajo de Evaluación Intermedia del Plan de Comunicación de los PO FEDER y FSE de la Comunidad de Madrid realizado durante la anualidad 2010 puso de manifiesto la pertinencia y coherencia externa.

Así, se concluyó que el diseño de la estrategia se había realizado en función del público destinatario y los objetivos de las diferentes fases del Plan, tomando en consideración a los diferentes organismos implicados en el desarrollo de los Programas y sus necesidades, y con una clara alineación con la estrategia de comunicación de la Unión Europea.

Estas conclusiones se han reforzado en los últimos años a través de la evolución práctica experimentada por la estrategia de comunicación. La flexibilidad y capacidad de adaptación ha permitido que, sin perder sus señas de identidad, se produzca una importante consolidación de la misma en la Comunidad de Madrid.

Los cambios referidos se han producido en diversos ámbitos. En primer lugar, la **reprogramación de los indicadores de realización y resultados** ha permitido constatar la pertinencia de la estrategia. Así, se han incrementado las metas iniciales establecidas para seis de los indicadores a través de los cuales se han cuantificado los objetivos de la estrategia.

De forma particular, la recuantificación realizada pone de manifiesto la creciente concienciación de los organismos implicados en el desarrollo del Plan que ha derivado en un incremento de cinco de los indicadores de realización.

Dichos cambios, aprobados en los Comités de Seguimiento de los respectivos Programas Operativos (celebrados el 22 de mayo de 2012 en el caso del FSE y el 19 de junio de 2012 en el caso del FEDER), han consistido en:

- ✚ Actividades y actos públicos. Las expectativas han mejorado tanto en lo que respecta al número de actos previstos como al número de asistentes, lo que sitúa las previsiones en un total de 535 actos y 29.875 asistentes. La concienciación de los distintos organismos participantes en el desarrollo de los PO ha llevado a un aumento efectivo del número de actos celebrados en los que se deja constancia de la relevancia de la ayuda estructural en la cofinanciación de las actuaciones.
- ✚ Difusión en medios de comunicación. El número de actos de difusión, por su parte, se ha situado en 595 (tras experimentar un aumento del 77,6%). De este modo se potencia uno de los instrumentos con mayor impacto sobre el conjunto de la población en la tarea de dar a conocer entre la ciudadanía los proyectos cofinanciados o la Política Regional Europea.
- ✚ Publicaciones realizadas. La mayor variación se produce en el número de publicaciones realizadas, que pasa de 130 a 405. Esta variación implica, además de un aumento en el número de actuaciones, una diversificación de las mismas, abarcando una amplia variedad (libros, folletos, revistas, CD, DVD, videos...). De este modo se amplían las probabilidades de dar a conocer los Programas Operativos o alguna de sus actuaciones concretas, así como aquellas relacionadas con la Política Regional Europea.
- ✚ Información a través de cualquier tipo de cartelera. El valor previsto respecto a la utilización de los distintos soportes (pósteres, carteles, placas, expositores, stands y/o vallas) con fines publicitarios también ha aumentado hasta un 30%.

Desde la perspectiva de la **gestión operativa del Plan**, se ha producido en los últimos años una consolidación del sistema definido desde la constitución del GERIP.

Éste ha resultado, en la práctica, un instrumento clave para la definición de la estrategia, tal y como se recogió en la Evaluación Intermedia, pero también para la consecución de posteriores logros adicionales que han permitido el cierre del círculo de la estrategia de la comunicación de los Fondos Estructurales, a través de la dotación de instrumentos para destacar las buenas prácticas de actuaciones cofinanciadas.

Con esta finalidad se han definido unos criterios comunes para la identificación de Buenas Prácticas de actuaciones y se ha creado una base de datos en la que se pueden encontrar los casos de éxito de todos los PO FEDER y aquellos con planes de comunicación plurifondo, como es el caso del Plan de Comunicación de la Comunidad de Madrid. Dicha base de datos, disponible en la página Web de la Autoridad de Gestión, ilustra, en definitiva, los importantes resultados conseguidos en los distintos ámbitos de intervención de los Fondos.

A ello también contribuye la actividad de la Red de Información y Publicidad de los Fondos Estructurales de la Comunidad de Madrid (RIFEM), que ha permitido un conocimiento generalizado de la estrategia de comunicación y las pautas requeridas para su implementación entre todos los organismos vinculados al desarrollo de los PO FEDER y FSE de la Comunidad de Madrid, favorecida, a su vez, por la creación de nexos entre los diferentes miembros de la Red. De esta forma, según el trabajo de encuestación realizado en la evaluación, el 63% de los órganos gestores/organismos intermedios afirman formar parte de alguna de las redes de comunicación relacionadas con los fondos europeos. Este porcentaje es aún mayor si se tiene en cuenta que los gestores que afirman no participar en ninguna red, sin embargo aparecen en el listado oficial de integrantes de la red regional RIFEM, hecho que refleja algún posible error en la interpretación de la pregunta integrada en el cuestionario distribuido entre los distintos organismos.

Todo ello ha posibilitado una mayor sensibilización de los equipos técnicos responsables de la comunicación en los diferentes organismos, pero también entre los beneficiarios gracias a la actuación de éstos.

En materia de **evaluación**, la experiencia previa de la Evaluación Intermedia puso de manifiesto la utilidad 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*, a través de la cual se concretó el alcance, contenido y trabajos a desarrollar. Los positivos resultados han llevado a mantener, de forma general, los mismos criterios en el presente ejercicio de evaluación, con la introducción únicamente de algunos elementos que permitirán tener en cuenta el carácter final de la actual evaluación.

Así, la red GERIP, en su reunión de 22 de enero de 2013, acordó incorporar al contenido de los presentes informes algunos elementos de cara a la valoración global de la estrategia en 2007-2013 y la obtención de lecciones de cara al nuevo período de programación. Destacan, en este sentido, la atención a las recomendaciones de la Evaluación Intermedia, los principales avances registrados desde entonces y la incorporación del análisis de una muestra aleatoria de actuaciones cofinanciadas en la valoración de la incorporación de cuestiones de comunicación en los procedimientos de verificación.

En definitiva, partiendo de una estrategia de comunicación ya considerada pertinente y coherente, se han observado avances relevantes tanto desde un punto de vista general, como desde una perspectiva operativa y de seguimiento y evaluación, que permiten concluir el fortalecimiento de la estrategia de comunicación de los Fondos Estructurales en la Comunidad de Madrid.

3.2. PRINCIPALES AVANCES CONSEGUIDOS RESPECTO A LA VALIDEZ Y CONSISTENCIA INTERNA DEL PLAN

La Evaluación Intermedia puso de manifiesto la existencia de una clara coherencia interna, entendida ésta como la existencia de una “armonía o relación lógica” entre los objetivos que permite potenciar los elementos de influencia en la definición global de la estrategia e impulsar los objetivos específicos más sensibles a la evolución conjunta de la misma.

Asimismo, se destaca la existencia de una **vinculación directa entre los objetivos específicos y las líneas de actuación**, resultando todos ellos potenciados por más de una línea de actuación. En la práctica destaca la influencia de las actuaciones de carácter general llevadas a cabo por el Organismo Intermedio y la Autoridad de Gestión con carácter formativo e informativo orientadas al conjunto de los organismos gestores.

En este sentido, la previsión de realización de un número mayor de acciones, recogida en la reprogramación al alza de los indicadores de realización y resultado, lleva a pensar que el grado de cumplimiento de los objetivos del Plan será también más elevado, mejorando con ello la validez y consistencia de la estrategia de comunicación.

Los Objetivos Específicos 2 y 3, es decir garantizar la más amplia difusión de PO, la contribución del FEDER y FSE y las posibilidades de acceso a los mismos, así como la sensibilización sobre el papel que desempeñan los Fondos Europeos en la Comunidad de Madrid y los proyectos que se realizan gracias al apoyo de la Unión Europea, han resultado especialmente favorecidos.

De hecho, el incremento en las actividades y actos públicos, la difusión en medios de comunicación, las publicaciones realizadas y la cartelería han reforzado las posibilidades

de obtención de los dos objetivos, orientados tanto a beneficiarios potenciales como al conjunto de la población.

Por lo que respecta al objetivo de establecer un canal eficaz de difusión de la información que garantice el éxito de los Programas Operativos (es decir, el Objetivo Específico 1), el impulso recibido se circunscribe en gran medida a las acciones vinculadas con la información aportada a los beneficiarios potenciales y en este caso su consecución puede resultar favorecida por el incremento de acciones y actos públicos, la realización de actos de difusión y publicaciones externas, siempre que vayan dirigidos a este colectivo.

Otro de los elementos que ha contribuido a reforzar la consistencia del Plan a partir de la Evaluación Intermedia es el mayor esfuerzo realizado por todos los organismos involucrados en los Programas en asignar las diversas actuaciones de información y publicidad realizadas al indicador correspondiente y precisar de forma más exhaustiva la descripción de tales acciones.

Aunque aún se aprecia en algún caso un ligero margen de mejora, lo anterior ha dotado también de una mayor coherencia al Plan de Comunicación, por cuanto cada indicador recoge las tipologías de acciones de información y publicidad que comprende, reflejando mejor las realizaciones y resultados, así como los recursos ejecutados en cada tipo de actividad.

De esta forma, se aprecia una correspondencia mucho más estrecha entre el diseño de la estrategia de comunicación formulada y el examen de su ejecución observada en el sistema de seguimiento instaurado.

Por otra parte, la Evaluación Intermedia destacaba como el Plan de Comunicación establece de forma específica la vinculación entre sus objetivos específicos, tipos de actividades y **grupos destinatarios**, lo que permite identificar las necesidades de información de cada uno de estos últimos y las posibilidades de atención por parte de las actuaciones previstas.

Los principales avances registrados en este sentido tienen que ver con la implementación, hasta la fecha, de todas las acciones contempladas en el Plan de Comunicación, dirigidas, tanto a los potenciales beneficiarios como al conjunto de la ciudadanía en general.

Por un lado, las medidas destinadas a beneficiarios potenciales han propiciado que el acceso y aplicación de los Fondos gocen de unos elevados niveles de transparencia. Así, han sido abundantes las actuaciones efectuadas durante todo el período de formación e información relativas a los mecanismos y procedimientos de gestión de las ayudas comunitarias.

Por otro, se han llevado a cabo múltiples actividades destinadas al público para amentar la visibilidad y notoriedad de los Programas Operativos y de la Unión Europea en su propósito de impulsar el crecimiento económico y la cohesión social y territorial. Sin duda, tales actuaciones han tratado de mejorar la percepción de la Política de Cohesión de la Unión Europea entre la ciudadanía madrileña, así como consolidar el conocimiento de sus principales logros.

En este sentido, podemos incidir, también, en la existencia de una **coherencia temporal**: Durante los primeros años de aplicación del Plan (2007-2010) las actuaciones tendieron a concentrarse en la información a los posibles beneficiarios acerca de las posibilidades de cofinanciación y las obligaciones derivadas de su participación en los Programas. Sin embargo en la segunda fase (2011-2013) han cobrado relevancia las actuaciones orientadas a la divulgación de los PO y, de forma particular, del contenido de las intervenciones cofinanciadas.

En consecuencia, puede afirmarse que las necesidades de información de los grupos destinatarios del Plan se han visto satisfechas a través de la implementación de la estrategia recogida en el Plan de Comunicación.

Consecuentemente, la validez y consistencia del Plan también se puede ratificar por haber aplicado todas las medidas previstas para lograr sus objetivos en términos de alcanzar el público deseado y proporcionar los resultados buscados, aportando un valor añadido a las actividades de comunicación emprendidas por los organismos gestores, como es la cofinanciación y la suma de esfuerzos a favor de fines compartidos por todas las instituciones afectadas.

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

La valoración de la dotación de **medios económicos** quedó pospuesta en la Evaluación Intermedia como consecuencia de que se encontraba en aquél momento en una fase de revisión. Tras el debate y aprobación en el seno del GERIP de la metodología para la cuantificación de los montantes financieros de cada actuación, se ha procedido a una revisión del presupuesto indicativo recogido en el Plan de Comunicación que será el valorado en el presente epígrafe.

Esta revisión ha dotado de una mayor coherencia la dimensión financiera del Plan, dado que se ha adecuado a las posibilidades reales de ejecución de cada una de las líneas de actuación recogidas en el mismo, integrando la participación de todos los órganos implicados en el desarrollo de los PO y no únicamente el montante cofinanciado con Fondos Estructurales ejecutado por la Comunidad Autónoma.

Así, se ha incrementado la estimación del gasto asociado a la implementación de las medidas de comunicación en un 254%, hasta situarse en los 2 millones de euros para todo el período de programación. A este incremento ha contribuido, tal y como se ha mencionado, la posibilidad de incorporar actividades no cofinanciadas.

Desde la perspectiva de los **recursos humanos**, en los últimos años se ha producido una reestructuración dentro del Organismo Intermedio Regional que ha favorecido la consistencia en la implementación de la estrategia de comunicación de los Fondos Estructurales.

El Organismo Intermedio de la Comunidad Autónoma cuenta en la actualidad con un responsable de información y publicidad por cada Programa Operativo, una persona común de refuerzo cuyas funciones se orientan a la recogida y volcado de los indicadores de comunicación, y los responsables de gestión tanto del FSE como del FEDER en el Gobierno regional, que suponen un apoyo permanente que ha permitido, en la práctica, una mejora en la implementación, así como en las tareas de seguimiento y evaluación del Plan de Comunicación.

Por otra parte, esa capacitación es extensible a la mayoría de los organismos gestores, que en el marco del Grupo de Responsables de Comunicación de la Comunidad de Madrid (RIFEM) han recibido información y orientación acerca de las cuestiones de información y publicidad en los Fondos Estructurales.

Todo ello permite concluir la existencia de unos procedimientos adecuados que están facilitando la aplicación de la estrategia de comunicación y, en definitiva, de un impulso manifiesto del Objetivo Específico 1 del Plan de comunicación.

Finalmente, en lo que afecta a los **medios técnicos**, se han realizado en los últimos años modificaciones de las disposiciones técnicas, tanto desde la Autoridad de Gestión como desde el Organismo Intermedio.

En este sentido, se ha reforzado la seguridad de la aplicación INFOCO gracias a la incorporación del acceso a la aplicación únicamente a través de certificado digital.

La Subdirección de Fondos Europeos de la Comunidad de Madrid ha elaborado y distribuido unas plantillas en formato electrónico que facilitan la recopilación de la información cuantitativa, al tiempo que ha creado un banco de imágenes que permite dotar de un soporte gráfico la realización de todas las actuaciones de comunicación.

Con todo ello se ha logrado dotar de mayores dosis de coherencia al Plan de Comunicación.

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

La Evaluación Intermedia puso de manifiesto la consideración del Principio de Igualdad de Oportunidades en el Plan de Comunicación tanto desde un punto de vista formal (a través de un lenguaje exclusivo y la transmisión de mensajes neutros) como en lo que respecta al contenido (al quedar recogido, de forma implícita en los objetivos y de forma explícita en las acciones, el compromiso con la igualdad de género).

Esta constatación se ha consolidado a lo largo del tiempo a través de dos líneas de comportamiento básicas.

Por una parte, la realización de las acciones de información y publicidad que van especialmente dirigidas a la población femenina (Premio Empresaria del año promovido por la Dirección General de la Mujer, inclusión de módulos de igualdad de oportunidades en los programas formativos), así como aquéllas cuyo objetivo prioritario es poner en valor la igualdad de oportunidades (edición de la publicación *“Instrumentos para integrar la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres en actuaciones cofinanciadas por Fondos Europeos”*), han permitido avanzar en el logro de una mayor visibilidad de las actuaciones de la Unión Europea entre las mujeres y, de forma específica, en la relevancia concedida por la Unión Europea a garantizar la igualdad de oportunidades y de trato entre ambos sexos y en luchar contra toda discriminación.

Por otra, la concienciación de la importancia que supone el uso de un lenguaje sensible al género o lenguaje inclusivo en la expresión verbal y redacción escrita de comunicaciones, se ha trasladado a todos los órganos implicados en el desarrollo de la estrategia de comunicación.

Conviene señalar en este punto que tras la recomendación realizada en la Evaluación Intermedia relativa a la corrección de algunos falsos genéricos masculinos en el Plan de Comunicación, no se ha llevado a cabo ninguna modificación del Plan. De cara al nuevo período de programación, en consecuencia, se recomienda continuar en la línea de creciente sensibilización observada y cuidar de forma particular el uso de un lenguaje no sexista.

Finalmente, la “Unidad de género” formada por las entidades gestoras de los programas FEDER y FSE de la Comunidad de Madrid, ha revisado el contenido del *“Protocolo de Actuación para la incorporación de la Igualdad de Oportunidades a las actuaciones cofinanciadas por Fondos Europeos”* para diseñar una estrategia que permita intensificar y generalizar su uso en todas las actuaciones y por el conjunto de entidades participantes en la gestión de los programas. Por todo ello, la Comisión Europea ha felicitado a la

Comunidad de Madrid tras el último Informe Anual por la forma de implementar la Igualdad de Oportunidades en sus Programas.

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

La experiencia de los primeros años de desarrollo del Plan de Comunicación permitió la aplicación de las medidas de información y publicidad relacionadas con los PO FEDER y FSE de la Comunidad de Madrid de acuerdo con los criterios básicos que deben respetarse en la ejecución de las actuaciones de información y publicidad del Plan. En la misma línea, entre los años 2010 y 2013 se han venido consolidando los procedimientos establecidos para asegurar la eficiencia del sistema de seguimiento y evaluación de las medidas de información y publicidad.

Asimismo, en lo que se refiere a la ejecución de las actuaciones durante este período, a pesar de la minoración en el ritmo de realización de las actuaciones cofinanciadas se ha mantenido, en materia de información, el ritmo previsto lo que ha permitido mantener los objetivos definidos para el conjunto del período, teniendo en cuenta que los programas operativos mantendrán su vigencia más allá del final del 2013.

4.1. AVANCES EN LA EJECUCIÓN DE LAS MEDIDAS

En este apartado, se examina la ejecución de las medidas de información y publicidad llevadas a cabo en el marco del Plan de Comunicación de los PO del FEDER y FSE de la Comunidad de Madrid 2007-2013, en el ámbito temporal que abarca el 1 de enero de 2007 hasta el 10 de septiembre de 2013, diferenciando el lapso temporal comprendido desde la realización de la Evaluación Intermedia hasta el 10 de septiembre de 2013.

El principal instrumento utilizado para ello es la aplicación informática INFOCO en la que se recoge un registro de todas las actuaciones puestas en marcha por los diferentes beneficiarios/órganos gestores/Organismos Intermedios y Autoridades de Gestión. Tales registros constituyen, por otra parte, el input que nutre los denominados indicadores de comunicación a través de los cuales se identifican la realización y resultados de la estrategia de comunicación, así como los objetivos definidos para el conjunto del período de programación (2007-2013).

La Evaluación Intermedia puso de manifiesto la eficacia de la concreción de la estrategia en medidas específicas destinadas a los organismos beneficiarios (gestores), beneficiarios finales, beneficiarios potenciales y a la ciudadanía en su conjunto concretadas en el Plan de Comunicación.

Desde 2010 se ha continuado llevando a cabo las medidas previstas en el Plan de Comunicación. El análisis de tales actuaciones se aborda a continuación a través del

estudio desagregado de los indicadores de comunicación hasta el 10 de septiembre de 2013, con una doble perspectiva: el análisis de la ejecución final de la estrategia y la ejecución de las actuaciones correspondientes al período 2010-2013. No obstante, la última carga de actuaciones en la aplicación INFOCO por parte de la Comunidad de Madrid se realizó el pasado 30 de mayo.

La estrategia de comunicación desde un punto de vista físico ha incrementado su ejecución entre los años 2010 y 2013. Este aspecto ya ha quedado de manifiesto en el seguimiento realizado a través de los Informes Anuales de Ejecución, y que ha llevado a la actualización de los objetivos a 2013 ante la superación de las expectativas iniciales (ver capítulo 3.1).

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 inicialmente, así como la creciente participación de todos los organismos en el desarrollo de los PO. De este modo, las perspectivas para el resto del periodo se han ajustado de un modo coherente (ver Tabla 1), superándose en varios de los indicadores de comunicación que se analizan a continuación.

Así, a 10 de septiembre de 2013 el promedio de ejecución de los indicadores de comunicación se sitúa en el 97%, correspondiendo los datos más favorables a los indicadores de realización frente a los de resultados. De forma global, 7 de los 14 indicadores de comunicación alcanzan o superan el 100% de las previsiones, superando prácticamente todos ellos el 84%.

En el caso específico de los indicadores de realización, el cumplimiento de los objetivos señala una ejecución media del 104,64%, en la que el 70% de los indicadores cuenta con una ejecución superior al 100%.

En definitiva, la puesta en marcha de la estrategia ha permitido alcanzar, e incluso superar en algunos casos, los objetivos establecidos tras la actualización de los mismos para adaptarlos en mayor medida a la realidad, dejando constancia de la importante capacidad de realización y sobre todo, de los notables resultados derivados de la misma.

No obstante, de cara al nuevo período de programación se recomienda un mayor aprovechamiento de la experiencia para ajustar en mayor medida las expectativas iniciales y evitar las revisiones de los indicadores que se han producido en los últimos años en la estrategia.

TABLA 1. EJECUCIÓN DEL PLAN COMUNICACIÓN DE LOS PO FEDER Y FSE DE LA COMUNIDAD DE MADRID PARA EL ACTUAL PERÍODO DE PROGRAMACIÓN (DESDE 1/01/2007 HASTA EL 10/09/2013)

Tipo Actividad	Indicador realización	Programación	Ejecución	%	Indicador	Programación	Ejecución	%	Montante estimado
					Resultado				
1	Nº actividades y actos públicos	535	544	101,70%	Nº de asistentes	29.875	33.148	111%	508.075
2	Nº de acciones de difusión	595	623	104,70%					525.520
3	Nº de publicaciones externas realizadas	405	426	105,20%	% publicaciones distribuidas / editadas	100%	103,50%		355.250
					Nº puntos de distribución	97	89	91,80%	
4	Nº de páginas Web	3	4	133,30%	Nº de Visitas	200.000	104.357	52,20%	18.572
5	Nº de soportes publicitarios	585	581	99,30%					617.389
6	Nº de documentación interna distribuida	290	256	88,30%	% de organismos cubiertos	100%	94,90%		4.342
7	Nº de redes de información y publicidad	5	5	100%	Nº reuniones	85	72	84,70%	8.290
					Nº asistentes	120	105	87,90%	

Fuente: INFOCO.

Estos resultados se deben, en gran medida, a los importantes avances experimentados **entre 2010 y 2013**. Durante dicho período se ha ejecutado, en promedio, más del 84% de las actuaciones previstas para 2007-2013, si bien es necesario señalar que en 3 de los indicadores se alcanzó un máximo en el año 2010 para mantener en los años siguientes una tendencia constante.

Especial referencia merecen para este período, más allá de los casos particulares de las web y las redes de comunicación que tienen un carácter continuo, las publicaciones externas realizadas (83,7%), las acciones de difusión (77,8%), los soportes publicitarios (75,6%) y el número de actividades y actos públicos (73,30%), donde la ejecución ha alcanzado sus máximos niveles.

En todos los casos es preciso destacar el impulso de las Autoridades de Gestión (Dirección General de Fondos Comunitarios y UAFSE), el Organismo Intermedio (Dirección General de Planificación y Presupuesto) y las Corporaciones Locales (particularmente el Ayuntamiento de Madrid y Alcobendas), como se verá con mayor detalle a continuación.

Llama la atención, en términos comparativos, el retroceso observado en el número de visitas a la web en el periodo 2007-2013 respecto al periodo 2010-2013. En promedio, el número de visitas a los sitios web de la Dirección General de Fondos Comunitarios, la UAFSE y la Dirección General de Asuntos Europeos y Cooperación con el Estado entre 2010 y 2013 se sitúa en 121.971, 17.614 visitas anuales más respecto a las registradas para todo el periodo. Previsiblemente este cambio se debe a los ajustes establecidos en la metodología de cuantificación del indicador que han permitido aproximar la estimación de visitas a la información específica relativa a los Fondos Estructurales, dado que la valoración de Internet como instrumento de comunicación ha resultado muy positiva tanto por los órganos gestores y/u Organismos Intermedios como por el conjunto de la ciudadanía (ver capítulo 7).

TABLA 2. EJECUCIÓN DEL PLAN COMUNICACIÓN DE LOS PO FEDER Y FSE DE LA COMUNIDAD DE MADRID DESDE EL 01/01/2010 HASTA EL 10/09/2013

Tipo	Indicador	Programación	Ejecución	%	Indicador	Programación	Ejecución	%	Montante estimado
Actividad	realización				Resultado				
1	Nº actividades y actos públicos	535	392	73,30%	Nº de asistentes	29.875	26.586	89%	312.721
2	Nº de acciones de difusión	595	463	77,80%					277.011
3	Nº de publicaciones externas realizadas	405	339	83,70%	% publicaciones distribuidas / editadas	100%	105,60%		185.923
					Nº puntos de distribución	97	88	90,70%	
4	Nº de páginas Web	3	4	133,30%	Nº de Visitas	200.000	121.971	61%	12.735
5	Nº de soportes publicitarios	585	442	75,60%					393.641
6	Nº de documentación interna distribuida	290	135	46,60%	% de organismos cubiertos	100%	95%		3.661
7	Nº de redes de información y publicidad	5	5	100%	Nº reuniones	85	36	42,40%	1.403
					Nº asistentes	120	110	91,80%	

Fuente: INFOCO.

Las diferencias existentes entre indicadores, requieren de un análisis detallado para cada uno de ellos.

Respecto a las **actividades y actos públicos (Indicador 1)**, hay que señalar que en el periodo 2010-2013 se han celebrado 392 eventos en los que se ha tratado el tema de los

Fondos Estructurales de alguna forma, es decir, el 73,3% de los previstos para todo el período. A ellos han asistido 26.586 personas (lo que supone una ejecución de la previsión para todo el período del 89%).

De estos datos se desprenden dos cuestiones de relevancia: en primer lugar la corrección en la metodología de cómputo del indicador de número de asistentes, respondiendo a las orientaciones realizadas en el seno del GERIP en 2010, que ha reducido ligeramente el número medio estimado de asistentes por evento (81 en el periodo 2007-2010 frente a los 60 de 2010-2013); y, en segundo término, el número creciente de participantes totales en este tipo de actividades hasta alcanzar los 33.148 para todo el periodo. Los actos más participativos han sido, a estos efectos, los celebrados por el Ayuntamiento de Getafe y el CDTI. No obstante, en el caso de la primera institución se observa una notable diferencia en lo relativo al número de asistentes, lo que hace pensar en la posibilidad de que no se esté aplicando aún correctamente la metodología de estimación.

Los cambios observados en relación con el período previo a la Evaluación Intermedia se centran en el aumento del número de actuaciones celebradas hasta las 98 anuales, frente a las 54 realizadas hasta 2010. En relación con la temática pierden relevancia los actos relativos a la presentación de los Programas y la formación relativa a los procedimientos, a favor de los actos de comunicación en torno al desarrollo específico de sus actuaciones y la presentación de los resultados de las mismas en jornadas y ferias. Se amplía además el número de órganos gestores que realizan este tipo de actividades.

De las 544 actuaciones realizadas en todo el periodo, los organismos gestores y/o beneficiarios de la Comunidad de Madrid han realizado el 49% de las mismas, mientras que las Autoridades de Gestión del PO FEDER y FSE han puesto en marcha el 29,23%, desempeñando su papel de coordinación de las entidades gestoras e iniciando, desde el punto de vista temático, la presentación de las novedades con respecto al nuevo período de programación junto a la Dirección General de Asuntos Europeos y Cooperación para el Estado.

Independiente de las Autoridades del Programa Operativo, destacan, en los distintos niveles administrativos, otros organismos especialmente dinámicos en materia de comunicación durante este período:

- ✚ Entre los Organismos Intermedios de ámbito nacional destaca el papel desempeñado por el Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX), que ha resultado especialmente dinámico entre 2010 y 2013, incrementando en un 75% el número de actividades públicas llevadas a cabo. Dichos actos han versado, fundamentalmente, sobre la presentación de proyectos y, cada vez más de sus resultados, a través de la participación en ferias y jornadas de ámbito internacional.

- ✦ En lo que se refiere a la iniciativa local, el Ayuntamiento de Madrid desde 2010 ha venido desarrollando una actividad creciente en lo relativo a la organización de actos y actividades públicos, constituyéndose en uno de los principales referentes en el período 2010-2013. De esta forma, se han desarrollado jornadas informativas con relación a la presentación de los servicios sociales cofinanciados a través de la Iniciativa Urbana, o la actividad y dinámicas en torno a los Comités de Innovación apoyados, que ponen de relieve el componente innovador y sostenible de esta iniciativa urbana.

En el ámbito de la Administración Regional la carga de indicadores no se ha codificado por cada uno de los organismos que participan en los PO, por lo que se recomienda a futuro realizar esta diferenciación de cara a observar el comportamiento registrado por cada uno de los participantes en el desarrollo de la estrategia de comunicación.

Se recomienda además, tal y como ya se indicó en la Evaluación Intermedia, aportar en la descripción de los indicadores expresiones que garanticen la adecuación del indicador por su relación con la política comunitaria en España y las obligaciones en materia de información y publicidad.

Respecto a las **actividades de difusión en medios de comunicación (Indicador 2)**, han sido el instrumento más recurrido en el desarrollo de la estrategia de comunicación de los Fondos Estructurales en la Comunidad de Madrid, con un notable incremento en la ejecución registrada desde el año 2010. Desde entonces y hasta septiembre de 2013, se ha ejecutado un total de 463 acciones de difusión, lo que sitúa el total en 623, alcanzando una eficacia del 104,7% con respecto a las últimas previsiones realizadas. No obstante es necesario observar la gran concentración de las mismas en la anualidad 2010, para reducir el número de acciones hasta algo más de 100 anuales en 2011 y 2012.

Desde el punto de vista instrumental destacan los anuncios en Internet, notas y noticias de prensa, tanto regional como nacional, y publicaciones correspondientes a Diarios Oficiales de las operaciones cofinanciadas licitadas.

En concreto, destaca el número de actuaciones desarrolladas por los organismos de la Administración Regional (41,4% del total), que han llevado a cabo una muy adecuada difusión de sus actuaciones, a través de publicaciones en prensa, banners en Internet o a través de campañas como la lanzada en el Canal Metro Madrid para acercar la Unión Europea a los ciudadanos madrileños. Estas actividades se han venido realizando en una media de 50 por anualidad desde el año 2009.

Asimismo, la Dirección General de Investigación Científica y Técnica del Ministerio de Ciencia e Innovación, tal y como ya se destacó en la Evaluación Intermedia, sigue siendo uno de los grupos destacados por la difusión realizada. En este caso, han recurrido

igualmente a la publicación en diarios oficiales de anuncios y la elaboración y difusión a través de Internet.

En el marco de la Iniciativa Urbana, tanto el Ayuntamiento de Alcobendas como el de Getafe se han caracterizado por su dinamismo en la realización de acciones de difusión entre 2010 y 2013, lo que los sitúa entre los organismos más representativos en este indicador. Además del número de actuaciones, su actividad destaca por la publicación de noticias en páginas web por parte del Ayuntamiento de Getafe, o las publicaciones en diarios oficiales en el caso de Alcobendas.

No obstante, persiste la necesidad de identificar la participación de los Fondos Estructurales en parte de las actuaciones para su comprensión y seguimiento.

Las **publicaciones editadas (Indicador 3)**. En este sentido se han realizado un total de 426 publicaciones con la finalidad de dar a conocer entre la ciudadanía la UE y sus políticas, especialmente la Política Regional Comunitaria y los PO FEDER y FSE de la Comunidad de Madrid, alcanzando una eficacia del 105,2% con respecto al objetivo previsto, tras multiplicarse por tres la producción en el período 2010-2013 respecto a la alcanzada en la Evaluación Intermedia.

En este ámbito el mayor protagonismo ha correspondido igualmente a los organismos de la Comunidad Madrid. Estos abarcan el 45% de las publicaciones realizadas, recurriendo, fundamentalmente, a folletos, dípticos y trípticos informativos. Se han desarrollado además, aunque en menor medida, CD y DVD con material didáctico y divulgativo, además de guías orientativas destinadas a emprendedores o al fomento de la conciliación y la igualdad.

En el ámbito de la Administración General del Estado el organismo más dinámico es el Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX). Sus actuaciones (que ascienden a un total de 29) se han centrado en la presentación de proyectos a través de catálogos y folletos para su difusión en ferias internacionales, eventos incluidos a su vez como indicador con relación a las actividades y actos públicos en los que han participado.

En el ámbito local, los Ayuntamientos de Getafe y Alcobendas vuelven a ser los más dinámicos, realizando un total de 126 actuaciones. No obstante, es necesario poner en relieve que algunas de las acciones recogidas en este indicador corresponden, en la práctica, a actos de difusión (como la publicación de artículos) o cartelería (carteles informativos o libretas de notas, por ejemplo). En consecuencia, sería conveniente realizar una revisión de la información volcada en INFOCO por parte de las Corporaciones Locales en lo que a publicaciones externas se refiere. Esta necesidad se extiende, además, a algún otro Organismo Intermedio, como es el caso del CDTI (con la inclusión de la publicación de artículos en revistas).

Los efectos de estas actuaciones, medidos a través de los indicadores de resultado definidos, ponen de manifiesto el compromiso de todas las entidades en la distribución de las publicaciones elaboradas. La superación final del 100% en el material distribuido, una vez revisadas las actuaciones cargadas en la aplicación INFOCO, se debe a un error en la carga por parte del Ayuntamiento de Madrid, que imputa un 170% de publicaciones distribuidas en el caso de las actuación “Folletos-dípticos informativos en cuatricomía sobre el campamento de verano del Espacio Infantil Multicultural 2012. Iniciativa Urbana de Villaverde”, y por parte del Ayuntamiento de Getafe, con un 2500% en el porcentaje de publicaciones distribuidas referidas al “Programa virtual II Feria de orientación Crea tu futuro”. Sin estas dos actuaciones, que elevan el resultado final del indicador de resultado por encima del 100%, el nivel de ejecución alcanzado sería del 98%.

No obstante, hay algunos casos en los que la distribución se sitúa por debajo del 90%, e incluso del 50%, en el caso de organismos regionales. Ello lleva a incidir en la conveniencia de proceder a la distribución de la documentación editada para maximizar su impacto o, en su caso, racionalizar las decisiones de número de ejemplares editados para evitar incurrir en un coste excesivo, particularmente en una situación de restricciones presupuestarias como las presentes. La no diferenciación por organismos en la carga de indicadores, en el caso de los organismos regionales, impide identificar los beneficiarios/organismos intermedios que han desarrollado estas actuaciones.

En este punto es preciso señalar que La Dirección General de Asuntos Europeos realiza un importante número de documentos divulgativos y de información cuya distribución se mantiene en el tiempo de vigencia del programa operativo, por los que será preciso llegar al final del mismo para “agotar” las existencias.

Por otro lado, los puntos de distribución empleados han alcanzado el 91,80% de los previstos. Son algunos organismos regionales los que han recurrido a una mayor diversidad de puntos de distribución (con un total de 100), seguidos del Ayuntamiento de Madrid (40) y la Dirección General de Fondos Comunitarios (24). En el caso del tramo regional, la diversidad en el número de puntos de distribución supone un cambio respecto a la registrada en la Evaluación Intermedia, en que todos los participantes incluían los mismos 20 puntos de distribución.

Uno de los instrumentos básicos para la implementación de la estrategia de comunicación de los PO FEDER y FSE de la Comunidad de Madrid lo han constituido las **páginas web (Indicador 4)**, que dan soporte a numerosas actuaciones de difusión de la Política de Cohesión y su aplicación. De forma concreta, los sitios web de las Autoridades de Gestión y el Organismo Intermedio regional de ambos programas, han contribuido a maximizar la transparencia en la puesta en marcha del proceso de la aplicación de los recursos procedentes de la Política Regional Europea. De esta forma, garantizan el conocimiento del papel jugado por la UE a la hora de ayudar a impulsar los avances en aquellas áreas que cofinancian los Fondos Estructurales.

Entre sus principales ventajas se destacan la fácil accesibilidad y la continua actualización de la información (que ha permitido recoger la relativa al nuevo período de programación 2014-2020).

En cuanto al número de páginas computadas, se detecta un error en la carga por parte del Ayuntamiento de Madrid, ya que en el año 2013 ha cargado en el indicador número 4 su página web específica de Fondos Europeos, web, que al no pertenecer a la Autoridad de Gestión o el Organismo Intermedio Regional, debería computarse en el indicador 2 de *“difusión en medios de comunicación”*.

En cuanto a la cuantificación de resultados, se ha producido un importante avance en el número de visitas al portal del Organismo Intermedio Regional, que ha incrementado su número de las 7.700 en 2007 a las 12.046 medidas en 2013. Igualmente, el avance ha sido notable en el caso de la Dirección General de Fondos Comunitarios, que ha pasado de las 45.589 visitas a 100.069 en el último año registrado.

No obstante, se detecta una deficiencia en la cuantificación de los resultados derivados del recurso a las páginas web a través del número de visitas por parte de la UAFSE. Así, en los años iniciales las medidas adoptadas para la cuantificación de este indicador no han permitido obtener resultados fiables. Si bien desde 2010 los datos se han recogido con regularidad, convendría garantizar que el sistema de recogida de la información establecido es un sistema fiable.

En el caso de las visitas a la Web del Organismo Intermedio regional, en 2010 se produjo un cambio en el procedimiento de obtención de datos de la Página oficial que, a partir de ese momento, permite contabilizar las entradas exclusivas a la página de Fondos Europeos y no las efectuadas a la página general *www.madrid.org*.

Teniendo en cuenta estas limitaciones, podemos concluir que la evolución ha sido claramente positiva dado que el número medio de visitas anuales ha superado ampliamente las 82.189 personas que recogía la Evaluación Intermedia, situándose en 104.357 para el conjunto del período, como consecuencia del importante crecimiento experimentado por las visitas a la web de la Dirección General de Fondos Comunitarios, del Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas.

Aún así, el valor final alcanzado se encuentra al 52,20% del objetivo previsto, valor que aconseja la especial atención en la programación de los indicadores asociados a la difusión a través de páginas web de cara al próximo periodo para un mayor ajuste en la cuantificación de los resultados esperados.

El uso de vallas, placas, carteles y merchandising, etc., es decir, el conjunto de instrumentos que forman parte de la **cartelería (Indicador 5)**, ha alcanzado prácticamente las previsiones recogidas en el Plan de Comunicación (99,30%), incluso tras la última

reprogramación realizada que elevó el objetivo previsto de 485 a 585 actuaciones. Esta ejecución, se concentra principalmente a partir de 2010 (442) tras la revisión de las actuaciones cargadas hasta ese año (atendiendo las recomendaciones de la Evaluación Intermedia). Así, el número de actuaciones cargadas entre 2007 y 2009 se ha reducido a 139 frente a las 439 que figuran anteriormente en la aplicación para ese periodo.

Por órganos gestores, el comportamiento más dinámico ha correspondido a los siguientes organismos:

- ✚ En el ámbito de la Administración General del Estado, el ICEX aglutina el 25% de las actuaciones puestas en marcha. Las actuaciones realizadas se concentran principalmente en los años 2010 y 2011, destacándose la importante variedad de instrumentos utilizados que van desde los carteles colocados en los actos en los que ha participado, hasta la elaboración y difusión de merchandising o la colocación de publicidad en autobuses, entre otros.
- ✚ En el ámbito regional, al igual que en la Evaluación Intermedia, destaca el amplio número de actuaciones desarrolladas por la Comunidad de Madrid, que supone el 37,5% del total ejecutado. Las actuaciones se han centrado en este caso, principalmente, en la colocación de carteles, poster y vallas.

Se detecta algún error puntual en la computación de actuaciones en este indicador, al contabilizar como soportes publicitarios folletos y dípticos que deben asociarse al indicador 3 de publicaciones realizadas.

- ✚ Finalmente, entre las entidades locales destaca el dinamismo del Ayuntamiento de Madrid, con 71 actuaciones realizadas, con gran variedad de soportes utilizados que van desde carteles, hasta todo tipo de merchandising (gorras, camisetas, cajas de lápices, carpetas y mochilas escolares, puzles...), material en muchas ocasiones destinado al público infantil. Se detecta también en este caso un error al computar la actuación “folletos divulgativos de la I feria del comercio de Villaverde. Iniciativa Urbana de Villaverde” a este indicador.

En general los ayuntamientos de la iniciativa urbana han aumentado su dinamismo tras la Evaluación Intermedia.

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, constituye el input del **Indicador 6, instrucciones emitidas hacia los participantes de los Programas Operativos**.

Desde el inicio del período, se ha distribuido un total de 256 documentos, alcanzándose el 88,30% del objetivo fijado. Al igual que sucedía hasta 2010, sigue destacando al final del

periodo el número de actuaciones desarrolladas por parte de la Autoridad de Gestión del PO FEDER, aunque se concentraron en mayor medida al inicio del periodo.

En el tramo regional, es de destacar el número de actuaciones desarrolladas en 2012, y que han consistido en la emisión de nuevas instrucciones sobre procedimientos, obligaciones en materia de publicidad, notas informativas...todo ello destinado a la optimización en el desarrollo de los distintos procedimientos asociados a la gestión de los PO.

En el ámbito local, son los Ayuntamientos de Madrid y Getafe los que han recurrido con una frecuencia mucho más significativa a la distribución de documentación interna, acaparando prácticamente el 79% de las instrucciones emitidas en este ámbito. Respecto a la Evaluación Intermedia, se ha atendido la recomendación de computar las indicaciones que se dan a los beneficiarios ejecutores en esta materia, elevándose así la ejecución de estos organismos locales.

Respecto a la cobertura lograda de organismos que han accedido a dicha información, ésta asciende al 94,90%, reduciéndose ligeramente los resultados respecto a la Evaluación Intermedia. Ello se debe al reducido porcentaje de organismos cubiertos cargados por parte de las entidades locales, que en varios casos no llega a superar el 15%, y solo en la mitad de las actuaciones supera el 90%.

Esto lleva a incidir en la conveniencia de mejorar los canales de distribución de la información por parte de las entidades locales, de forma que quede garantizada la cobertura del 100% de los destinatarios.

Por último, el indicador de número de **redes existentes de información y publicidad (Indicador 7)** para facilitar la puesta en marcha e implementación práctica de la estrategia de comunicación diseñada asciende a 5: 2 de carácter comunitario (INFORM e INIO) 2 de carácter nacional (GERIP y GRECO-AGE) y 1 de carácter regional (RIFEM).

El papel desempeñado tanto por GERIP y GRECO-AGE, como por RIFEM, se ha consolidado en las últimas anualidades, permitiendo introducir progresivas mejora en el desarrollo de la estrategia de comunicación de los Fondos Estructurales en la Comunidad de Madrid, como ha quedado patente a lo largo del presente Informe.

Entre 2007 y 2013 se han celebrado un total de 42 reuniones de GERIP y GRECO-AGE y 12 de INFORM, lo que supone alcanzar un total de 72 junto a las redes INIO e INFORM, con una media de 105 asistentes. Así, la ejecución del número de reuniones alcanza el 84,7% de las previsiones, con una asistencia media del 87,9% respecto a lo previsto.

Debido a que en el último cuatrimestre de 2013 puedan preverse la celebración de un total de 5 reuniones adicionales (dado que de forma regular se ha convocado al menos

una vez cada una de las redes durante el último trimestre del año en todas las anualidades consideradas), la eficacia alcanzaría el 90%. No obstante, hay que tener en cuenta que el número de reuniones celebradas se ha reducido de media en el periodo 2010-2013 debido a las menores necesidades de coordinación y distribución de instrucciones respecto a la puesta en marcha inicial de las estrategias de comunicación.

4.2. 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. Su objetivo es garantizar que se dispone en todo momento de la información necesaria para atender los requerimientos de la normativa comunitaria.

Dicho 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 de los Programas:

- ✚ **Comunicación de información a los Comités de Seguimiento.** Los Comités de Seguimiento de los PO FEDER y FSE de la Comunidad de Madrid 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. Asimismo, también se ha explicado desde 2009 ejemplos de buenas prácticas de comunicación que han permitido destacar los casos más relevantes en materia de información y publicidad.
- ✚ **Inclusión de información en los informes anuales de ejecución de los Programas Operativos.** 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 asignados²; el grado de ejecución física y financiera de las medidas del Plan (indicadores de seguimiento), además de los casos de buenas prácticas.

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, la Dirección General de Fondos Comunitarios 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. En este sentido, los Actos Anuales de Política Regional y Fondos Europeos en España se han continuado celebrando anualmente tras la realización de la Evaluación Intermedia.
- ✚ **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 DGFC del MHyAP, como por la UAFSE, reportándose al respecto en los Informes Anuales. De hecho, con ocasión del Día de Europa la Dirección General de Asuntos Europeos y Cooperación con el Estado de la Comunidad de Madrid ha organizado diversos actos y celebraciones que han permitido aumentar la visibilidad de la UE y los Fondos.
- ✚ **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 las aplicaciones FONDOS 2007 y FSE 2007. La información contenida en la citada lista se actualiza continuamente.

Finalmente, a partir de la anualidad 2009 los Informes Anuales de los Programas Operativos presentan también la ejecución basada en indicadores, así como ejemplos de buenas prácticas en comunicación puestas en marcha en el marco de este Plan de

² 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 de los PO FEDER y FSE de la Comunidad de Madrid ha tenido en cuenta este imperativo de la normativa comunitaria, previendo la publicación de dicha lista en la actuación 2.3.4.

Comunicación, que quedan recogidas y analizadas en detalle en el capítulo 9 del presente Informe.

En consecuencia, se puede afirmar que los Informes Anuales contienen una información muy completa y de calidad sobre las actividades de información y publicidad, que debe servir de referencia para el próximo período de programación 2014-2020.

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

La Evaluación Intermedia pudo constatar el establecimiento de un sistema de seguimiento de la ejecución de las medidas de comunicación, basado en la recopilación y registro informatizado de indicadores, la identificación de Buenas Prácticas y el reporte de los avances logrados a este respecto en los correspondientes Informes Anuales de Ejecución de los PO para su presentación a los Comités de Seguimiento.

Todos estos pilares sobre los que el sistema de seguimiento se sostiene se han venido consolidando desde 2010. Así:

✚ Como ya se constató en la Evaluación Intermedia, la mayoría de los órganos gestores cuentan en la actualidad con un responsable específico en información y publicidad (hasta un 75% del total así lo reconoce). Ello ha contribuido a que la comunicación se integre, de manera efectiva, en la gestión ordinaria de los Fondos, favoreciendo una aplicación adecuada de los procedimientos establecidos.

✚ La labor de comunicación ha afectado a todas las parcelas de la gestión de los Fondos. De hecho, el 75,7% de los organismos gestores que participan en los PO reconocen haber seguido recibiendo, desde 2010, instrucciones específicas e información actualizada para un mejor seguimiento y gestión de las actuaciones.

Asimismo, la emisión de instrucciones hacia los beneficiarios finales de las ayudas por parte de los organismos intermedios ha sido muy intensa, puesto que el 94% de los órganos gestores y/u Organismos Intermedios declaran haber distribuido instrucciones específicas a los mismos.

✚ La relevancia del papel desempeñado por las redes de comunicación tanto a nivel nacional (GERIP y GRECO-AGE) como regional (RIFEM) es reconocida por los implicados en el desarrollo de la estrategia.

En el seno de GERIP y GRECO-AGE las decisiones se adoptan en estrecha colaboración entre todos los organismos intermedios y colaboradores de los PO. 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, evaluación y selección de buenas prácticas (tanto de comunicación, como de proyectos cofinanciados).

Como ya aseveraba la Evaluación Intermedia, entre las principales ventajas asociadas a la creación de estas redes se encuentran su labor como punto de encuentro de los organismos implicados en la gestión de fondos, al promover una estrategia común de comunicación, establecer pautas y procedimientos comunes, compartir información y buenas prácticas, entre otros asuntos.

A ello hay que añadir las ventajas derivadas de la información transmitida sobre las novedades de cara a la preparación de la futura estrategia de comunicación de los Fondos del MEC 2014-2020, que han centrado los debates de las últimas reuniones celebradas.

Con todo ello se da sobrado cumplimiento a la recomendación de la Comisión Europea de potenciar el trabajo en red durante este período de programación.

Desde una perspectiva instrumental también se han producido avances en los referentes fundamentales que permiten concluir en la mejora de la calidad del sistema establecido.

- ✚ El sistema de indicadores es válido para la observación del grado de eficacia de la ejecución, como ya probaba la Evaluación Intermedia. Su utilización ha significado un avance respecto a la situación del período anterior.

En este sentido, las dificultades iniciales detectadas para la interpretación de algunos indicadores se han ido resolviendo. A ello ha contribuido la elaboración por parte del organismo intermedio regional de la *Guía Práctica para el cumplimiento de las obligaciones de información y publicidad de la UE en las actividades cofinanciadas por Fondos Europeos en la Comunidad de Madrid*. No obstante, aún persisten algunos errores por lo que sería recomendable, de cara al nuevo período de programación, arrancar el seguimiento de las actuaciones de comunicación con una formación específica en relación con los mismos a todos los órganos implicados, capitalizando el proceso de aprendizaje de la experiencia en 2007-2013.

- ✚ El sistema de evaluación se ha distinguido por su utilidad en la aportación de conclusiones y recomendaciones que han servido para mejorar la gestión de las actividades de información y publicidad y procurar elevar el impacto de las mismas. De hecho, más de la mitad de los organismos implicados reconocen haber implementado alguna medida como respuesta a las recomendaciones derivadas del Informe de Evaluación Intermedia.

- ✚ A su vez, el material generado relacionado con la gestión, control, evaluación, información y publicidad de las actuaciones cofinanciadas está siendo recopilado y archivado por todos los organismos afectados por los PO, garantizándose de esta forma la transparencia en la gestión de las ayudas.

Pese a esta valoración general positiva, existen algunas cuestiones en las que aún existe cierto margen de mejora. En concreto, los órganos gestores y/u Organismos Intermedios señalan las relacionadas con una definición más clara de las responsabilidades de todos los implicados en la comunicación de los Fondos o la mayor flexibilidad y simplificación de los procesos asociados a la gestión de los mismos, ambas señaladas por el 80 % de los organismos consultados.

En síntesis, la valoración de la calidad de los procedimientos establecidos es positiva, puesto que facilita el cumplimiento de las obligaciones existentes en esta materia, permite detectar posibles problemas y resolver las dificultades identificadas, así como garantizar una correcta difusión de una imagen homogénea y clara en las acciones de información y publicidad de todas las actuaciones cofinanciadas durante el periodo 2007-2013.

En cuanto a la **asignación y adecuación de los recursos destinados a la comunicación**, la dotación de recursos humanos y materiales para la implementación del Plan de Comunicación de los Programas Operativos se ha evaluado en el apartado 3.3 del presente Informe.

Allí ya se señalaba que el **presupuesto** de 2 millones de euros previsto por el Plan se considera apropiado para el cumplimiento de los objetivos establecidos. A septiembre de 2013, el gasto total ejecutado en actuaciones de comunicación de los diferentes organismos involucrados en los PO ha ascendido a 2.037.438 euros. Esta cantidad supone el 101,9% de los recursos asignados.

Tras la revisión del presupuesto realizada tras la Evaluación Intermedia, y teniendo en cuenta la consecución de los objetivos en prácticamente todos los indicadores de realización (como se ha señalado en el apartado 4.1), se puede concluir que los medios financieros asignados al desarrollo de la estrategia de comunicación han sido adecuados, permitiendo un eficiente desarrollo de la misma.

Las tipologías de actividades que han absorbido un mayor volumen de recursos han sido las dirigidas a la elaboración de soportes publicitarios, seguidas por las acciones de difusión y la realización de actividades y actos públicos. En el extremo opuesto se encuentran la elaboración de documentación interna, las reuniones de las redes de información y publicidad y la creación de páginas Web que, en su conjunto, tan sólo suponen el 1,5% del gasto realizado hasta la fecha, lo que pone en relieve, dadas las positivas valoraciones recibidas por este tipo de actuaciones, la eficiencia de las mismas.

Por lo que respecta a *los equipos de trabajo* dedicados a los temas de comunicación de los fondos, hay que señalar que en la mayoría de los casos siempre existe, al menos, una persona encargada de las cuestiones de información y publicidad en cada organismo intermedio.

Sin embargo, se han producido cambios puntuales en algunos de ellos desde 2010, como consecuencia de la rotación de personal, lo que en algún caso se ha traducido en una falta de conocimiento de las actuaciones desarrolladas con anterioridad a su incorporación. Ello pone de manifiesto la *necesidad de elaborar y redactar procedimientos de comunicación en todos los órganos gestores y Organismos Intermedios* que faciliten la asunción de funciones en la materia sin necesidad de amplios períodos de aprendizaje.

Otro de los elementos fundamentales que afecta a la calidad de la ejecución de las medidas es la disponibilidad y organización de *aplicaciones informáticas*. En este sentido, desde el primer momento se ha contado con la aplicación informática INFOCO, que a pesar de que posibilita el almacenamiento de la información, ha supuesto una carga adicional de trabajo para los responsables de la gestión al no poder tener un tratamiento común con el resto de la toma de indicadores de los Programas Operativos.

No obstante, como ya se ha comentado, a partir de 2010, tras la evaluación intermedia del Plan de Comunicación, se han introducido determinadas mejoras que han elevado la funcionalidad de esta herramienta, como la grabación de indicadores por organismo gestor, que permite obtener, por consiguiente, informes de seguimiento particularizados.

Por último, 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.

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 las redes comunitarias constituidas al efecto (INFORM e INIO), en las que han seguido participando representantes de las Autoridades de Gestión, 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.

5. EVALUACIÓN DE LAS INCIDENCIAS DETECTADAS EN EL PROCESO DE VERIFICACIÓN PREVIA CON RELACIÓN A LOS ASPECTOS DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD. PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS A PARTIR DE UNA MUESTRA DE OPERACIONES

La Evaluación Intermedia del Plan de Comunicación de los PO FEDER y FSE de la Comunidad de Madrid constató que las herramientas diseñadas para la comprobación del cumplimiento de las obligaciones de información y publicidad resultaban eficaces. La cumplimentación de las listas de control del artículo 13 del Reglamento (CE) Nº 1828/2006 incluye una serie de ítems referidos exclusivamente a la verificación de los aspectos de comunicación relacionados con la certificación del gasto realizado en el marco de las distintas operaciones cofinanciadas.

Con el fin de obtener una medida del grado de cumplimiento observado de las exigencias reglamentarias en materia de comunicación de la ayuda comunitaria, se ha diseñado una muestra de operaciones siguiendo los criterios determinados, a este respecto, por el GERIP, cuales son:

- ✚ Consideración del 30%, como mínimo, de los organismos gestores del Programa.
- ✚ Distribución de dichos beneficiarios seleccionados entre los Ejes del PO, con la excepción del relativo a Asistencia Técnica.
- ✚ Selección de los beneficiarios dentro de cada Eje en función del peso de cada uno de ellos en la programación financiera del mismo.
- ✚ Selección aleatoria de operaciones certificadas correspondientes a los distintos beneficiarios escogidos.

De esta forma, en el caso de la Comunidad de Madrid se han analizado expedientes correspondientes a 10 órganos gestores, abarcando actuaciones representativas de los ejes implementados tanto en el caso del FEDER, como del FSE.

Para el caso del FSE, se han seleccionado operaciones de los ejes 1,2 y 3 del PO realizadas por cinco organismos gestores distintos. Así, en el Eje 1 de Espíritu Empresarial y Adaptabilidad se han seleccionados operaciones puesta en marcha por la Dirección General de Formación y el Instituto Regional de Seguridad y Salud en el Trabajo (IRSST), para el Eje 2 de Fomento de la Empleabilidad, la Inclusión Social y la Igualdad Entre Hombres y Mujeres han sido seleccionadas operaciones de la Dirección General de Empleo y la Dirección General de Servicios Sociales. Finalmente, en el caso del Eje 3 de

Aumento y Mejora del Capital Humano, se ha seleccionado una operación correspondiente a la Dirección General de Universidades.

En cuanto al PO FEDER, se han seleccionado un total de 6 operaciones repartidas entre los ejes 1 y 4 del Programa. La selección realizada, con un total de 10 órganos gestores suponen el 48% del total de los implicados en la gestión de los Programas en la Comunidad de Madrid.

Las conclusiones que se desprenden de los resultados obtenidos de los trabajos de verificación previa realizados sobre las operaciones referidas son muy satisfactorias, por cuanto en todos los casos se ha constatado que:

- ✚ Se ha comprobado que el material de las acciones en materia de información y publicidad, los documentos de notificación de la concesión de ayudas y publicaciones oficiales y los elementos publicitarios que, en su caso, han acompañado a las operaciones, cumplen con los requisitos establecidos en el Reglamento 1828/2006.
- ✚ Se ha hecho referencia a la intensidad de la cofinanciación del Fondo correspondiente en solicitudes de aprobación de proyectos, publicaciones en boletines oficiales, documentos de contratación, notificaciones de concesión de ayudas, material divulgativo, publicaciones etc.
- ✚ Se ha informado a los beneficiarios de las ayudas, en su caso, de que la aceptación de la ayuda implica la aceptación de su inclusión en una lista pública de beneficiarios.
- ✚ Los beneficiarios de las ayudas han informado de la cofinanciación de los proyectos.
- ✚ Se ha incluido el emblema de la Unión Europea en el material divulgativo, publicaciones, etc, y se ha hecho referencia en los textos al porcentaje de cofinanciación de los fondos.
- ✚ Existe constancia documental de las actuaciones de publicidad desarrolladas, conservándose adecuadamente.
- ✚ En el caso de aquellas operaciones que han implicado la realización de obras, se han colocado carteles de obra y placas a la finalización de las mismas, cumpliéndose en ambos casos los requisitos formales establecidos en la normativa.

Además, en los casos en los que se han publicitado las actuaciones a través de folletos, se ha cumplido con los requisitos de formato, y en las publicaciones o ruedas de prensa realizadas, se ha incluido la referencia a la financiación del fondo correspondiente.

Finalmente, en el caso de licitaciones, se ha cumplido igualmente con los requisitos establecidos en los anuncios publicados y en general con las normas en materia de publicidad. De esta forma, se concluye que el control de las operaciones ha puesto de relieve el cumplimiento de los requisitos establecidos en material de publicidad.

Por último, entre las actuaciones de información y publicidad realizadas, la verificación destaca las efectuadas en el marco de la publicación de los Decretos y Órdenes que contienen las Bases reguladoras y, en su caso, la convocatoria de las ayudas, las notificaciones de concesión de ayudas y la publicación de las mismas en el Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid.

Igualmente, se ha realizado difusión de las ayudas a través de la página Web de la Comunidad de Madrid (www.madrid.org).

De esta forma, se aprecia un grado de cumplimiento óptimo en la incorporación de los requisitos normativos en el ámbito de la comunicación en los procedimientos de gestión y control de los expedientes, sin haberse detectado errores o incidencias al respecto.

6. EVALUACIÓN DE LA INTEGRACIÓN DEL PRINCIPIO DE IGUALDAD DE OPORTUNIDADES, TANTO EN LAS MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD, COMO EN LOS EFECTOS OBTENIDOS POR LAS MISMAS

La evaluación intermedia del Plan de Comunicación determinó que las medidas de información y publicidad sobre los PO FEDER y FSE de Madrid 2007-2013 y las correspondientes operaciones que los mismos engloban han tenido presente el principio de igualdad de oportunidades, desde tres perspectivas diferentes:

- + La visibilidad, de cara a la opinión pública, de la contribución de los Fondos Estructurales a la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres. Se destaca como las actuaciones específicas en materia de igualdad de oportunidades financiadas con el FSE han ganado en calidad y visibilidad, así como la necesidad de continuar avanzando en la aplicación del “mainstreaming” de género en las actuaciones de información y publicidad.
- + La consideración de las necesidades de las mujeres en el acceso a los diferentes contenidos informativos.
- + Y la difusión de la información a las mujeres sobre las posibilidades de participación como beneficiarias de los Programas, en tanto destinatarias de las medidas de comunicación recogidas en el Plan.

En la medida en que la estrategia inicialmente diseñada continúa estando plenamente vigente, las anteriores conclusiones siguen siendo válidas, por cuanto que:

- + Las actuaciones de comunicación se han dirigido con total transparencia a todos los agentes interesados en los PO y los proyectos que apoyan, facilitando un acceso igualitario a la información generada.
- + Los organismos de promoción de la igualdad entre hombres y mujeres han formado parte desde el inicio entre los destinatarios fundamentales del Plan de Comunicación, lo que ha asegurado que los mismos dispusieran puntualmente de la información existente sobre las características de los PO y las oportunidades que ofrecen.

A lo anterior hay que sumar, además, la incorporación de un criterio relacionado con la aplicación del principio de igualdad de oportunidades en las operaciones cofinanciadas por el FEDER para su selección como casos de buenas prácticas.

Todo ello hace que **la valoración respecto a la integración de este principio horizontal de la Política de Cohesión en la estrategia de comunicación sea adecuada**, gracias a la formulación de unos objetivos (visibilidad) y destinatarios (necesidades de información de

la población femenina y difusión entre la misma de las posibilidades de participación en los PO) que constituye una garantía para la definición de contenidos no contrarios a la igualdad de oportunidades.

Además, ello queda garantizado por el procedimiento de evaluación realizado, del que se derivaron en la anualidad 2010 conclusiones y propuestas que trataban de mejorar la integración de dicho principio, particularmente desde una perspectiva aplicada.

En consecuencia, esta evaluación final concluye que **se ha dado igualdad de trato en la selección de los proyectos puestos en marcha en estos PO**, al basarse en elementos de calidad y no discriminatorios.

Por otra parte, se ha proseguido con la aplicación del enfoque de género en toda la documentación producida, que ha procurado mantener un **lenguaje no sexista** que se ha extendido, a su vez, en las propias manifestaciones institucionales relacionadas con los beneficiarios. En este sentido, se han seguido las orientaciones disponibles, a este respecto, para dar el tratamiento más apropiado posible a las actividades de comunicación.

Ejemplo de ello ha sido la realización de un curso sobre la aplicación de un Protocolo para la incorporación de la Igualdad de Oportunidades, en el que han participado todos los gestores, y para la apreciación de este aspecto en todas las actuaciones de los diferentes organismos, incluyendo lo relativo al recurso a imágenes no sexistas y la atención a la igualdad en las actuaciones de información y publicidad.

De esta forma, el contenido del material audiovisual ha intentado proyectar una imagen sin estereotipos sexistas.

Por otra parte, se han llevado a cabo actuaciones específicas vinculadas a la temática de género en el marco de los Fondos Estructurales que han permitido avanzar en dos sentidos: por una parte, a través de la concienciación de las entidades gestoras de que la realización de sus actuaciones debe regirse por el principio de equidad dando oportunidades y facilitando la incorporación de mujeres en condiciones de igualdad al mercado laboral, y por otra parte, a través de la sensibilización de la población sobre la necesidad de hacer de la igualdad de género un principio básico de actuación.

Como ejemplo, destacan la realización de una campaña de conciliación e igualdad en televisión, radio, prensa gráfica, Internet, etc; la elaboración de DVD y material didáctico "Aprendiendo en Igualdad", la elaboración y difusión de un CD de cortometrajes "Rodando en Igualdad"; la celebración de premios y concursos escolares para la igualdad y la conciliación; la organización de jornadas sobre conciliación, mujeres en el ámbito rural e Igualdad de Oportunidades, con una importante difusión a través de dípticos y folletos y una relevante repercusión en la prensa, sobre todo digital; entre otros.

De acuerdo con todo ello, se puede concluir que se han tomado en consideración las cuestiones de género tanto desde una perspectiva estratégica, como instrumental y de contenido en las actuaciones de información y publicidad, observándose una implicación creciente de los diferentes organismos en los últimos años, con lo que la valoración global resulta positiva.

Sin embargo, las medidas adoptadas aún no han tenido reflejo suficiente en el conocimiento de la ciudadanía. En definitiva, los instrumentos establecidos son adecuados, pero requieren de un mayor esfuerzo por parte de todos los agentes implicados en el desarrollo de los PO, para mejorar los resultados en materia de visibilidad y accesibilidad a la información por parte de la población femenina.

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

La evaluación del grado de avance en la consecución de los objetivos finales requiere establecer una medida rigurosa de los efectos de carácter más permanente que las actividades de comunicación efectuadas han tenido sobre los principales destinatarios del Plan o, lo que es lo mismo, de un análisis del impacto de las actividades de comunicación.

Ello se traduce, en el marco de la Evaluación Final del Plan de Comunicación de los PO FEDER y FSE de la Comunidad de Madrid, en una doble finalidad:

- ✚ Valorar los cambios acontecidos en los últimos años como resultado de la implementación de la estrategia de comunicación. Para ello se procederá a la comparación entre los diferentes indicadores en 2010 y en 2013.
- ✚ Valorar el impacto global de la estrategia para el conjunto del período, evaluando las causas que hayan podido condicionar el cumplimiento de los objetivos y las posibilidades de continuar avanzando de cara al nuevo período de programación.

La metodología propuesta en la *Guía para el Seguimiento y la Evaluación de los Planes de Comunicación* a tales efectos se sustenta en la cuantificación de los denominados indicadores de impacto que son un total de cinco y que tratan de recoger el efecto de la estrategia de comunicación tanto sobre los beneficiarios como sobre el conjunto de la población.

- ✚ **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 tres grupos de tareas, en la línea de las abordadas en la Evaluación Intermedia, lo que facilita el trabajo de comparación señalado previamente: la realización de entrevistas o

cuestionarios a las Autoridades de Gestión de los PO, así como a los órganos gestores y/u Organismos Intermedios y beneficiarios privados; la celebración de grupos de discusión o mesas redondas; y la realización de una encuesta a una muestra representativa de la población.

La evaluación realizada ha abordado un amplio trabajo para recoger información de la totalidad de los centros directivos de la Administración que participan en los PO FEDER y FSE de la Comunidad de Madrid, así como una representación de entidades privadas beneficiarias de Fondos Estructurales, a través de la realización de **entrevistas o cuestionarios**.

En este contexto, los colectivos entrevistados han sido diversos, acogiéndose el equipo evaluador en su desarrollo a las pautas recogidas 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”*. Así se ha llevado a cabo una entrevista detallada a las Autoridades de Gestión (tanto del PO del FSE como del FEDER de la Comunidad de Madrid) y al Organismo Intermedio Regional en su condición de principales artífices del Plan de Comunicación. Por otra parte, se ha procedido, asimismo, a la realización de las correspondientes entrevistas a los Órganos gestores de la Administración Pública. En este último caso, la cobertura lograda de órganos consultados ha sido del 100%. Adicionalmente, se ha llevado a cabo una encuesta a un grupo de empresas beneficiarias que ha permitido captar la perspectiva del sector privado.

Dicha información se ha visto, además, complementada con la celebración de **grupos de discusión** o mesas redondas en los que se han abordado dos temáticas fundamentales: la valoración de la accesibilidad y calidad en la formación e información proporcionada y la valoración de la sensibilización y concienciación de la ciudadanía en materia de información y publicidad.

En ellos se ha contado con una representación amplia de órganos gestores y/u Organismos Intermedios, pero también de representantes de los agentes económicos y sociales y de la sociedad civil. Esta amplia participación ha permitido completar la información derivada de encuestas y entrevistas con una perspectiva marcadamente cualitativa.

A su vez, se ha llevado a cabo un **proceso de encuestación** a la población residente en la Comunidad de Madrid que ha posibilitado obtener una medida del impacto de las actuaciones del Plan dirigidas, fundamentalmente, al público en general.

Así, del proceso desarrollado se concluye que el impacto de las acciones de información y publicidad ha sido mayor sobre el colectivo de beneficiarios y Órganos Gestores públicos y entre la ciudadanía en general.

Pese a ello, el papel que desempeña la UE a favor del desarrollo económico, social y territorial de la Comunidad de Madrid es más conocido en 2013, frente a los datos obtenidos en la Evaluación Intermedia, de lo que se deduce que las medidas de información y publicidad adoptadas han tenido una notable contribución al objetivo de dar a conocer el apoyo que ofrecen los Fondos Estructurales al progreso socioeconómico y la cohesión territorial.

Tomando como punto de partida estas conclusiones, podemos observar los avances acontecidos en lo relativo a los órganos gestores y beneficiarios de las ayudas y entre el conjunto de la ciudadanía madrileña (Tabla 3).

TABLA 3. RESUMEN DE LOS INDICADORES DE IMPACTO SOBRE LOS ORGANISMOS GESTORES Y BENEFICIARIOS DE LAS AYUDAS (% PERSONAS)

		2010	2013
GRADO DE CONOCIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES EXISTENTES		79%	81%
TASA DE SATISFACCIÓN RESPECTO A LA INFORMACIÓN FACILITADA		80%	85%
TASA DE UTILIDAD DE LAS ACTUACIONES		85%	85%
GRADO DE CONOCIMIENTO DE LOS FONDOS ESTRUCTURALES	FEDER	40%	52%
	FSE	40%	65%
GRADO DE CONOCIMIENTO DEL PAPEL DESEMPEÑADO POR LA UE		60%	61%

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

En el caso particular de los **órganos gestores y beneficiarios** el impacto de las actuaciones de comunicación se valoró en 2010 como muy positivo con un alto grado de conocimiento de las obligaciones existentes, y tasas de satisfacción y utilidad con respecto a la información facilitada muy elevadas. Esta situación incluso mejora en el análisis repetido en 2013.

El indicador del **grado de conocimiento** de las obligaciones de información y publicidad para 2013 alcanza el **81%**. Este dato es el resultado de la mejora experimentada, fundamentalmente en el ámbito aplicado, donde el 100% de los órganos gestores y/u Organismos Intermedios afirman esta vez aplicar de forma correcta las medidas de información y publicidad (frente al 91% registrado en 2010), utilizar adecuadamente el Slogan del Plan, mencionar la participación de los fondos en todas las fases de tramitación de los expedientes o archivar el material de comunicación generado.

A resultas de todo ello se puede concluir la existencia de una concienciación creciente en materia de información y publicidad que abarca todas las fases de la gestión de las ayudas, desde la aprobación de los proyectos, su ejecución y seguimiento, hasta el cierre y finalización de los mismos.

La información facilitada a los órganos gestores y beneficiarios se ha valorado, por su parte, a través de dos indicadores definidos en la *Guía Metodológica para la Evaluación de los Planes de Comunicación*: la tasa de satisfacción y la tasa de utilidad.

La **tasa de satisfacción**, ha mejorado con respecto a 2010, hasta situarse en el **85%**. Lo que significa que la adecuación de la información transmitida en los seminarios y jornadas organizados para mejorar los conocimientos de los asistentes y, por tanto, el grado en que se han cubierto sus expectativas, se ha valorado muy positivamente (experimentado un incremento de 5 puntos porcentuales).

En consecuencia, se aprecia el esfuerzo creciente por trasladar la información de una forma adaptada a las necesidades de los beneficiarios. La labor coordinada a partir de las redes de comunicación (GERIP, GRECO-AGE y RIFEM) ha permitido identificar los principales problemas a los que se han ido enfrentando los diversos organismos gestores, y ello ha facilitado, a su vez, el estudio y tratamiento de las mismas para ofrecer posibles soluciones y respuestas a los interrogantes existentes en las distintas actividades informativas llevadas a cabo.

En el caso de la **tasa de utilidad**, que mide 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 Estructurales en la Comunidad de Madrid, se ha mantenido el valor alcanzado en la Evaluación Intermedia, situándose en el **85%**.

En conclusión, existe un amplio consenso sobre la importancia de las jornadas, seminarios, etc. como instrumento para la obtención de información y la consulta para la resolución de cuestiones y dudas, valoración que se repite con el avance de la programación y que alcanza los mejores niveles en el caso de las jornadas en torno a la gestión y comunicación de los Fondos.

No obstante, se ha observado una mayor dificultad para alcanzar e interesar a los **beneficiarios privados**, sobre todo pequeñas y medianas empresas, con actuaciones de difusión que respondan a este formato.

En relación con este colectivo destacan dos elementos fundamentales:

- ✚ En líneas generales el conocimiento es menor (el 70% de los beneficiarios privados entrevistados conoce el Plan de Comunicación y, de ellos, sólo el 60% ha recibido instrucciones o materiales para su implementación).

Las causas que justifican este desconocimiento están relacionadas con la dificultad que entraña la lectura y comprensión de la información recibida y la habitual

externalización de la tramitación de la ayuda, lo que limita en gran medida el conocimiento que tiene el beneficiario.

De acuerdo con ello, sería conveniente trasladar una información adaptada al lenguaje y los intereses de los beneficiarios, lo que supondría una segmentación del colectivo destinatario, con el objetivo de facilitar su entendimiento y fomentar una mayor implicación.

- ✚ Pese a ello, se advierte una **conciencia creciente sobre la necesidad de dar cumplimiento a los requisitos normativos de información y publicidad**, que se traduce en un cumplimiento estricto de características técnicas exigidas reglamentariamente para las medidas de información y publicidad por el 100% de los beneficiarios entrevistados. A este respecto, se ha dado un salto cualitativo enorme en comparación con el anterior período 2000-2006, favorecido por la importante labor de los órganos gestores de regímenes de ayudas que han trasladado información a los beneficiarios, así como por la inclusión en la Lista de Beneficiarios, que incrementa la sensibilización de los beneficiarios de ayudas cofinanciadas.

Aún existe, sin embargo, margen de mejora en la actividad de difusión de los beneficiarios hacia el conjunto de la ciudadanía si tenemos en cuenta que no se ha generalizado el recurso a instrumentos de comunicación no obligatorios como la remisión de notas de prensa o publicación de noticias (el 40% de los beneficiarios encuestados han elaborado alguna). Sí que es mayor el porcentaje de beneficiarios privados que afirman haber llevado a cabo alguna actuación de publicidad relacionada con los logros de su proyecto, en la que se ha destacado la ayuda de los fondos europeos (60%), mientras que no se ha extendido la organización de jornadas o eventos para la difusión de las actuaciones.

Por su parte, el **impacto de las actividades de información y publicidad sobre la población madrileña** está en gran medida condicionado por la actual situación de crisis económica, que está provocando una cierta desafección de la población por todo lo relacionado con la Unión Europea. Tal y como quedó reflejado en los grupos de discusión realizados, las dificultades económicas están frenando la iniciativa privada, siendo la “supervivencia” el principal objetivo de las empresas frente a la modernización e innovación.

No obstante, y a pesar de este contexto, los resultados de las encuestas realizadas a la población muestran datos positivos. Así, el **61% de la población regional reconoce tener conocimiento de la percepción por parte de la región de fondos comunitarios**, frente al 60 registrado en 2010, lo que supone una ligera mejoría.

Dicho conocimiento es mayor en el caso de los hombres (70,3%) frente a las mujeres (52,8%), así como entre los segmentos de edad de entre 15 y 24 años (70,6%) y de entre 25 y 54 años (63,3%), situándose el de más de 75 años en el extremo opuesto (33,3%).

En cuanto al conocimiento sobre el papel desempeñado por los Fondos Europeos en el desarrollo de la Comunidad Autónoma, el 61,7% lo considera cuando menos positivo (cuando en 2010 esta cifra alcanzaba el 73,9%), habiéndose incrementado el número de personas que estiman que su función es irrelevante o que no tienen una opinión formada al respecto. Sin embargo, entre quienes tienen conciencia de la positiva aportación crecen los que la consideran crucial o muy positiva.

En cuanto a la relevancia de la Política de Cohesión y, de forma particular del FEDER y FSE, esta valoración se ha visto reforzada. El porcentaje de la población que, conociendo la llegada de recursos comunitarios a la región para el desarrollo socioeconómico, ha oído hablar del FEDER se incrementa hasta el 52%, lo que supone un alza de 12 puntos porcentuales desde 2010. Aún más relevante resulta el incremento de la población que tiene alguna referencia del FSE, que se incrementa hasta el 65,5%, con un incremento de 25 puntos porcentuales con respecto a la Evaluación Intermedia.

El incremento en las tasas de desempleo entre 2010 y 2012 han elevado la preocupación por las fórmulas de búsqueda de empleo y la implementación de Políticas Activas de Empleo, así como la concienciación de la necesaria coordinación entre las distintas Administraciones implicadas en la realización de las mismas, de cara a conseguir una eficaz utilización de los recursos destinados a facilitar la inserción laboral de los trabajadores desempleados en el mercado laboral, aspecto que ha aproximado a la ciudadanía la actividad desarrollada por el FSE en la región.

Desde la perspectiva de género, se observa una tendencia similar para los Fondos considerados. Así, en ambos casos es mayor el porcentaje de hombres que conocen su existencia (FEDER: 62,7% y FSE: 73,2%), siendo la diferencia respecto a las mujeres de 20 puntos porcentuales en el caso del FEDER y de 14,6 en el caso del FSE. Se observa además un incremento notable en el porcentaje de hombres que conoce cada uno de los fondos respecto al valor registrado en 2010, incremento similar al experimentado en el FSE en el caso de las mujeres.

Asimismo existen diferencias entre los diferentes tramos de edad, destacándose el mayor conocimiento del FEDER y del FSE en el caso de la población más joven. De hecho, el 65,7% ha oído hablar del FSE en 2013, cuando en 2010 únicamente el 31,15% estaba en esta situación. Este cambio puede estar asociado al incremento notable que entre este colectivo han experimentado las tasas de desempleo y en el importante volumen de actuaciones destinadas a los mismos en el marco del PO. De hecho el 57% de los ciudadanos que conocen que la región recibe Fondos Europeos o conoce alguno de los Fondos Estructurales sabe que éstos se destinan en parte a actuaciones para la formación

y el empleo. Únicamente la cofinanciación de las infraestructuras y equipamientos cuenta con una mayor difusión (58,1%).

No obstante, la información sobre los ámbitos específicos de intervención en los que actúan cada uno de los Fondos Estructurales se ha diluido en varios ámbitos. Así, únicamente se observa que la población asocia en mayor medida la cofinanciación estructural con los proyectos de medio ambiente e I+D+i, que eran los menos conocidos entre la ciudadanía.

Desde una perspectiva instrumental, los datos refuerzan los obtenidos en la Evaluación Intermedia: el principal canal de información para la mayor parte de la ciudadanía madrileña son los medios de comunicación social que además han visto incrementada su importancia: el 89,2% reconoce haber accedido a información sobre la UE y los Fondos Estructurales a través de anuncios en televisión, prensa o radio, situación que, además, se mantiene relativamente homogénea independientemente del tramo de edad considerado.

Asimismo, se muestra el poder de la comunicación interpersonal, como forma de acceso a la información relacionada con los Fondos y la Política Regional, configurándose como un elemento multiplicador de la visibilidad de los proyectos. Así, 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 45,1% de las personas encuestadas que afirmaban conocer la existencia de los Fondos Estructurales, lo que supone un incremento de esta vía de 3 puntos porcentuales con respecto a los datos de 2010.

En lo relativo a la evolución destacan, además de la registrada por los medios de comunicación, la importancia creciente de aquellos instrumentos que representan un menor coste y una elevada eficiencia: Internet como vía de comunicación, particularmente entre la población más joven (el 52,9% de los encuestados entre 15 y 24 años reconocen haber accedido a la información sobre las actuaciones cofinanciadas a través de esta fórmula). Y la propia comunicación interpersonal (vía para la obtención de la información que ha registrado un aumento de 3,1 puntos porcentuales).

Pierden sin embargo eficacia como instrumentos de comunicación de los Fondos Estructurales los carteles y los folletos, las vallas y placas y la participación en cursos de formación. En parte, este retroceso se debe a la pérdida progresiva de importancia de la financiación de infraestructuras de transporte en el marco del PO FEDER de Madrid, que se acentuará de forma significativa de cara al nuevo período de programación.

De todo lo anterior podemos obtener tres conclusiones fundamentales:

- ✦ El mayor conocimiento que la población madrileña tiene sobre la llegada de Fondos Europeos para el desarrollo regional. Además, respecto a 2010, quienes saben de la

Política de Cohesión han oído hablar de los Fondos Estructurales de forma creciente en el ámbito de las intervenciones relacionadas con el medio ambiente e I+D.

La sensibilidad de la población es, en este sentido, particularmente manifiesta en relación con las actuaciones cofinanciadas por el FSE y, en particular, con la formación y el empleo.

- ✦ La implicación creciente de los Órganos gestores en la estrategia de comunicación y la importante diversidad de canales de información empleados, facilitan la disponibilidad de un volumen suficiente de información de calidad para la población madrileña.
- ✦ Sin embargo, siguen existiendo diferencias en función del género y los tramos de edad analizados. En este contexto, el equipo evaluador considera que para mejorar el impacto sobre el conocimiento de la población sería conveniente orientar las actuaciones puestas en práctica con el objetivo de incidir más en la comunicación que en la publicación y aplicando para ello criterios de marketing, en concreto en lo que se refiere a la particularización del mensaje por colectivos destinatarios.

Resulta imprescindible, en este contexto, fomentar la participación de los beneficiarios y de los organismos colaboradores en la aplicación de los fondos en la región y concentrar los esfuerzos en los próximos años en poner en valor los proyectos cofinanciados (objetivos, beneficiarios, inversión realizada, resultados obtenidos, etc.).

8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES: PROPUESTAS PARA MEJORAR LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DE LOS FONDOS ESTRUCTURALES 2014-2020

Este capítulo recoge las conclusiones derivadas del análisis que se presenta en este Informe de evaluación, a la vez que propone una serie de recomendaciones con el objetivo de, por un lado, avanzar en la superación de los elementos críticos identificados, y por otro, contribuir a la elaboración de la estrategia de comunicación que se definirá con motivo del nuevo periodo de programación 2014-2020.

Es necesario precisar en este punto que las consideraciones recogidas a continuación no tienen un carácter exhaustivo, siendo precisa la lectura íntegra del Informe de cara a una mejor comprensión de las mismas, y a obtener una visión más completa de la situación actual de implementación de la Estrategia de Comunicación del Plan de Comunicación de los PO FEDER y FSE de la Comunidad de Madrid.

Las principales conclusiones a destacar de la Evaluación Final del Plan de Comunicación son las siguientes:

- ✚ **Conclusión 1:** En el periodo de programación 2007-2013 se han incorporado las labores de comunicación de forma asociada a la gestión de los Fondos Estructurales, en línea con las previsiones del Plan de Comunicación en la planificación regional.
- ✚ **Conclusión 2:** Los fundamentos que inspiraron inicialmente el diseño del Plan de Comunicación, considerandos pertinentes y coherentes en la Evaluación Intermedia, se han ido consolidando progresivamente. Prueba de ello es que los objetivos marcados para 2013 han sido reforzados de acuerdo al dinamismo mostrado en las labores de comunicación.
- ✚ **Conclusión 3:** El papel desempeñado por las redes de comunicación (GERIP, GRECO-AGE y RIFEM) han favorecido la gestión eficiente y coordinada de las actuaciones de información y publicidad con relación a la política de cohesión. Del mismo modo, a nivel regional han permitido la actuación coordinada en materia de comunicación por parte de los distintos organismos participantes de la gestión de los PO FEDER y FSE de la Comunidad de Madrid.
- ✚ **Conclusión 4:** En cuanto a los mecanismos de gestión y seguimiento de las actuaciones de información y publicidad, se han realizado mejoras en el funcionamiento de INFOCO, y se han establecido pautas para la imputación del gasto asociado a la comunicación.

✚ **Conclusión 5:** El enfoque de género se ha integrado en el planteamiento estratégico de la comunicación, y se ha incorporado, desde un punto de vista práctico, a los mecanismos de difusión y comunicación. Se ha considerado además en este periodo entre los criterios a tener en cuenta a la hora de seleccionar buenas prácticas, tanto de comunicación, como de actuaciones.

✚ **Conclusión 6:** El nivel de ejecución alcanzado ha sido muy positivo. Así, gran parte de los indicadores alcanzan, o incluso superan, las previsiones iniciales. Este hecho se hace más patente en el caso de los indicadores de realización, que en el 70% de los casos cuentan con un nivel de eficacia que supera el 100%. Tan sólo el indicador que recopila la documentación interna distribuida se encuentra más alejado de los objetivos marcados, a la espera del cierre final del periodo. En términos de resultados, el número de visitas a las páginas web es el más alejado de las previsiones iniciales, estando el número de reuniones de las redes de comunicación y el número de asistentes en niveles inferiores al 90%:

✚ **Conclusión 7:** los organismos que han mostrado un mayor dinamismo en las labores comunicativas han sido, en el ámbito de la AGE, el Instituto de Comercio Exterior (ICEX), la Dirección General de Fondos Comunitarios, y la UAFSE.

Respecto a las entidades locales, destaca el importante papel desempeñado por los Ayuntamiento de Getafe, Madrid y Alcobendas, mientras que a nivel regional, no se ha podido establecer una distinción al no disponerse de la información codificada por organismo gestor.

En el extremo opuesto, los organismos en los que integración de la comunicación como un elemento más de la comunicación han sido menos evidentes son el Instituto Carlos III y el Ayuntamiento de Leganés.

✚ **Conclusión 8:** Se aprecia un grado óptimo de seguimiento de las obligaciones reglamentarias en materia de información y publicidad en las tareas de control realizadas en el ámbito de los PO FEDER y FSE, no apreciándose incidencias en este ámbito.

✚ **Conclusión 9:** El impacto de las actuaciones de comunicación sobre los beneficiarios públicos de las ayudas se estima muy favorablemente, debido al importante conocimiento que tienen de las obligaciones de información y publicidad (81%), así como la elevada utilidad que otorgan a las jornadas o sesiones formativas desarrolladas (85%) y al grado de satisfacción ocasionado por las mismas (85%).

✚ **Conclusión 10:** El impacto de las actuaciones de comunicación sobre la población se ha incrementado en los últimos años, hecho que cobra especial relevancia teniendo

en cuenta la actual situación de crisis económica que está provocando cierta desafección de la población por todo lo relacionado con la Unión Europea.

En la Comunidad de Madrid el 61% de la población declara conocer el papel desempeñado por la Unión Europea a nivel regional. Destaca el porcentaje de conocimiento de las actuaciones impulsadas por el FSE (65%), frente a aquellas asociadas al FEDER (52%).

Respecto a las recomendaciones que se desprenden de la presente evaluación, se distinguen 2 ámbitos distintos hacia los que se orientan:

✚ **Recomendaciones dirigidas a facilitar el cierre** adecuado del Plan de Comunicación 2007-2013.

- ✚ **Recomendación 1:** Incrementar los esfuerzos destinados a la presentación de buenas prácticas de operaciones cofinanciadas, justificando de forma motivada, el cumplimiento de todos los criterios establecidos. Ello reforzaría la visibilidad de la contribución de los PO FEDER y FSE al desarrollo de la Comunidad Autónoma.
- ✚ **Recomendación 2:** Proseguir en el volcado de los indicadores de comunicación de las actividades de información y publicidad realizadas hasta la aprobación de la nueva estrategia de comunicación para 2014-2020, lo que permitirá alcanzar los valores objetivos previstos para el conjunto del período de programación. En este sentido, se aconseja efectuar la grabación con una antelación suficiente para su análisis de cara al próximo Informe Anual de Ejecución a presentar ante el Comité de Seguimiento.
- ✚ **Recomendación 3:** A pesar de los avances conseguidos en la mejora de las descripción de las actuaciones vinculadas a las correspondientes indicadores, es preciso insistir en la importancia de seguir mejorando en este sentido, con el fin de favorecer una adecuada identificación e interpretación de las realizaciones.
- ✚ **Recomendación 4:** Continuar llevando a cabo actuaciones de información y sensibilización por parte de los organismos concedentes de ayudas al tejido productivo, con el fin de que las empresas beneficiarias se impliquen en mayor medida en la difusión de la contribución comunitaria hacia el público en general.

✚ Recomendaciones **propuestas para la elaboración y ajuste de la nueva estrategia** que marcará el desarrollo de las acciones de comunicación en el periodo 2014-2020.

- ✦ **Recomendación 5:** Formular en el futuro un nuevo Plan de Comunicación 2014-2020, teniendo en cuenta los resultados logrados en el periodo 2007-2013. La experiencia adquirida hasta el momento debe facilitar el ajuste de estrategia y objetivos.
- ✦ **Recomendación 6:** Capitalizar las lecciones positivas del actual periodo en materia de seguimiento y evaluación, en particular en lo referido a los indicadores y los criterios de selección de buenas prácticas. Asimismo, se considera preciso arrancar las tareas de seguimiento con acciones formativas específicas destinadas a los organismos implicados en la gestión de los Programas.
- ✦ **Recomendación 7:** Adoptar nuevos enfoques y soluciones de comunicación adaptadas a las actuaciones de carácter intangible cuyo peso, dentro de la programación de fondos 2014-2020, va a aumentar en el marco de la concentración temática propugnada por los reglamentos comunitarios pero cuya visibilidad es, sin embargo, más reducida.
- ✦ **Recomendación 8:** Diseñar medidas específicas de cara a al nuevo periodo dirigidas a los beneficiarios de carácter privado (empresas, fundamentalmente) que contribuyan a elevar su protagonismo en la aplicación del futuro Plan de Comunicación.

9. BUENAS PRÁCTICAS

La selección y presentación de buenas prácticas en el ámbito de la comunicación de la Política de Cohesión ha constituido una herramienta de referencia desde la anualidad 2009. Su objetivo prioritario es destacar y dar a conocer aquellas acciones desarrolladas por los organismos implicados en el desarrollo de los Programas Operativos (desde las Autoridades de gestión a los beneficiarios, pasando por los órganos gestores) que han arrojado resultados positivos en términos de avances en los objetivos de mejora de la transparencia y la visibilidad de los Fondos Estructurales y, en consecuencia, en la puesta en valor del impacto que los mismos generan sobre el bienestar de los ciudadanos.

La importancia de destacar las buenas prácticas no se restringe exclusivamente al reconocimiento del buen hacer de los responsables de las acciones de comunicación. Sin lugar a dudas, la mayor virtud de esta iniciativa radica en la recopilación de casos de éxito y en el hecho de darlas a conocer a los diferentes actores implicados en el desarrollo de los Programas Operativos. De este modo se abre la posibilidad para iniciar procesos de benchmarking de iniciativas de interés.

9.1. VALORACIÓN DE LAS BUENAS DE COMUNICACIÓN PRÁCTICAS YA IDENTIFICADAS

La ejecución del Plan de Comunicación de los PO FEDER y FSE de la Comunidad de Madrid ha dado lugar a un gran número de actuaciones de información y publicidad en las que se ha materializado la estrategia definida. De las actuaciones ejecutadas, a 31 de diciembre de 2011 se han seleccionado un total de 21 de ellas como buenas prácticas en materia de Comunicación.

Estas buenas prácticas han sido difundidas a través del Informe de Evaluación Intermedia del Plan de Comunicación, los Informes Anuales de Ejecución de los PO y la Base de Datos de Buenas Prácticas de Comunicación, disponible en la página Web de la Dirección General de Fondos Comunitarios: <http://www.dgfc.sggp.meh.es/sitios/dgfc/es-ES/ipr/fcp0713/c/bp/c/Paginas/Inicio.aspx>.

Atendiendo a distintos criterios las buenas prácticas se pueden clasificar de la siguiente forma:

- ✚ Según el **Fondo** por el cual se cofinancian las actuaciones de comunicación seleccionadas como buenas prácticas. Así, en el caso del Plan de Comunicación de la Comunidad de Madrid se han seleccionado un total de 10 buenas prácticas vinculadas al FEDER, mientras que 8 lo hacen al FSE. Encontramos además 3 buenas prácticas de actuaciones relacionadas con ambos fondos.

- ✦ En cuanto al **año** de ejecución de las buenas prácticas seleccionadas, encontramos que hasta 2008 no se realizó la selección de proyectos, siendo 2009 el primer año en el que se muestran ejemplos. El hecho de que en los primeros de la programación no se hayan apreciado Buenas Prácticas obedece, en primer lugar, al retraso en la aprobación de los Programas y, en segundo lugar, al tiempo necesario que se dedicó para la definición de los procedimientos a aplicar por todos los participantes en los Programas para la identificación de las Buenas Prácticas de Comunicación.

En 2009 se seleccionaron un total de 6 buenas prácticas, en 2010 se observan un total 9 nuevos casos y, finalmente en 2011, el número de buenas prácticas se reduce a 6. Podemos concluir, en consecuencia, que la presentación de las Buenas Prácticas ha ido consolidándose en paralelo al avance de la ejecución de los Programas Operativos.

- ✦ Teniendo en cuenta el **organismo promotor de las actuaciones desarrolladas**, nos encontramos que la mayor parte de ellas han sido puestas en marcha por Organismos Intermedios de los PO FEDER y FSE, siendo importante también el número de iniciativas promovidas por las Autoridades de Gestión de los Programas. Finalmente, a nivel local, los Ayuntamientos en el ámbito de la Iniciativa Urban han desarrollado igualmente acciones de promoción de los Fondos Europeos, aunque en menor número.

En cuanto a la valoración general respecto a la consideración de estas actuaciones como Buenas Prácticas, ésta ha resultado altamente favorable por cuanto todas ellas se han elegido sobre la base de los criterios establecidos a estos efectos en el seno del GERIP, a saber:

- ✦ Criterio 1. Uso de recursos innovadores en la presentación, organización y/o desarrollo.
- ✦ Criterio 2. Adecuación de los contenidos a los objetivos perseguidos.
- ✦ Criterio 3. Incorporación de criterios de Igualdad de oportunidades.
- ✦ Criterio 4. Adecuación con el objetivo general de difusión de los fondos.
- ✦ Criterio 5. Alto grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción de comunicación.
- ✦ Criterio 6. Evidencia de un alto grado de calidad.
- ✦ Criterio 7. Uso de nuevas tecnologías de la información.

De hecho, su justificación siempre ha sido motivada mediante el cumplimiento de los siete criterios de selección. Ello ha dotado de una gran coherencia la identificación de estos mejores ejemplos de comunicación.

No obstante, un análisis detallado de las 21 Buenas Prácticas presentadas hasta la fecha permite distinguir cuatro grupos ligeramente diferenciados:

a) Buenas Prácticas detalladamente descritas y apoyadas en argumentos sólidos para todos los criterios de selección, así como en una prueba fotográfica óptima

La mayoría de las buenas prácticas presentadas hasta el momento aparecen adecuadamente descritas y fundamentadas en el cumplimiento de los criterios de selección establecidos en el seno del GERIP. De hecho, aquí estarían 14 de las 21 buenas prácticas seleccionadas (64% del total), incluyendo todas las realizadas por la Dirección General de Fondos Comunitarios del Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas, y por La Dirección General de Asuntos Europeos y Cooperación con el Estado como Organismo Intermedio del Programa Operativo FEDER y del Programa Operativo FSE en la Administración Regional.

En concreto, en este apartado se incluyen las siguientes actuaciones de comunicación:

- + La elaboración de un DVD sobre los fondos estructurales en 2007-2013 en la Comunidad de Madrid, por parte de la Dirección General de Asuntos Europeos y Cooperación para el Estado.
- + La campaña del Plan de Emprendedores de la Comunidad de Madrid, *“Creemos en tu proyecto, creemos en tu empresa”*, promovida por el Servicio Regional de Empleo de la Consejería de Empleo, Mujer e Inmigración.
- + La Constitución de la Red GERIP *“Grupo Español de Responsables de Información y Publicidad”*.
- + La *“Guía General de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los Programas Operativos FEDER, Fondo de Cohesión y FSE 2007-2013”*, surgida como iniciativa por parte de las Autoridades de Gestión.
- + La constitución de la red *“GRECO-AGE”*.
- + La Exposición itinerante sobre *“imágenes de la Política de Cohesión en la Comunidad de Madrid”*, puesta en marcha por la Dirección General de Asuntos Europeos y Cooperación con el Estado de la Comunidad de Madrid
- + La página web del Instituto Madrileño de Estudios Avanzados *“IMDEA”*.

- + La elaboración de una Página Web sobre los Fondos Comunitarios por parte de la Dirección General de Investigación y Gestión del Plan Nacional de I+D+i del Ministerio de Ciencia e Innovación.
- + Las Actuaciones para dar a conocer la iniciativa Urban@ del Ayuntamiento de Alcobendas con una participación conjunta de distintos Departamentos.
- + La celebración de la Carrera Popular Nocturna en el Barrio de la Estación de Coslada, en el ámbito de la Iniciativa Urban@ del Ayuntamiento de Coslada.
- + El Plan de Comunicación de la Agencia de Informática y Comunicaciones de la Comunidad de Madrid (ICM).
- + La nueva revista anual INFONDO que la Autoridad de Gestión ha puesto en marcha en el año 2010.
- + La Edición y presentación de la publicación: *“Instrumentos para integrar la Igualdad de Oportunidades entre mujeres y hombres en actuaciones cofinanciadas por Fondos Europeos.”*, desarrollada por la Unidad de Género e Igualdad, en la que aparecen representadas el conjunto de entidades que participan en la gestión de los Programas Operativos de la Comunidad de Madrid.
- + La difusión llevada a cabo sobre las *“Actuaciones de orientación e intermediación laboral en Centros Integrados de Empleo (CIE) y Centros de Apoyo a la Intermediación Laboral (CAIL)”*, por parte de la Dirección General de Empleo de la Consejería de Educación y Empleo de la Comunidad de Madrid

Todas ellas se caracterizan por dar una explicación introductoria pormenorizada de las características y el objeto de las actuaciones de comunicación emprendidas, así como del contexto en el que se encuadran las mismas. Ello permite conocer claramente las particularidades de la Buena Práctica, respecto a los soportes de comunicación empleados, la diversidad de medidas llevadas a cabo y las operaciones cofinanciadas o los aspectos de los Programas o la Política de Cohesión en general que se pretenden difundir y visualizar.

Además de la adecuada justificación de los criterios que permiten identificar las mejores prácticas de comunicación, todas las actuaciones identificadas incorporan ejemplos gráficos que permiten visualizar tanto el resultado de las actuaciones puestas en marcha, como el cumplimiento de las características técnicas previstas en el Reglamento en cuanto a la incorporación de emblemas y demás elementos de publicidad.

b) Buenas Prácticas perfectamente sostenidas en argumentos sólidos para todos los criterios de selección, pero con una descripción general que aporta sólo una idea aproximada de la acción desarrollada y/o con un apoyo gráfico de la actuación con márgenes de mejora

En este apartado se incluyen un total de 2 buenas prácticas caracterizadas por aportar argumentos sobrados que acreditan el cumplimiento de los criterios de selección, e incluir imágenes que ilustran la buena práctica. No obstante, una mejor exposición preliminar de los objetivos básicos de las actuaciones desarrolladas, contribuirían a un mejor conocimiento de las mismas.

Es el caso de la *“Guía Básica contra la discriminación “Mitos y Realidades en la inserción sociolaboral de personas en situación o en riesgo de exclusión”*, promovida por la Dirección General de Servicios Sociales de la Consejería de Familia y Asuntos Sociales en colaboración con el sindicato Comisiones Obreras, que en la descripción inicial aportada sobre la actuación no incluye referencias directas a su aportación en la comunicación del apoyo comunitario. De esta forma, aunque posteriormente se detalla en la descripción del cumplimiento de los criterios de comunicación, podría resultar conveniente una mayor alusión a los aspectos del Programa Operativo del FSE difundidos desde el inicio de la buena práctica.

Del mismo modo, en la justificación de los criterios, convendría igualmente insistir en la descripción de la actuación por su importancia desde el punto de vista de la difusión de la contribución de los Fondos Europeos al desarrollo regional.

La segunda buena práctica que se incluye en este apartado consiste en el desarrollo de *“Actuaciones de comunicación del Proyecto del Desarrollo de inhibidores de ceramidasa ácida para su potencial uso terapéutico contra el cáncer de próstata”*, promovida por la Dirección General de Economía, Estadística e Innovación Tecnológica, dentro del programa de Ayudas a la innovación en el sector de la Biotecnología.

Con relación a esta actuación, en la descripción inicial de la misma se menciona simplemente el título de la actuación considerada como buena práctica, echándose en falta una mayor descripción que contribuya a encuadrar el ámbito en el que se desarrolla la acción de comunicación. Esta buena práctica se analiza también posteriormente con relación a la justificación de los criterios de selección.

c) *Buenas Prácticas apoyadas en los mencionados criterios, pero con argumentos que, en algún caso, podrían ser reforzados en mayor medida con consideraciones adicionales*

Los cinco casos agrupados en esta categoría también han sido seleccionados por el cumplimiento comprobado de todos los criterios de selección establecidos. No obstante, se estima por el equipo evaluador que existen evidencias suficientes que fortalecen, en mayor medida, su consideración como buena práctica.

En este grupo se incluye la buena práctica referida a *“la III Feria de Empleo para personas con discapacidad”*, desarrollada por la Dirección General de Servicios Sociales de la Consejería de Familia y Asuntos Sociales en colaboración con el sindicato Comisiones Obreras. En este caso, aunque todos los criterios de selección se justifican adecuadamente, podría incluirse una mayor alusión a cómo la Feria celebrada ha contribuido a la difusión de los Fondos Europeos. Así, en el caso del criterio referido al uso de recursos innovadores, se hace alusión a la utilización de distintos instrumentos de comunicación como anuncios en prensa, radio y marquesinas de autobuses y metro, o la difusión de la Feria a través de SMS, pudiéndose incidir en que en todos los casos la inclusión de la imagen de la UE ha permitido la difusión del apoyo comunitario utilizando los citados instrumentos.

Por otro lado, para el criterio en el que se debe justificar el alto grado de calidad de las actuaciones de comunicación realizadas, la mención a la utilización de distintos instrumentos de comunicación para su difusión, contribuiría a reforzar los argumentos utilizados para su inclusión como buena práctica en materia de comunicación.

Del mismo modo, en la *“V Feria de Empleo de Formación Profesional”* puesta en marcha por la Consejería de Empleo, Mujer e Inmigración de la Comunidad de Madrid en colaboración con la Consejería de Educación, se podría reforzar la justificación aportada en los criterios referidos al *uso de recursos innovadores en la presentación, la evidencia de un alto grado de calidad o utilizado las nuevas tecnologías de información*.

Otras dos buenas prácticas, en concreto las referidas a las *“Actuaciones de comunicación del Proyecto del Desarrollo de inhibidores de ceramidas ácida para su potencial uso terapéutico contra el cáncer de próstata”*, ya mencionada en el anterior apartado, y *“Los Premios organizados por la Dirección General de la Mujer”*, cumplen con los criterios adoptados para la selección como buena práctica en materia de comunicación. No obstante, en la descripción de algunos de los criterios existe una mayor referencia hacia las actuaciones frente a la labor en materia de comunicación, por lo que se echa en falta una mayor incidencia en este sentido.

Así, a modo de ejemplo, en el caso de la primera buena práctica se podría hacer referencia como justificación del criterio referido al uso de recursos innovadores, a la utilización de un proyecto puntero en I+D para la difusión de la importancia del apoyo comunitario. En cuanto al grado de cobertura de la actuación, se podría mencionar que el apoyo a un proyecto destacado en innovación permitirá que la imagen de la UE llegue a una parte importante de la población.

En el caso de los Premios organizados por la Dirección General de la Mujer, la relevancia que alcanza su presentación en los medios de comunicación, podría resaltarse como uno de los motivos que garantizan un elevado grado de cobertura sobre la población objeto de la acción de comunicación, y un índice de la elevada calidad de la acción desde el punto de vista de la difusión del papel de los Fondos Europeos en el desarrollo económico. La utilización de una entrega de premios para dar a conocer la labor de los fondos estructurales resulta del mismo modo una forma novedosa entre las acciones de comunicación, al margen de la creación de los premios en sí.

Por último, la Autoridad de Gestión del FSE, la UAFSE, en la buena práctica referida a *“la Jornada de Reflexión sobre “El futuro del FSE y la Política de Cohesión”*, aunque de forma general explica todos los criterios asociados a la selección de casos, en el criterio relacionado con el uso de las nuevas tecnologías se podría haber especificado en mayor medida en qué consiste la difusión por internet de la jornadas. Así, se podría mencionar que se difundió a través de internet la convocatoria, se colgaron en internet las ponencias utilizadas en las jornadas, o se difundieron notas de prensa. Las referencias a estas actuaciones pueden encontrarse en el siguiente enlace: <http://www.empleo.gob.es/uafse/es/foro/index.html>.

d) Buenas prácticas no sustentadas en todos los criterios consensuados para cada objeto en el seno del GERIP

Por último, el único caso en el que se echa en falta la justificación de todos los criterios establecidos en el GERIP, ha sido el de las *ediciones de apoyo al seguimiento de información y publicidad “La Evaluación de los Planes de Comunicación FSE” y “Buenas Prácticas en Comunicación”* publicadas por parte de la UAFSE. En esta buena práctica, que aparece en el informe anual de ejecución de 2011 del FSE de la Comunidad de Madrid, no aparece la justificación de dos de los criterios en los que se justifica la selección de la buena práctica:

- + Uso de recursos innovadores en la presentación, organización y/o desarrollo, que se podría justificar al tratarse de publicaciones novedosas que no se habían realizado anteriormente.

- + Evidencia de un alto grado de calidad, que podría fundamentarse en la participación en su desarrollo de todos los organismos implicados en la gestión del Fondo Social Europeo a nivel nacional, ilustrando todas aquellas actividades que en materia de comunicación han venido desarrollándose en los últimos años.

Finalmente se echa en falta la inclusión al principio de la buena práctica de una mayor descripción de las publicaciones, indicando su contenido y objetivos, lo que facilitaría centrar el análisis de la actuación y comprender mejor el posterior análisis de los criterios de buenas prácticas seleccionadas.

9.2. VALORACIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS DE ACTUACIONES COFINANCIADAS YA IDENTIFICADAS

La selección de buenas prácticas de actuaciones cofinanciadas ha cobrado en los últimos años un importante impulso, tras la concreción de los criterios para la identificación y presentación de buenas prácticas tanto de FSE, como de FEDER y Fondo de Cohesión, así como la creación de una Base de Datos de casos de éxito disponible en la web de la Dirección General de Fondos Europeos del Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas, para estas últimas.

Para el caso de FEDER y Fondo de Cohesión los criterios, presentados a continuación, fueron debatidos y aprobados por GERIP en la sesión celebrada el 27 de octubre de 2011 y tal y como queda constancia en el acta de la reunión correspondiente al 7 de febrero de 2012, lograron el visto bueno de la DG Regio en los Encuentros Anuales de dicho año 2011.

- + Elevada difusión entre los beneficiarios, beneficiarios potenciales y el público en general.
- + Incorporación de elementos innovadores.
- + Adecuación de los resultados obtenidos a los objetivos establecidos.
- + Contribución a la resolución de un problema o debilidad regional.
- + Alto grado de cobertura sobre la población a la que va dirigido.
- + Consideración de los criterios horizontales de igualdad de oportunidades y de sostenibilidad ambiental.
- + Sinergias con otras políticas o instrumentos de intervención pública.

Tales criterios pueden considerarse a todos los efectos convenientes en la medida en que cumplen los requisitos de ser comprensibles, flexibles y completos.

- ✦ Resultan fáciles de entender, es decir, son **comprensibles**, lo que simplifica la identificación de los casos de éxito y la redacción de los correspondientes informes por parte de todos los agentes implicados en el desarrollo de las operaciones. Asimismo, esto contribuye a una más fácil difusión no solo entre el público especializado, sino también entre la población en su conjunto.
- ✦ La **flexibilidad** que les caracteriza permite recoger las especificidades regionales, así como las diversidades relativas a las diferentes áreas de intervención, manteniendo un eje común para todos los proyectos seleccionados que facilita su análisis y difusión.
- ✦ Pueden catalogarse de **completos**, en tanto abarcan tanto el *ámbito estratégico* (respuesta a necesidades regionales, consideración de principios horizontales y sinergias con otras políticas o instrumentos de intervención pública), como de *gestión* (incorporación de elementos innovadores), *comunicación* (elevada difusión entre beneficiarios, beneficiarios potenciales y público en general) y de *resultados e impacto* (adecuación de los resultados obtenidos a los objetivos establecidos y grado de cobertura de la población objetivo).

Todo ello permitió la incorporación de buenas prácticas de actuaciones cofinanciadas al Informe Anual de Ejecución correspondiente a la anualidad 2011 y posteriores.

En el caso de las buenas prácticas cofinanciadas por FSE, sin embargo, no se ha seguido el mismo procedimiento. La UAFSE había diseñado con anterioridad un proceso para la selección y presentación de buenas prácticas que cumple, asimismo, con los requisitos mínimos exigidos para ser considerada adecuada y completa.

De acuerdo con lo anterior se pueden presentar varias conclusiones generales del procedimiento:

- ✦ La definición de criterios para la selección de buenas prácticas y concreción del contenido de los informes para su presentación facilita la difusión de los casos de éxito más representativos de las actuaciones cofinanciadas.

No obstante, sería conveniente aunar los criterios para las actuaciones cofinanciadas por FEDER, Fondo de Cohesión y FSE, con la finalidad de facilitar los procedimientos a los órganos gestores y/o beneficiarios de la ayuda.

- ✦ Por otra parte, para lograr el objetivo de mejorar la visibilidad de las actuaciones, sería conveniente la difusión de las buenas prácticas de FSE a través de la alimentación de

la plataforma de buenas prácticas con proyectos correspondientes a los PO regionales de toda España, de su inclusión en los Informes Anuales de Ejecución o, incluso, de su distribución entre los gabinetes de prensa para la publicación en prensa escrita y digital de información específica acerca de los resultados de los mismos.

De hecho, esta ausencia de publicación ha condicionado el análisis particularizado de las buenas prácticas de actuaciones cofinanciadas que, dado que el equipo evaluador no ha podido acceder a las correspondientes a FSE, se limita al caso de las cofinanciadas por FEDER.

A tales efectos, la base de datos de buenas prácticas de la Dirección General de Fondos Comunitarios recoge un total de 6 casos entre los que se observa una clara concentración tanto en lo que respecta al ámbito temporal (las actuaciones corresponden a los años 2011 y 2012, no se han incluido actuaciones de los años previos), como a los organismos responsables de la ejecución de las operaciones (Corporaciones Locales), el eje en el que se enmarcan (Eje 4 del PO FEDER) e incluso la temática (la mayoría se enmarcan en el contexto de iniciativas urbanas –83,8%–).

- ✚ Obras de Mejora de la Accesibilidad y la Escena Urbana en el Barrio de la Estación de Coslada (2011).
- ✚ Festival de cine GETAFE IN (2011).
- ✚ Adecuación ecológica y paisajística en el Cerro de los Perdigones en Pozuelo de Alarcón(2012).
- ✚ Centro de Inteligencia Turística (Ayuntamiento de Madrid) (2012).
- ✚ Jornada Informativa sobre la iniciativa Urbana de Villaverde (2012).
- ✚ Programa de Apoyo al Empleo (Ayuntamiento de Getafe) (2012).

Esta primera valoración ya apunta a la necesidad de diversificar las buenas prácticas presentadas, tratando de buscar los casos de éxito de la propia Comunidad de Madrid, ICEX, la Subdirección General de Fondos Europeos para la Investigación o e Instituto de Salud Carlos III.

En líneas generales, todas las actuaciones identificadas pueden considerarse, en efecto, buenas prácticas, en la medida en que cumplen con los siete criterios consensuados en el seno del GERIP y referidos anteriormente.

No obstante, la presentación de las mismas presenta algunos márgenes de mejora a través de los cuales la puesta en valor de los proyectos ganaría en eficiencia de cara a su difusión y mayor impacto entre el conjunto de la población.

- ✚ La **información financiera** de la actuación resulta a menudo de relieve, si tenemos en cuenta que su inclusión permite asumir la dimensión de la ayuda europea que llega a la región a través de los diferentes proyectos. Sin embargo, en los informes correspondientes a las primeras actuaciones (de la anualidad 2011), así como el relativo a la adecuación ecológica y paisajística del Cerro de los Perdigones en Pozuelo de Alarcón, no incluyen estos datos. Por ello se recomienda que se informe en todas las presentaciones de buenas prácticas tanto del coste total del proyecto como de la ayuda comunitaria percibida en el marco del mismo.
- ✚ El **detalle de la política de comunicación** del proyecto se centra, en muchos de los casos, en la explicación de las actuaciones generales realizadas sin hacer referencia en ningún momento a la inclusión en cada uno de los instrumentos de información y publicidad empleados de la mención a la cofinanciación por Fondos Estructurales.
- ✚ La **adecuación de los resultados a los objetivos** debería abarcar no únicamente los objetivos del proyecto sino, yendo más allá, los objetivos de los PO y, en consecuencia, de la política regional europea en la Comunidad de Madrid. Sin embargo, este aspecto no se ha abordado en ninguno de los casos.
- ✚ La **descripción del grado de impacto de la población** debería recoger no únicamente la delimitación de la población objetivo, sino la medida en que ésta ha resultado en la práctica o resultará, de acuerdo con las previsiones, implicada o afectada por la actuación puesta en práctica de un modo directo o indirecto. Esta descripción puede tener un carácter cuantitativo (a través de la estimación de la proporción de la población objetivo que ha participado efectivamente en la actuación o se ha visto favorecida por ella) o cualitativa (mediante de la descripción de los colectivos, tramos de edad, etc. que se han visto más implicados en el desarrollo de la misma).
- ✚ Dado el carácter transversal de las **prioridades horizontales**, éstas deben estar recogidas en todos los casos de buenas prácticas, con un mayor o menor peso específico. A tales efectos se recomienda la inclusión de los referentes normativos fundamentales en relación con la igualdad de oportunidades y medio ambiente en el desarrollo de las actuaciones, la descripción de las actuaciones específicas tomadas en consideración a los mismos y la indicación, en caso de producirse, de los objetivos e indicadores específicos en torno a ambas materias considerados en los proyectos.

En definitiva, la definición de criterios para la selección de buenas prácticas y concreción del contenido de los informes para su presentación ha permitido homogeneizar el

procedimiento para el conjunto de los PO, constituyendo un mecanismo sencillo, ágil y eficiente para la identificación y presentación de los casos de éxito.

Además, se ha constituido la inclusión de tales informes en los Informes Anuales de Ejecución, así como la creación de la base de buenas prácticas de actuaciones cofinanciadas, convirtiéndose en instrumentos que facilitan la difusión de los casos de éxito más representativos de las actuaciones cofinanciadas.

En el caso concreto de la Comunidad de Madrid se ha realizado un esfuerzo por comenzar a recopilar de acuerdo a este procedimiento las buenas prácticas a partir de 2011.

No obstante, sería conveniente tratar de implicar, asimismo, a los órganos gestores y/u organismos intermedios regionales y nacionales que hasta el momento no han propuesto ninguna de sus actuaciones como buenas prácticas. Esto permitiría que, posteriormente, las autoridades de gestión pudiesen seleccionar entre las propuestas para darles visibilidad en sus páginas Web.

9.3. IDENTIFICACIÓN ADICIONAL DE BUENAS PRÁCTICAS

9.3.1. Buenas prácticas de comunicación

a) Asamblea de Madrid Puerta de Europa

La actuación Asamblea Madrid Puerta de Europa, dirigida a jóvenes de la región, se organizó por la Dirección General de Asuntos Europeos y Cooperación con el Estado de la Comunidad de Madrid, en colaboración con la Fundación San Patricio, en noviembre de 2010. Esta actuación, financiada exclusivamente con fondos autonómicos, se encuadra en el ámbito de la iniciativa “Madrid Puerta de Europa”, y a pesar de no contar con cofinanciación comunitaria, se ha orientado a la difusión del papel desarrollo por los Fondos Europeos en el desarrollo regional. Para ello, se han utilizado diversos instrumentos de comunicación, como la creación de una página web que recopila información sobre la Unión Europea, la elaboración de videos y otras publicaciones, y la celebración de eventos, como la Asamblea Madrid Puerta de Europa.

Comunidad de Madrid
Corazón de Europa

Estudiar en Europa

Conoce Europa país a país

agenda

Servicio de Información europea

PROGRAMAS EUROPEOS

de Gestión Directa

ME Madriñeos en el Exterior

Twitter MADRID EUROPA

Eurobitacora

europa direct

APOYO A LA PREPARACION de las Oposiciones UE

Fondos europeos

La Comunidad de Madrid en Bruselas

Noticias
Experiencias y buenas prácticas de financiación europea para ONL's.>

Destacamos
Becas en la Dirección General de Asuntos Europeos.>

BECAS

La Comunidad de Madrid, la Fundación Especial Caja Madrid y la...

Plazo de solicitud cerrado - En tramitación

Ver más Noticias.>

En esta Asamblea se promovió un debate que imitó el funcionamiento del Parlamento Europeo y que se centró en “El futuro de la política de cohesión en el período 2014-2020”.

A través de esta acción, se buscaba que los jóvenes se familiarizasen con la política de cohesión, analizaran la gestión de la misma en profundidad e hiciesen una propuesta para los presupuestos 2014-2020. También se fomentaron las capacidades analíticas y críticas de los participantes.



Esta actuación puede ser considerada una buena práctica en tanto cumple con todos los criterios para tal consideración:

- ✦ *El uso de recursos innovadores en la presentación, organización y/o desarrollo.* Esta asamblea se ha desarrollado en dos etapas: en la primera se ha procedido al análisis del uso de los fondos que proporciona la UE mediante un foro a través de Internet. La segunda fase fue una jornada de debate y clausura, donde se expusieron los temas a analizar en Comisión y se votaron las enmiendas seleccionadas por la Presidencia. Esta forma de debate sobre la nueva programación supone una forma innovadora de difundir entre la población juvenil el funcionamiento y labor realizada por las instituciones europeas.
- ✦ La *adecuación de los contenidos a los objetivos perseguidos.* El objetivo prioritario de la actuación es el de difundir entre los más jóvenes los principales aspectos de la política europea de un modo ameno y participativo.
- ✦ La *incorporación de criterios de igualdad de oportunidades*, al permitir participar en la actuación a los jóvenes, sin ningún tipo de discriminación.
- ✦ La *adecuación con el objetivo general de difusión de los fondos.* La definición de los objetivos descritos previamente resulta plenamente coherente con la finalidad última del Plan de Comunicación: dar a conocer las oportunidades que brindan los Fondos Europeos.

Con esta actuación se cumplen perfectamente los pilares que sostienen la estrategia de comunicación del PO FEDER: Transparencia y notoriedad, al divulgar la Unión Europea entre este colectivo y difundir la labor parlamentaria.

- ✦ Tiene un *alto grado de cobertura sobre la población al que va dirigido*, ya que se abrió un período de inscripción en la página web de la Fundación San Patricio para la inscripción y participación de todos los centros educativos que impartan 1º de Bachillerato o Ciclos formativos de Grado medio.
- ✦ *Uso de nuevas tecnologías de la información.* La primera fase del proceso se desarrolló a través de un foro de debate en Internet, en el que pudieron participar todos los alumnos de los centros inscritos al programa, cada uno en el tema que se eligió de los que se abordaron en cada edición.

9.3.2. Buenas prácticas de actuaciones cofinanciadas

a) *Urbanización, ajardinamiento y adecuación del entorno de Matadero Madrid*

A través del eje 4 del Programa Operativo FEDER de la Comunidad de Madrid (Desarrollo Sostenible Local y Urbano), el Ayuntamiento de Madrid ha desarrollado una actuación en el marco de la recuperación integral de la zona del antiguo Matadero. La actuación se extiende sobre una **superficie de 89.000 metros cuadrados**.

Las **obras de urbanización, ajardinamiento y adecuación del entorno de Matadero Madrid** han contado con una **inversión de 21.219.981 euros**, cofinanciada al 50% por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER).

Las obras de urbanización sobre el entorno del complejo del Matadero, se han centrado en:

1. Conectar el paseo de la Chopera, el intercambiador de transportes de Legazpi, el invernadero, el conjunto cultural de Matadero Madrid, el Parque de la Arganzuela y, a través de las dos pasarelas artísticas de San Zacarías y San Graciano, los distritos de Arganzuela y Usera. La actuación se extiende sobre 18.000 metros cuadrados, estableciendo un paseo peatonal arbolado.
2. Urbanizar el espacio situado entre las naves del Matadero que ocupa una superficie de 18.000 metros cuadrados, dotarlo de infraestructuras para convertirlo en un lugar donde realizar actividades al aire libre e instalar una serie **de** surtidores de agua pulverizada.
3. Urbanizar y ajardinar el espacio situado entre las naves y el cauce del río que lo une con el parque de Arganzuela y donde se encuentran las pasarelas de San Zacarías y San Graciano (unos 53.000 metros cuadrados de superficie recuperados tras el soterramiento de la M-30).





Esta actuación puede ser considerada una buena práctica en tanto cumple con los criterios definidos para tal consideración:

- ✚ *La actuación ha sido convenientemente difundida al público en general*, no solo durante la ejecución de las obras (a través de los diferentes carteles de obra que se instalaron) sino también ahora gracias al uso recreativo que se ha establecido para esta zona. La urbanización del entorno del Matadero municipal se integra dentro del gran parque conocido como Madrid Río, del que se han realizado presentaciones y se han distribuido folletos, entre otros medios de difusión.
- ✚ *El proyecto incorpora elementos innovadores*. Las actuaciones puestas en marcha y referidas en la descripción del proyecto son un claro indicador del carácter innovador del mismo, al suponer una profunda transformación dentro del millón de metros cuadrados de espacios públicos ganados a la M-30, dotándolos no solo de zonas verdes, sino también de espacios deportivos y lugares de descanso.
- ✚ *Los resultados obtenidos con la misma se adaptan a los objetivos establecidos en el PO FEDER de la Comunidad de Madrid*. Las actuaciones que incluye se dirigen a promover los servicios turísticos entorno al Matadero de Madrid, proteger el patrimonio cultural y desarrollar infraestructuras culturales. Con estas obras de urbanización se preserva el patrimonio cultural mediante la realización de inversiones, principalmente en materia de conservación y recuperación del patrimonio histórico-artístico y mejora y conservación de parajes de interés cultural.
- ✚ *Contribuye a la resolución de un problema o debilidad regional*. El antiguo Matadero de Madrid y sus alrededores sufrieron deterioros con la construcción de la M-30 en los años 70 y su cierre en 1996. Tras el soterramiento de la carretera, se han conseguido liberar espacios que son objeto de recuperación en esta actuación.

- ✦ *Tiene un alto grado de cobertura sobre la población a la que va dirigido* al tratarse de una nueva zona verde, bastante amplia, de referencia, no solo para el conjunto de la población madrileña, si no de localidades limítrofes.
- ✦ *Se han tenido en cuenta los criterios horizontales de igualdad de oportunidades y de sostenibilidad ambiental.* Las actuaciones realizadas en el entorno del complejo del Matadero permiten el disfrute general de la ciudadanía, sin discriminación alguna, de amplían zonas verdes, espacios dedicados a prácticas deportivas y lugares de descanso.

Respecto a la sostenibilidad ambiental, la actuación ha permitido recuperar 89.000 metros cuadrados y convertirlos en un gran zona verde de referencia para todos los madrileños.

- ✦ *Sinergías con otras políticas o instrumentos de intervención pública.* Por un lado tiene implicaciones en el sector turístico madrileño, como foco de atracción de turistas, no solo por las zonas verdes, sino por los diferentes talleres, exhibiciones y pruebas deportivas que se realizan en el entorno del Matadero.



b) Creación del Instituto IMDEA Agua

El **Instituto Madrileño de Estudios Avanzados (IMDEA)**, es un proyecto del Gobierno de la Comunidad de Madrid, incluido en el *IV Plan Regional de Ciencia y Tecnología 2005-2008 (PRICIT)*, cuyo objetivo es poner en marcha centros de investigación avanzada y formación superior en la Comunidad de Madrid. El proyecto, se concretó en la creación de ocho Institutos IMDEA entre 2006 y 2008. [http://es.wikipedia.org/wiki/Instituto Madrileño de Estudios Avanzados](http://es.wikipedia.org/wiki/Instituto_Madrile%C3%B1o_de_Estudios_Avanzados) - cite note-7#cite_note-7 Uno de ellos es el **Instituto IMDEA Agua**, cuya creación y puesta en marcha, con una **inversión de 670.927 euros**, está cofinanciada por el FEDER.

IMDEA Agua es una organización sin ánimo de lucro, constituida como Fundación del sector público, que tiene como fin la realización de investigaciones relevantes en todos los aspectos relacionados con el agua e impartir enseñanzas de postgrado de alto nivel competitivo.

La actuación de este Instituto se basa en la dinamización del sector y de las actividades de otros sectores relacionados con el agua. Se investiga en la calidad de los recursos hídricos y en el tratamiento y gestión de las aguas residuales.



Las actividades que realiza IMEDA Agua, desarrollado con la ayuda del FEDER, se centran en:

- + crear tecnología;
- + dinamización del sector y de las actividades de otros sectores relacionados con el agua;
- + Investigación de la calidad de los recursos hídricos y del tratamiento y gestión de aguas residuales;

- ✚ unir la experiencia y la habilidad de un amplio abanico de disciplinas, como son la científica, la de recursos naturales, la ingeniería o la política.



Esta actuación puede ser considerada una buena práctica en tanto cumple con los criterios definidos para tal consideración:

- ✚ *La actuación ha sido convenientemente difundida al público en general.* IMDEA Agua publica anualmente informes de seguimiento que son publicados en su página web (<http://www.agua.imdea.org>), realiza jornadas y eventos sobre las actividades que desarrolla, participa en cumbres tecnológicas, tiene perfiles en Facebook, Twitter y LinkedIn y cuenta con un blog donde se abordan diversas cuestiones relacionadas con el agua.
- ✚ *El proyecto incorpora elementos innovadores.* Las actuaciones puestas en marcha y referidas en la descripción del proyecto son un claro indicador del carácter innovador del mismo, al tratarse de una acción multidisciplinar basada en cuatro líneas estratégicas de la gestión del agua: gestión sostenible, calidad y contaminación, tratamiento y reutilización y análisis económico e institucional.
- ✚ *Los resultados obtenidos con la misma se adaptan a los objetivos establecidos en el PO FEDER de la Comunidad de Madrid.* Con esta actuación se fomenta la investigación, desarrollo e innovación en la Comunidad de Madrid al tratarse el IMDEA de un centro de investigación científica puntera en la investigación del agua.

- ✦ *Contribuye a la resolución de un problema o debilidad regional*, al desarrollar investigaciones avanzadas y formación superior en todos los aspectos relacionados con el agua.
- ✦ *Tiene un alto grado de cobertura sobre la población*, al tener entre algunos de sus objetivos, la mejora de la calidad del agua de la Comunidad de Madrid.
- ✦ *Se han tenido en cuenta los criterios horizontales de igualdad de oportunidades y de sostenibilidad ambiental*. Esta actuación no genera ningún tipo de discriminación, siendo perfectamente compatible con los principios recogidos en la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres.

Respecto a la sostenibilidad ambiental, la actuación trata de dar un mejor uso y aprovechamiento del agua al tener como una de sus líneas de investigación el tratamiento y reutilización de agua: agua potable, tratamiento de aguas residuales urbanas e industriales, y reutilización de agua regenerada.

- ✦ *Sinergias con otras políticas o instrumentos de intervención pública*. El área de Análisis Económico e Institucional de IMDEA Agua desarrolla líneas de investigación orientadas a cumplir con los siguientes objetivos:
 - ✦ Mostrar la vinculación entre el contexto económico general y la puesta en valor del agua como elemento clave en la economía y en la conservación de servicios de los ecosistemas. Asimismo, se pretende evaluar el papel de los recursos como activo de capital natural, explorando las interconexiones entre los sistemas legal y económico para garantizar el uso sostenible del mismo.
 - ✦ Analizar la relevancia del sistema institucional de gestión del agua, con especial énfasis en la organización administrativa, la seguridad de derechos privados (de uso y aprovechamiento), la flexibilidad de los mecanismos de asignación, el análisis de externalidades y el control de monopolios sobre el recurso.
 - ✦ Analizar el papel de las características económicas, sociales y ambientales de los servicios de agua potable y saneamiento en el diseño de sistemas que aseguren eficiencia y equidad a través de la capitalización de economías de escala y alcance, la regulación de monopolios naturales y estrategias de mercado, la prioridad del sector en las políticas de inversión pública y la creación de subsidios adecuados (p.e. dirigidos a la población de menor ingreso), en un contexto que asegure el máximo potencial para la actuación de asociaciones público-privadas en la creación y gestión de servicios.

- ✈ Evaluar la relevancia del análisis económico y el diseño de mecanismos económicos y financieros en la gestión del agua y sus servicios, como instrumentos para promover la eficiencia en la asignación, la internalización de externalidades, la gestión sostenible del recurso y la rentabilidad económica y social de los servicios de agua y saneamiento.

c) Red CAUCES

La RED CAUCES (Red de Inclusión Sociolaboral con Personas Reclusas y Exreclusas) tiene como objetivo poner en contacto a las personas reclusas/exreclusas con los diferentes recursos y actividades de las entidades que conforman en la actualidad la RED (Asociación Eslabón y Asociación Arco Iris) para lograr una atención integral estructurada y conseguir a través, de un acompañamiento personalizado, que ese colectivo se vaya integrando en la sociedad con mayores resortes. Las actuaciones de esta RED se encuentran cofinanciadas por el FSE de Madrid.



Esta actuación puede ser considerada una buena práctica en tanto cumple con todos los criterios definidos para tal consideración:

- ✈ La *actuación ha sido convenientemente difundida entre los beneficiarios, los agentes participantes y el público general*. En el propio desarrollo de la actuación se han realizado, eventos y jornadas sobre las acciones realizadas. Por otra parte, se ha reconocido la labor de las empresas que colaboran con el proyecto, a través de entregas de premios. Por otra parte, la red cuenta con una página web www.redcauces.org así como un perfil en Twitter, donde se publican todas las

acciones desarrolladas. En todas estas iniciativas, se menciona la contribución del FSE a la Red.



✈ *Esta red incorpora elementos innovadores* al favorecer la inserción en la sociedad de las personas reclusas/exreclusas a través de diferentes acciones: orientación, intermediación, acompañamiento y formación.

✈ *Los resultados obtenidos con la misma se adaptan a los objetivos establecidos en el PO FSE de Madrid.* Esta Red actúa en favor de las personas reclusas/exreclusas, trabajando por su inclusión social y laboral, previniendo las situaciones de exclusión social.

Un instrumento esencial para la mejora de la empleabilidad de estas personas los constituyen los itinerarios integrados que tratan de dar una atención personalizada a los individuos en los ámbitos donde éstos presenten un déficit más significativo.

✈ *Contribuye a la resolución de un problema o debilidad regional.* En un mercado laboral como el madrileño, en el que la aplicación de nuevas tecnologías modifica la demanda de cualificaciones laborales y la empleabilidad de los individuos, es necesaria una actuación de este tipo para conseguir que las personas reclusas/exreclusas en la situación que se describe no se vean expulsadas del mercado de trabajo y, por tanto, excluidas de la sociedad.

✈ *Tienen un alto grado de cobertura sobre la población a la que va dirigido,* personas reclusas/exreclusas, al actuar en fases bien diferenciadas:

- ✈ Acciones de orientación, intermediación, acompañamiento y formación.
- ✈ Colaboración con los agentes sociales :administraciones públicas, empresas y tejido asociativo.

- ✈ Organización de programas alternativos al cumplimiento de condenas en prisión.
- ✈ Seguimiento de las personas en libertad condicional.
- ✈ Realización de eventos: fiestas, recitales, conciertos y actividades culturales en prisiones.



- ✈ *Se han tenido en cuenta los criterios horizontales de igualdad de oportunidades y de sostenibilidad ambiental.* Con este programa se intenta luchar contra la discriminación en el mercado laboral sobre los individuos pertenecientes a este colectivo.

Asimismo, esta operación es sostenible con el medio ambiente al no introducir ninguna actuación que le afecte negativamente.

- ✈ *Sinergías con otras políticas o instrumentos de intervención pública,* dado que la inclusión social conduce a: un mayor crecimiento económico, una más intensa creación de empleo, una mejor utilización de la oferta de trabajo disponible y una mejora de las ganancias de productividad derivadas de la eliminación de los efectos de las desigualdades sobre las decisiones de los agentes.

La Red comienza en el año 2008 con la iniciativa de cuatro entidades sociales (Asociación Arco Iris, Asociación Eslabón, Iniciativas de Promoción de Empleo, Fundación Prolibertas y Fundación Grupo Labor), y con el apoyo de la Consejería de Asuntos Sociales y el Fondo Social Europeo.

d) Sala de acceso público y gratuito a Internet (REDINT) del Centro Cívico de la Alhóndiga

El Barrio de la Alhóndiga en Getafe muestra una población en la que la penetración de las TIC es muy escasa, sobre todo a nivel doméstico, por lo que los objetivos fundamentales de la Iniciativa Urbana en el Eje de Fomento de Nuevas Tecnologías están dirigidos a:

- ✚ Reducir la brecha digital.
- ✚ Evitar nuevas formas de exclusión social como consecuencia de las diferentes condiciones de acceso a las TIC.

Para ello se ha puesto en marcha esta actuación con una **inversión de 195.826 euros**, ue ha consistido en la creación de una Sala de Acceso Público y Gratuito a Internet (REDINT) en el Centro Cívico de la Alhóndiga. En esta sala se ofrece gratuitamente un servicio de formación, apoyo y uso de las nuevas tecnologías de las comunicaciones basadas en la informática. Este servicio es universal y gratuito, dirigido a toda la ciudadanía de Getafe en general, y a residentes en el Barrio de la Alhóndiga en particular (niños/as, jóvenes y mayores), personas emprendedoras y empresas.

Se puede acceder a los servicios ofrecidos, bien de forma individual o bien colectivamente a través de grupos (Asociaciones, Agentes Sociales, Centros Educativos...) interesados en la utilización de los recursos disponibles.



Este espacio está dotado de un equipamiento de última generación, así como de software específico para la navegación en Internet y de paquetes Ofimáticos y de Diseño, y es concebido como un lugar de aprendizaje y formación sobre informática, por lo que cuenta con el constante acompañamiento de un Dinamizador- Educador que asesora e informa a los usuarios/as.

Los servicios ofrecidos son:

- + De acceso libre: Navegación por Internet; correo electrónico, herramientas ofimáticas (Word, Excel, Access, PowerPoint, FrontPage, etc.), tratamiento de imágenes, utilización de escáner, impresión de documentos, servicios multimedia, ocio y tiempo libre.
- + Actividades educativas y lúdicas para la ciudadanía en general: actividades formativas, alfabetización informática, informática avanzada, monográficos.
- + Orientación socio laboral: apoyo y asesoramiento en búsqueda de empleo, búsqueda activa de empleo, creación de currículum, redacción de cartas de presentación, creación de cuentas de correo electrónico, ayuda en la búsqueda de empleo en buscadores de internet.

Esta actuación se considera como una buena práctica por el cumplimiento de todos los criterios acordados a estos efectos:

- + *La actuación ha sido convenientemente difundida entre los beneficiarios, beneficiarios potenciales y el público en general.* Prueba de ello, ha sido la divulgación realizada de la actividad a través de los siguientes medios:
 - Realización de una campaña general de difusión a través de folletos divulgativos distribuidos en lugares estratégicos del Barrio de la Alhóndiga, y a través de la Página Web del Centro (<http://www.redint-getafe.com/>).
 - Difusión de la puesta en marcha de las campañas formativas realizadas con carácter cuatrimestral, para fomentar la inscripción a las mismas.
 - Campañas de difusión para cada una de las actividades específicas programadas en el Centro. Prueba de ello, fue la difusión del Certamen de Creaciones Artísticas dirigido a todos los usuarios y usuarias de REDINT. Este Certamen se celebra de forma anual, con una temática concreta para la que los participantes compitan en distintas categorías, como relatos cortos, fotografía digital o diseño por ordenador. Otro ejemplo es la Campaña de Apoyo a la Búsqueda de Empleo.
 - Finalmente, en la entrada de la sala REDINT se ha colocado un Cartel Informativo en el que se informa de la cofinanciación comunitaria.

En todas las publicaciones mencionadas se ha hecho referencia a la contribución comunitaria en el desarrollo del proyecto, cumpliéndose de esta forma con el objetivo en materia de comunicación de difundir la contribución del Fondo Europeo de Desarrollo Regional.



- ✚ **La actuación incorpora elementos innovadores.** El REDINT no sólo ofrece las prestaciones propias de un servicio público y gratuito de acceso a Internet, sino que además pone a disposición de usuarios/as equipamientos de última generación (ordenadores, impresoras, equipo de videoconferencia, material audiovisual... etc.) y oferta actividades formativas. Como elemento innovador y claramente diferenciador, REDINT se configura como un centro en el que se fomenta la participación ciudadana, realizándose de forma transversal actuaciones de ocio en las que se trabaja la educación en valores (actividades relacionadas con Medioambiente, Solidaridad...), o la promoción de actividades artísticas a través del Certamen de Creaciones Artísticas que se realiza anualmente.
- ✚ **Logro de resultados adecuados a los objetivos perseguidos.** El aula promueve el acercamiento de la población a las nuevas tecnologías, lo que les permite entrar de lleno en la Sociedad de la Información y familiarizarse con los últimos avances tecnológicos como son:
 - ✚ Acercamiento y profundización en nuevas tecnologías.
 - ✚ Mejora de las habilidades informáticas y multimedia.
 - ✚ Acceso público a internet.
 - ✚ Actividades formativas, charlas, jornadas...
 - ✚ Apoyo en la búsqueda de empleo.

De esta forma se contribuye al cumplimiento de objetivo 2 del PO FEDER de la Comunidad de Madrid de "Mejorar los conocimientos y la innovación a favor del crecimiento".

- ✚ **Contribución a la resolución de una necesidad en la región.** Esta iniciativa está orientada a impulsar las TIC y la Sociedad de la Información, así como contribuir a

impulsar el empleo y la competitividad empresarial. De esta forma se responde a una de las debilidades detectadas en el análisis DAFO que incorpora el PO FEDER de la Comunidad de Madrid y que hace referencia a la *relativa distancia de la situación de la región de Madrid con la medida comunitaria, tanto a nivel de inversión en TICs, como en su grado de penetración en hogares, empresas y administración pública.*



- ✦ **Alto grado de cobertura sobre la población destinataria de la actuación.** Prueba de ello ha sido el número elevado de actuaciones desarrolladas desde el año 2008 y destinadas a la ciudadanía en general, y a los vecinos de la Alhóndiga en particular. Así se han realizado a través de REDINT un total de 68 actuaciones, y se han impartido 1.496 horas de formación, de las que se han beneficiado 1.026 personas.
- ✦ **Consideración de las Prioridades Horizontales.** Para la ejecución de las actuaciones se ha tenido muy en cuenta el principio de igualdad de oportunidades, promoviendo cursos adecuados a las necesidades de colectivos específicos en materia de nuevas tecnologías (mujeres, mayores, discapacitados o inmigrantes). En cuanto al medio ambiente, se han promovido actividades formativas en este ámbito.
- ✦ **Sinergias con otras políticas o instrumentos de intervención pública.** El punto REDINT del Centro Cívico de la Alhóndiga forma parte de la Red de Centros presentes en todos los barrios de Getafe, cuyo objetivo es ofrecer gratuitamente a toda la población servicios de formación, apoyo y acceso a las nuevas tecnologías de las comunicaciones basadas en la informática. Se encuentra además en sintonía con la aplicación del Plan Avanza del Ministerio Industria, Energía y Turismo en la Comunidad de Madrid, uno de cuyos objetivos es fomentar el uso y la confianza en Internet.

