



GOBIERNO
de
CANTABRIA

CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, HACIENDA Y EMPLEO
Dirección General de Economía y Asuntos Europeos



Unión Europea

Fondo Europeo de
Desarrollo Regional

Evaluación Final del Plan de Comunicación del Programa Operativo FEDER de Cantabria 2007- 2013

Febrero de 2014

Índice

1. METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN	1
1.1. Diseño técnico de la evaluación	2
1.2. Métodos y técnicas utilizadas.....	4
1.3. Valoración de lo anterior	8
2. ANÁLISIS DEL SEGUIMIENTO Y APLICACIÓN DE LAS RECOMENDACIONES REALIZADAS EN LA EVALUACIÓN INTERMEDIA DE 2010	9
3. ANÁLISIS DEL AVANCE EN EL DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN.....	17
3.1. Principales avances conseguidos respecto a la Pertinencia del Plan	17
3.2. Principales avances conseguidos respecto a la validez y consistencia interna del Plan.....	19
3.3. Adecuación de la dotación de los medios económicos, humanos y técnicos asignados a las tareas de comunicación de los Fondos	21
3.4. Consideración del Principio de Igualdad de Oportunidades en la Estrategia de Comunicación	22
4. ANÁLISIS DE LA APLICACIÓN DE LAS MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD.....	23
4.1. Avances en la ejecución de las medidas.....	23
4.2. Integración de las actividades de información y publicidad en los informes anuales de ejecución.....	34
4.3. La repercusión de los sistemas de seguimiento en la calidad de la ejecución de las medidas.....	36
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	43
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.....	46
7. ANÁLISIS DEL IMPACTO: LOGROS Y DESAFÍOS DE LAS ACTIVIDADES EN MATERIA INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD	49
8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES: PROPUESTAS PARA MEJORAR LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DE LOS FONDOS ESTRUCTURALES 2014- 2020	56

9. BUENAS PRÁCTICAS.....	60
9.1. Valoración de las Buenas Prácticas de Comunicación ya identificadas	60
9.2. Valoración de Buenas Prácticas de Actuaciones Cofinanciadas.....	63
9.3. Identificación adicional de buenas prácticas.....	66
9.3.1. <i>Buenas prácticas de comunicación</i>	66
9.3.2. <i>Buenas prácticas de actuaciones cofinanciadas</i>	69

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 Economía y Asuntos Europeos de la Consejería de Economía, Hacienda y Empleo del Gobierno de Cantabria, en colaboración con la Dirección General de Fondos Comunitarios (DGFC) del Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas (MHyAP), ha elaborado un Plan de Comunicación para el Programa Operativo (PO) regional del FEDER.

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 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 del PO FEDER de Cantabria 2007-2013 integre diversas acciones de visibilidad de las actuaciones previstas. La garantía de la realización de tales actuaciones recae, tanto sobre la Autoridad de Gestión, como sobre los Organismos Intermedios del PO y los propios beneficiarios. Sólo así será posible ofrecer a la ciudadanía cántabra 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 estratégicos 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. Ello se debe a que la Comisión Europea no ha proporcionado unas orientaciones indicativas específicas sobre la metodología de evaluación a aplicar. Su papel, en este sentido, se ha limitado a la publicación en su página Web de unas fichas metodológicas orientativas para la evaluación de las actuaciones de información y publicidad en el 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.

En consecuencia, el Estado español ha sido el que ha establecido el desarrollo y la aplicación práctica de los principios a seguir respecto a la evaluación de la comunicación de los Fondos Estructurales. De esta forma, la Red de Responsables de Información y Publicidad (GERIP), en la que están representadas todas las Comunidades Autónomas, bajo la coordinación de la Autoridad de Gestión, 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 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.

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

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 garantizar la publicidad de la intervención y el cumplimiento de los requisitos que, en esta materia, establecen los actuales Reglamentos comunitarios.

El **horizonte temporal** que abarca la presente evaluación comprende las medidas y actuaciones ejecutadas entre el 1 de enero de 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, y de acuerdo con la línea de trabajo mantenida por el GERIP, los indicadores de seguimiento y evaluación han sido elaborados y cuantificados conforme a distintas directrices para ser incluidos en los Planes de Comunicación de los PO FEDER, Fondo de Cohesión y FSE 2007-2013.

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

- + **Diseño:** los indicadores de seguimiento y evaluación han sido homogeneizados en su definición, de acuerdo con el Anexo 2 de la *Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER, Fondo de Cohesión y FSE 2007-2013*, atendiendo a las actividades de información y publicidad que se incluyen en cada uno de los Planes de Comunicación aceptados por la Comisión y el ámbito de actuación de los mismos (la evaluación no está vinculada al Programa Operativo y/o Fondo).
- + **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 consensuado 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 que 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 del PO FEDER 2007-2013 de Cantabria, 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 Cantabria 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.

Finalmente, se ha llevado a cabo un proceso de encuestación a la población cántabra con el objetivo de dar respuesta a lo exigido reglamentariamente, en el sentido de dar transparencia a las actuaciones cofinanciadas a través del PO FEDER para los que se ha elaborado el Plan de Comunicación y contrastar si el público en general está concienciado del papel que la UE juega en la mejora de su calidad de vida. Asimismo, la realización de estas encuestas ha permitido evaluar los dos últimos indicadores de impacto señalados anteriormente.

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 cántabra 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 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 Cantabria, las unidades de la muestra son 491.

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.

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

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

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

La Evaluación Intermedia del Plan de Comunicación del PO FEDER de Cantabria supuso en 2010 el primer ejercicio de revisión y valoración de los resultados e impactos alcanzados hasta entonces gracias a la estrategia de comunicación desarrollada.

Del estudio de Evaluación se extrajeron una serie de conclusiones, así como las siguientes **recomendaciones destinadas a mejorar el funcionamiento general del Plan de Comunicación** en los años que restan de aplicación de Fondos:

1. El bajo nivel de ejecución observado en algunos de los indicadores (número de soportes publicitarios, número de publicaciones externas realizadas y número actividades y actos públicos) hace necesario dinamizar el desarrollo de las acciones de información y publicidad.
2. Dada la reducida asistencia de público en relación con las previsiones realizadas, debería tratar de aproximarse la realización de los actos públicos a los destinatarios ya sea a través de una mayor información acerca de los mismos o a través de una mayor adaptación de su contenido a los intereses reales del colectivo.
3. Corregir por el Gobierno de Cantabria los datos de ejecución relativos al número de redes de información y publicidad.
4. Valorar si la ausencia de información de actuaciones de comunicación en estos casos particulares se debe a un posible retraso o error en el volcado de los datos. En caso contrario, establecer un contacto directo con los organismos implicados para comprobar el estado real de ejecución de las actuaciones y definir las acciones de comunicación más convenientes en cada caso.
5. Proseguir en la introducción de mejoras que optimicen el funcionamiento de la aplicación informática de "Indicadores de Publicidad", tanto para la carga de información, como a nivel de usuario de la misma, agilizando la capacidad de reporte con soluciones más dinámicas y flexibles que las actuales.
6. Teniendo en cuenta el salto cualitativo que ha supuesto la introducción de un sistema de seguimiento de la comunicación basado en indicadores, es imprescindible no relajar los esfuerzos acometidos en asesoramiento y resolución de dudas sobre la interpretación y contenido de los indicadores de realización y resultados del Plan, más aún teniendo en cuenta la diversidad de actuaciones que contempla.

7. Continuar con la labor de concienciación a los diferentes órganos de gestión, a través de las redes de publicidad creadas y mediante jornadas y seminarios específicos, sobre la necesidad de un control y seguimiento de las medidas publicitarias ejecutadas. Ello permitirá identificar cuáles son las actuaciones más eficientes de cara a la consecución de los objetivos marcados y dónde es necesario plantear un cambio de estrategia.
8. Intensificar la elaboración de instrucciones sobre los aspectos de comunicación de los Fondos Estructurales por parte del Organismo Intermedio regional con el fin de mejorar la información sobre las obligaciones de información y publicidad que deben respetar los órganos implicados en la gestión de las ayudas comunitarias.
9. Se estima muy conveniente proporcionar dossiers con información específica de los proyectos a los profesionales de la información en los que se destaque la contribución de los Fondos Estructurales y la UE, para facilitar la incorporación de esta información en el materia que elaboren.
10. Al objeto de aumentar la repercusión del Plan, podría valorarse intensificar las actuaciones dirigidas a la ciudadanía, en particular las relativas a operaciones de carácter intangible, más aún por la importancia concedida a la I+D+i y la Sociedad de la Información, cuyos resultados y efectos son más complicados de transmitir y de dar a conocer.
11. Se debe continuar fomentando la transmisión de información a través de Internet, en las páginas Web de los responsables del Plan de Comunicación, como medio de gran alcance para fortalecer la capacidad de comunicación y, en consecuencia, incrementar el impacto del Plan en términos de un conocimiento de las oportunidades brindadas por los fondos europeos.

Para la observación, seguimiento y valoración de la aplicación de las recomendaciones formuladas es necesario tener en cuenta varios elementos:

- + Por un lado, **la reflexión y el análisis de las recomendaciones efectuadas** desde una perspectiva general a la vista del propio contenido de la Evaluación.
- + Por otro lado, **la opinión directa de los gestores** involucrados en la gestión del PO, por su aportación efectiva a la hora de valorar la aplicación de las recomendaciones formuladas, que ha podido obtenerse en las entrevistas directas realizadas a los mismos, así como en los grupos de trabajo celebrados.

Así, a lo largo de los meses de abril y mayo de 2013 se ha llevado a cabo un proceso de consulta a todos los gestores implicados en la implementación de las actuaciones de comunicación asociadas al desarrollo del PO. Esta consulta se ha realizado, tanto a través

del envío de cuestionarios a organismo gestores, como a través de entrevistas directas con el Organismo Intermedio del PO FEDER de Cantabria y a la Autoridad de Gestión.

A lo largo del proceso de consulta se ha podido constatar que se ha llevado a cabo por parte de la Dirección General de Fondos Comunitarios (DGFC) y el Organismo Intermedio del PO FEDER de Cantabria una amplia difusión de los resultados alcanzados en la Evaluación Intermedia. Este esfuerzo se traduce en la difusión del Informe a través de sus páginas Webs, lo que ha propiciado el conocimiento de las conclusiones y recomendaciones alcanzadas por parte de los organismos implicados en el desarrollo del Programa.

Sin embargo, tan sólo el 33% de los consultados afirman conocer los resultados y recomendaciones formuladas en la Evaluación intermedia. Ello puede deberse, en algunos casos, a que las personas responsables de publicidad en los organismos consultados han variado respecto al momento en que se elaboró la Evaluación Intermedia.

Por otro lado, se ha insistido por parte del Organismo Intermedio en los distintos encuentros celebrados con los organismos participantes del PO en la necesidad, no sólo de estudiar las recomendaciones realizadas, sino también de actuar en atención a las mismas. Este esfuerzo realizado, se refleja en el porcentaje de gestores que han realizado alguna actuación para atender las recomendaciones, que se eleva al 100% de aquellos que afirman conocerlas.

En cuanto al alcance de las recomendaciones realizadas, puede apreciarse que éstas abarcan ámbitos esenciales del desarrollo del Plan. Así, atendiendo a la temática abordada en las citadas recomendaciones, estas pueden agruparse en los siguientes ámbitos:

- + La ejecución y el seguimiento de las medidas de información y publicidad.
- + Los procedimientos de gestión relacionados con las obligaciones de información y publicidad.
- + Los resultados e impactos de las medidas de información y publicidad.

Por lo que respecta al *órgano responsable* de la implementación de las recomendaciones, en la mayor parte de ellas se trata de la Autoridad de Gestión y/o el Organismo Intermedio como organismos responsables del Programa. Sin embargo, hay un porcentaje importante que implica a los órganos gestores por lo que la atención a las mismas ha necesitado de la coordinación de todos los organismos implicados en el desarrollo de las labores de Comunicación.

A continuación se realiza la clasificación y valoración de cada una de las recomendaciones realizadas, incluyendo, en su caso, las medidas adoptadas para dar respuesta a las mismas.

a) Recomendaciones sobre la ejecución y el seguimiento de las medidas

RECOMENDACIÓN 1: *El bajo nivel de ejecución observado en algunos de los indicadores (número de soportes publicitarios, número de publicaciones externas realizadas y número actividades y actos públicos) hace necesario dinamizar el desarrollo de las acciones de información y publicidad.*

La recomendación se considera pertinente al constatarse que, en el momento de realizarse la evaluación intermedia, los valores de ejecución alcanzados eran reducidos para los indicadores señalados. No obstante, desde entonces se ha impulsado por parte Dirección General de Economía y Asuntos Europeos de la Consejería de Economía, Hacienda y Empleo del Gobierno de Cantabria la realización de nuevas actuaciones por parte de los organismos gestores.

De esta forma, tal y como se analizará posteriormente en el capítulo referido al análisis de la aplicación de las medidas de información y publicidad, los valores de ejecución alcanzados han mejorado alcanzando valores que se aproximan en mayor medida a los objetivos fijados. No obstante, para varios de los indicadores, parece que el nivel de eficacia no alcanzará los valores previstos, por lo que, de cara a posteriores ejercicios de programación, se aconseja tener en cuenta los problemas registrados en la ejecución de cara a la programación de los objetivos alcanzables.

RECOMENDACIÓN 2: *Dada la reducida asistencia de público en relación con las previsiones realizadas, debería tratar de aproximarse la realización de los actos públicos a los destinatarios ya sea a través de una mayor información acerca de los mismos o a través de una mayor adaptación de su contenido a los intereses reales del colectivo.*

Esta recomendación se considera pertinente y se justifica por el bajo nivel de ejecución alcanzado por el indicador en el momento de realizarse la Evaluación Intermedia. Tal y como se ha comentado con relación a la anterior recomendación, este problema persiste en el tiempo, por lo que se aconseja de cara a próximos ejercicios de programación tener en cuenta la experiencia adquirida de cara a fijar metas que se acerquen en mayor medida a la capacidad de ejecución.

RECOMENDACIÓN 3: *Corregir por el Gobierno de Cantabria los datos de ejecución relativos al número de redes de información y publicidad.*

Esta recomendación se considera pertinente ya que, tal y como se indicaba en la Evaluación Intermedia, se había contabilizado entre las redes creadas las reuniones celebradas en las que se habían tratado de forma exclusiva los temas de información y publicidad. Tras corregir la ejecución del número de redes, actualmente se han computado en el ámbito de este indicador únicamente 3 (GERIP, GRECO-AGE e INFORM).

RECOMENDACIÓN 4: *Valorar si la ausencia de información de actuaciones de comunicación en estos casos particulares se debe a un posible retraso o error en el volcado de los datos. En caso contrario, establecer un contacto directo con los organismos implicados para comprobar el estado real de ejecución de las actuaciones y definir las acciones de comunicación más convenientes en cada caso.*

Esta recomendación se considera pertinente, por cuanto responde al estado de ejecución de los indicadores en 2010, tal y como se ha comentado anteriormente con relación a otras recomendaciones. No obstante, posteriormente se han puesto en marcha medidas que evidencian los esfuerzos realizados en su atención.

Así, una vez consultados los gestores implicados, se constató que el único error existente en el volcado era el referido al ya mencionado indicador de redes. Una vez corregido el error detectado, los esfuerzos se han centrado en la realización de jornadas y reuniones, a las que han podido asistir gestores los gestores para intercambiar impresiones a cerca de la conveniencia de las acciones realizadas, así como la necesidad de introducir nuevas medidas que aumenten el impacto de la estrategia de comunicación.

RECOMENDACIÓN 5: *Proseguir en la introducción de mejoras que optimicen el funcionamiento de la aplicación informática de "Indicadores de Publicidad", tanto para la carga de información, como a nivel de usuario de la misma, agilizando la capacidad de reporte con soluciones más dinámicas y flexibles que las actuales.*

La recomendación resulta pertinente, por cuanto se ha constatado que la programación inicial de la aplicación INFOCO no permitía hacer un seguimiento por organismo. Por otro lado, se detectaron también problemas relacionados con la definición demasiado genérica de algunas de las actuaciones realizadas, lo que dificultaba en ocasiones la identificación clara del alcance de las mismas.

En este sentido, se han realizado actuaciones orientadas a la superación de estas debilidades. De esta forma, se han incluido filtros que permiten extraer de la aplicación informes de seguimiento particularizados.

Finalmente, desde la DGFC se ha proseguido en las labores de atención y asesoramiento a los gestores en la metodología de seguimiento y el uso de la aplicación informática INFOCO, lo que ha dado como resultado la mejora en la capacidad de manejo de la

aplicación y un mayor grado de implicación de todos los organismos a la hora de optimizar los resultados alcanzados en las labores de comunicación.

RECOMENDACIÓN 6: *Teniendo en cuenta el salto cualitativo que ha supuesto la introducción de un sistema de seguimiento de la comunicación basado en indicadores, es imprescindible no relajar los esfuerzos acometidos en asesoramiento y resolución de dudas sobre la interpretación y contenido de los indicadores de realización y resultados del Plan, más aún teniendo en cuenta la diversidad de actuaciones que contempla.*

Esta recomendación se considera pertinente, estando relacionada con otras de las debilidades ya abordadas en otras recomendaciones. Así, tal y como se ha comentado anteriormente, tanto la Dirección General de Economía y Asuntos Europeos de la Consejería de Economía, Hacienda y Empleo del Gobierno de Cantabria como la Dirección General de Fondos Comunitarios han continuado con los esfuerzos en materia de información y asesoramiento.

Este esfuerzo se ha visto reflejado en la mejora de los resultados alcanzados en la implementación de la estrategia de comunicación, así como en el proceso de seguimiento que acompaña al mismo, corrigiéndose los errores que se han ido detectado en la cuantificación y volcado de datos.

b) Recomendaciones relacionadas con los procedimientos de gestión

RECOMENDACIÓN 8: *Intensificar la elaboración de instrucciones sobre los aspectos de comunicación de los Fondos Estructurales por parte del Organismo Intermedio regional con el fin de mejorar la información sobre las obligaciones de información y publicidad que deben respetar los órganos implicados en la gestión de las ayudas comunitarias.*

La recomendación resulta pertinente al haberse detectado errores en el cumplimiento de algunos aspectos de la implementación del Plan. Para evitar estos errores, se ha proseguido por parte, tanto de la Autoridad de Gestión como del Organismo Intermedio, con la distribución de instrucciones al respecto de cara a minimizar los problemas, errores e incidencias que pudieran surgir en torno a la aplicación de las obligaciones de información y publicidad por parte de los órganos implicados en la gestión de Programa.

De hecho, se han impulsado por parte del Organismo Intermedio actuaciones como la celebración del curso “Fondos Europeos” el día 5 de Mayo de 2011 en la Universidad de Cantabria así como el curso impartido en la UIMP “Aplicación del Principio de Proporcionalidad en la Gestión de Fondos Comunitarios” impartido la semana del 20 de Junio de 2011, en los que se abordaron aspectos relacionados con la Comunicación del Programa.

c) Recomendaciones orientadas a resultados e impactos

RECOMENDACIÓN 7: *Continuar con la labor de concienciación a los diferentes órganos de gestión, a través de las redes de publicidad creadas y mediante jornadas y seminarios específicos, sobre la necesidad de un control y seguimiento de las medidas publicitarias ejecutadas. Ello permitirá identificar cuáles son las actuaciones más eficientes de cara a la consecución de los objetivos marcados y dónde es necesario plantear un cambio de estrategia.*

Esta recomendación se considera pertinente al comprobarse, ya en la Evaluación Intermedia, la importante labor de las redes de comunicación a la hora de compartir enfoques, propuestas y soluciones a las exigencias reglamentarias en materia de comunicación para favorecer el óptimo desarrollo de los Planes de Comunicación.

Por ello, se ha continuado con la labor desarrollada por estas redes, que han seguido reuniéndose año tras año fomentando el intercambio de información y la resolución de dudas.

RECOMENDACIÓN 9: *Se estima muy conveniente proporcionar dossiers con información específica de los proyectos a los profesionales de la información en los que se destaque la contribución de los Fondos Estructurales y la UE, para facilitar la incorporación de esta información en el material que elaboren.*

RECOMENDACIÓN 11: *Se debe continuar fomentando la transmisión de información a través de Internet, en las páginas Web de los responsables del Plan de Comunicación, como medio de gran alcance para fortalecer la capacidad de comunicación y, en consecuencia, incrementar el impacto del Plan en términos de un conocimiento de las oportunidades brindadas por los fondos europeos.*

Estas recomendaciones se consideran pertinentes, en primer lugar, por cuanto en la Evaluación Intermedia ya se destacaba que los medios de comunicación social constituyen el principal canal de información para la mayoría de las personas. Así, en el proceso de encuestación desarrollado entonces se constató que el 83,2% reconocen haber accedido a la información sobre la UE y el FEDER a través de anuncios en televisión, prensa o radio. Por otro lado, el importante número de visitas a las páginas web refleja su uso por parte de la población a la hora de informarse sobre los asuntos europeos a través de este medio.

De cara a la atención de estas recomendaciones, el Organismo Intermedio ha venido incorporando en su página web contenidos a disposición de los medios que facilitan la distribución de la información relacionada con el Programa, tanto para la ciudadanía en general, como de cara a su posterior tratamiento y difusión por parte de los medios de comunicación. Así se han introducido contenidos entre los que se encuentran un Dossier

con información sobre el PO FEDER de Cantabria o la incorporación de videos informativos sobre la importancia de los Fondos en la Región destacada en distintos actos públicos.

RECOMENDACIÓN 10: *Al objeto de aumentar la repercusión del Plan, podría valorarse intensificar las actuaciones dirigidas a la ciudadanía, en particular las relativas a operaciones de carácter intangible, más aún por la importancia concedida a la I+D+i y la Sociedad de la Información, cuyos resultados y efectos son más complicados de transmitir y de dar a conocer.*

En este sentido, y de cara a reforzar el conocimiento de los beneficiarios potenciales, los beneficiarios y el público en general de la incidencia que los fondos europeos tienen en la vida cotidiana de los cántabros, y de lo que están suponiendo para el desarrollo de la Comunidad Autónoma, se ha impulsado el desarrollo de numerosas actuaciones de difusión, que se han centrado principalmente en la generación de noticias y notas de prensa, pero también en la difusión de las convocatorias y resoluciones de distintas actuaciones en otros medios como el Boletín Oficial de Cantabria o la página web del FEDER.

Destaca finalmente la realización de una importante campaña publicitaria en los meses de septiembre, octubre y noviembre de 2012 consistente en la realización de acciones destinadas a incrementar el conocimiento del ciudadano acerca de la finalidad, instrumentos y resultados del PO FEDER de Cantabria. Estas acciones se han encuadrado en un ambicioso Plan de Medios que ha incluido publicaciones en prensa, radio, televisión, internet y publicidad exterior en marquesinas y a través de carteles.

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

La estrategia de comunicación del PO FEDER de Cantabria fue analizada en 2010 con motivo de la Evaluación Intermedia del Plan de Comunicación del Programa. Entonces se concluyó, entre otras consideraciones, que la estrategia de comunicación de los Fondos Estructurales en España ha sido el resultado de una amplia participación institucional, lo que ha favorecido la definición de bases comunes que han permitido fundamentar el desarrollo de cada uno de los Planes.

Este punto de partida ha permitido construir, en el caso del Plan de Comunicación del PO FEDER de Cantabria, una estrategia que ha sido valorada muy positivamente en el proceso de evaluación llevado a cabo en 2010, con unos objetivos consensuados y unos grupos destinatarios compartidos por todos. De esta forma, la formulación estratégica se ha visto reforzada respecto al anterior periodo 2000-2006, evitando una excesiva dispersión y favoreciendo la generación de sinergias para una mayor difusión del mensaje de los Fondos Estructurales y la Política de Cohesión.

Se analizan a continuación cada uno de los aspectos de la estrategia revisados con motivo de la Evaluación Intermedia con el objetivo de analizar los cambios, que desde entonces se hayan podido realizar, y la repercusión de los mismos en el desarrollo del Plan de Comunicación del PO FEDER de Cantabria.

3.1. PRINCIPALES AVANCES CONSEGUIDOS RESPECTO A LA PERTINENCIA DEL PLAN

El trabajo de Evaluación Intermedia del Plan de Comunicación puso de manifiesto que la política de comunicación para el PO FEDER de Cantabria se encuentra sustentada en una apropiada lógica de intervención. Así, se concluyó que la definición de la estrategia ha permitido, dando respuesta a los requisitos normativos y a las orientaciones comunitarias en materia de información y publicidad, establecer una lógica de intervención con medidas adecuadas para responder, tanto a los objetivos definidos en el Plan, como a las necesidades de los colectivos destinatarios del mismo.

Desde entonces, se han producido avances en este ámbito que han permitido, no sólo consolidar la estrategia del Plan, si no también reforzar diversos aspectos que han permitido dotarla de una mayor pertinencia.

Destaca en primer lugar la **reprogramación que se ha llevado a cabo del indicador de realización “número de acciones de difusión”**, adaptándose al ritmo de ejecución observado en el Plan y estableciéndose una meta más ambiciosa. Este cambio, fue

aprobado en el Comité de Seguimiento del Programa Operativo celebrado el 24 de mayo de 2011.

Con relación a este indicador, las expectativas respecto a su ritmo de ejecución han mejorado, lo que ha derivado en un incremento de más del doble respecto al valor programado inicialmente. De este modo, se potencia uno de los instrumentos con mayor impacto sobre la información al conjunto de la población.

Respecto a **la gestión operativa del Plan**, el importante papel de coordinación llevado a cabo por el GERIP, que ya se puso de manifiesto en la Evaluación Intermedia, se ha consolidado desde entonces estableciéndose nuevas directrices y orientaciones que han permitido dotar a los Planes de una mayor pertinencia.

Entre las novedades introducidas destaca la definición de unos criterios comunes para la selección de buenas prácticas de actuaciones cofinanciadas, creándose una base de datos en la que se recopilan casos de éxito de todos los Programas Operativos FEDER en España. Esta base de datos se encuentra disponible en la página Web de la Dirección General de Fondos Comunitarios, incluyéndose fichas por cada uno de los PO FEDER regionales/plurirregionales. Estas fichas incorporan, además de la justificación del cumplimiento de cada uno de los criterios establecidos para su selección como buena práctica, imágenes que ilustran cada una de las actuaciones desarrolladas.

Al igual que en el caso del GERIP, el papel de coordinación llevado a cabo por el grupo técnico de trabajo GRECO-AGE que reúne a organismos de la Administración General del Estado involucrados en la gestión de recursos del FEDER y Fondo de Cohesión, se ha visto reforzado en los últimos años facilitándose el intercambio de información y la puesta en común de problemáticas y experiencias. Además, la participación de los responsables nacionales de comunicación en las distintas reuniones celebradas en la red europea de comunicación INFORM sigue siendo un factor determinante a la hora de interpretar la información y legislación publicitaria favoreciendo la adaptación de las mejores soluciones para el caso de España.

Según las encuestas distribuidas entre los organismos gestores implicados en el PO, el 44% de ellos afirman participar en alguna de las redes relacionadas con la comunicación de los fondos europeos. No obstante, este porcentaje se elevaría teniendo en cuenta que la respuesta negativa del Ayuntamiento de Torrelavega puede deberse a algún error o confusión en la respuesta, ya que todos los ayuntamientos que participan del PO FEDER participan en la red de comunicación GRECO-AGE en la que se encuentran representadas las entidades locales.

Desde la perspectiva del **seguimiento y la evaluación del Plan**, se han producido varios avances desde el anterior ejercicio de evaluación, que han permitido reforzar igualmente la pertinencia de la estrategia. Con relación al seguimiento, destaca la definición de

criterios comunes para la determinación del gasto asociado a las medidas de información y publicidad en el seno del GERIP, solventando las dificultades iniciales detectadas para llevar a cabo esta cuantificación.

Por otro lado, vinculado igualmente al seguimiento del Plan, las modificaciones realizadas en la aplicación INFOCO han permitido desarrollar de una forma más eficaz la recopilación de datos para el seguimiento de las actuaciones de comunicación. Estas mejoras han consistido en la introducción de la posibilidad de llevar a cabo un seguimiento particularizado por organismo gestor, lo que ha permitido facilitar la labor de recopilación y explotación de la información. No obstante, esta opción no ha sido finalmente implementada en el caso de los organismos regionales.

Finalmente, en materia de evaluación, la *Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación FEDER, Fondo de Cohesión y FSE 2007-2013*, sigue siendo el referente a la hora de determinar el alcance, contenido y trabajos a desarrollar a la hora de evaluar los planes de comunicación.

No obstante, y debido a las diferencias existentes entre los ejercicios a desarrollar en los distintos momentos en que se debe llevar a cabo la evaluación de los Planes de Comunicación, la red GERIP, en su reunión celebrada el 24 de septiembre de 2012, acordó adecuar el contenido de la Evaluación Final para elevar la utilidad de la misma. Se han tenido en cuenta, para ello, la atención a las recomendaciones de la Evaluación Intermedia, los principales avances registrados desde entonces y la preparación para considerar los aspectos reglamentarios relacionados con la comunicación en el futuro periodo 2014-2020.

En conclusión, los avances y modificaciones que se han producido en el ámbito de la estrategia del Plan de Comunicación del PO FEDER de Cantabria han supuesto mejoras significativas desde el punto de vista de su pertinencia, abarcando distintos ámbitos de influencia sobre la misma como son la gestión operativa, el seguimiento y evaluación del Plan.

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

La Evaluación Intermedia del Plan de Comunicación del PO FEDER de Cantabria valoraba positivamente la **vinculación entre objetivos y medidas del Plan**, vinculación que garantiza que la implementación de las medidas contribuye directamente a la consecución de los objetivos.

En este sentido, hay que destacar que la programación al alza del valor objetivo para el indicador de actividades y actos públicos, ha reforzado además las expectativas respecto al cumplimiento de los objetivos del Plan referidos a *“(O3) informar a la opinión pública del papel que desempeña la Unión Europea en la política regional a través de las actuaciones del Programa Operativo”* y *“(O5) Aumentar la visibilidad de las acciones comunitarias, sensibilizando a la opinión pública”*.

Es de destacar también los esfuerzos realizados en torno al seguimiento del Plan de Comunicación a la hora de dotar de una mayor coherencia la cuantificación de los resultados alcanzados gracias a las acciones desarrolladas. En este sentido, ha sido determinante la implicación de los gestores y organismos encargados del desarrollo de las acciones de comunicación a la hora de imputarlas al indicador adecuado. Esto ha dotado de una mayor coherencia al Plan, apreciándose una correspondencia más estrecha entre el diseño de la Estrategia de Comunicación formulada y el análisis de la ejecución.

Del mismo modo, las reuniones de coordinación en el seno de las redes GERIP y GRECO AGE han propiciado el alcance de acuerdos para mejorar la cuantificación de resultados a través de la aplicación INFOCO. Así, se ha impulsado la introducción de mejoras de cara a las tareas de carga de datos, habilitándose la posibilidad de introducir los indicadores en varios momentos a lo largo del año, sin acumularse esta tarea en un momento puntual, y minimizándose, por tanto, los errores en la cuantificación de resultados.

Por otro lado, la Evaluación Intermedia destacó la adecuada atención de las demandas de información de órganos gestores, beneficiarios, beneficiarios potenciales y población en general, gracias a la estrategia de comunicación diseñada. De esta forma, se destacaba la clara **orientación de las actuaciones a las necesidades de información detectadas**. Desde entonces, esta vinculación se ha visto potenciada, adaptándose el tipo de actuaciones desarrolladas a cada una de las fases de la planificación. Así, mientras en un primer momento se desarrollaron medidas destinadas a la formación e información de los destinatarios y órganos implicados en la gestión del PO, acercándonos a la fase final del periodo de programación, se han impulsado actuaciones destinadas a la difusión de resultados.

A modo de conclusión, la validez y consistencia de la estrategia de comunicación se ha visto reforzada, en la medida en que se han incrementado las metas a alcanzar favoreciéndose las expectativas de cara al cumplimiento de algunos objetivos, se han reforzado las tareas de seguimiento, de cara a la adecuada cuantificación de resultados, y se ha favorecido la orientación de las actuaciones a desarrollar en cada momento en función de las necesidades detectadas, cambiantes a lo largo del periodo de programación.

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

Respecto a la valoración de la dotación de los medios económicos destinados a las actuaciones de comunicación, en la Evaluación Intermedia se advertían las dificultades existentes a la hora de estimar los montantes asociados a su desarrollo. Desde entonces, este aspecto ha sido objeto de debate en las reuniones celebradas en el seno del GERIP, acordándose finalmente una metodología general para la cuantificación de los importes financieros asociados a cada indicador de las actuaciones de información y publicidad.

De acuerdo a esta metodología consensuada, se ha procedido a la revisión del presupuesto recogido en el Plan de Comunicación. Esta revisión, se ha traducido en una reducción de prácticamente el 22% respecto al valor estimado en el momento de realizarse la evaluación intermedia.

Esta revisión de los montantes financieros ha dotado de una mayor coherencia la dimensión financiera del Plan, adaptándose a la dimensión y desarrollo de las acciones de comunicación.

Por otro lado, en cuanto a la disponibilidad de recursos materiales y humanos para la ejecución de las actuaciones de comunicación, en la Evaluación Intermedia se destacó que estas tareas han supuesto una mayor carga de trabajo para coordinadores y gestores, dificultades que se han resuelto recurriendo a asistencias técnicas externas y la mejora de la formación específica de los equipos involucrados en la gestión de los fondos.

Finalmente, en lo que respecta a los medios técnicos, se ha continuado avanzando en los últimos años en la mejora de las disposiciones técnicas por parte de la Autoridad de Gestión y el Organismo Intermedio, mejorándose el sistema de seguimiento implantado, tal y como se ha mencionado en el anterior apartado.

De esta forma, las mejoras en la aplicación INFOCO, junto a la distribución de nuevas directrices y orientaciones en las reuniones de las redes de comunicación, han permitido un uso más eficaz de los medios técnicos existentes.

En este sentido, tal y como se ha referido anteriormente, la aplicación INFOCO se ha consolidado como un instrumento consistente y de gran utilidad. Se ha reforzado además la seguridad que ofrece el sistema, gracias a la incorporación del acceso a la aplicación únicamente a través de certificado digital.

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

El grado de integración de la igualdad de oportunidades en la estrategia de comunicación del PO FEDER de Cantabria fue considerado como positivo en la Evaluación Intermedia, aludiéndose principalmente a la selección de los destinatarios, difusión de este principio y utilización a lo largo de su desarrollo de un lenguaje adecuado y no sexista. No obstante, se identificaban márgenes de mejora en la definición de objetivos y medidas específicas destinadas a poner de relieve el Principio de Igualdad de Oportunidades.

En este sentido, desde entonces, se han realizado esfuerzos que han permitido la identificación de mejoras, además de consolidarse los positivos aspectos ya mencionados. Así, se han llevado a cabo medidas específicas en este sentido como la realización de distintas convocatorias en el marco del Grupo Técnico Interdepartamental de la Comisión para la igualdad de Género del Gobierno de Cantabria. En el marco de estas convocatorias, se ha dado a conocer una novedosa herramienta interactiva para elaborar informes de impacto de género en el marco de la implementación de las políticas públicas.

En cuanto a la utilización de un lenguaje adecuado en el desarrollo de las acciones de comunicación, se ha incidido en este aspecto trasladándose a los gestores la importancia del uso de un lenguaje sensible al género o lenguaje inclusivo en la expresión verbal y redacción escrita de comunicaciones, notas de prensa, folletos...

Las acciones mencionadas suponen positivos avances, respecto al anterior ejercicio de evaluación llevado a cabo en 2010, en la integración de este principio horizontal en la estrategia del Plan de Comunicación más allá de la consolidación de aquellos aspectos entonces ya identificados.

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

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 del PO FEDER de Cantabria, 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.

Dicha ejecución se ha traducido en la cuantificación de una serie de **indicadores** que reúnen la perspectiva de las realizaciones y resultados de la estrategia de comunicación, así como los objetivos definidos para el conjunto del período de programación (2007-2013). Estos indicadores se almacenan en la aplicación informática **INFOCO** en la que se recoge un registro de todas las actuaciones puestas en marcha por los diferentes beneficiarios/órganos gestores o colaboradores/Organismos Intermedios y Autoridades de Gestión.

La Evaluación Intermedia dejó constancia de la relevancia de tales indicadores, consensuados en el seno de GERIP, así como de la calidad y adecuación de los mismos para llevar a cabo las tareas de seguimiento y evaluación. En lo concerniente a la valoración de la calidad de los Indicadores de Seguimiento, a partir de la apreciación del grado de cumplimiento de los criterios de pertinencia, relevancia, cuantificabilidad y fiabilidad, cabe afirmar que *el nivel cualitativo de los mismos es satisfactorio y adecuado para el seguimiento de las medidas de información y publicidad del Plan.*

No obstante, el propio informe de Evaluación Intermedia señalaba, asimismo la existencia de algunas limitaciones de este sistema de indicadores que en respuesta a las recomendaciones realizadas han sido objeto de mejora en los últimos años.

Es el caso de las dificultades detectadas, sobre todo en los primeros momentos de puesta en práctica de los indicadores, con la correcta interpretación de algunos de ellos o la necesidad de llevar a cabo un trabajo específico para la cuantificación de otros (como el número de asistentes a determinados actos o eventos en los que la temática de la Política de Cohesión comparte auditorio con otros campos de análisis).

Así, durante 2010 (reuniones de marzo y julio) los representantes de GERIP concretaron en mayor medida la metodología para la cuantificación de aquellos indicadores en los que se habían detectado problemas, como el número de asistentes a actos o actividades públicas, puntos de distribución o el criterio a seguir para el reparto del montante en

función de la financiación que se percibe de cada fondo, cuando se imputaban a más de un Plan de Comunicación.

Estas precisiones y las instrucciones emitidas posteriormente por las Autoridades del Programa han permitido mejorar la calidad de la información volcada en la aplicación informática y aproximar en mayor medida los resultados obtenidos a la realidad de la comunicación del FEDER en Cantabria.

El resultado ha sido una mejor adecuación de la información, si bien aún se observan algunas deficiencias:

- ✦ En la identificación de los organismos responsables de las actuaciones de comunicación, el Gobierno de Cantabria aún bajo el identificativo de Comunidad Autónoma de Cantabria las actuaciones puestas en marcha por todos los órganos gestores u órganos colaboradores del Programa Operativo en el tramo regional.

Esto dificulta el seguimiento particularizado de la comunicación puesta en marcha por dichos organismos, por lo que sería conveniente aprovechar las posibilidades aportadas por INFOCO para codificar los órganos colaboradores permitiendo un seguimiento particularizado por organismo gestor.

- ✦ En la identificación de la contribución de la ayuda FEDER en la descripción de la actuación. Pese a que, en líneas generales, se ha producido un cierto avance, aún se observan organismos y registros en los que no se hace referencia explícita a la aportación de la cofinanciación quedando ésta diluida.

Es el caso, por ejemplo, del ICEX que en ninguno de sus registros identifica la aportación FEDER, de la Subdirección General de Fondos Europeos para la Investigación en la descripción de las publicaciones externas o la Comunidad Autónoma de Cantabria en la descripción de las instrucciones emitidas.

El análisis de la ejecución de la estrategia de comunicación del PO FEDER de Cantabria parte de la **dimensión financiera**. Este examen cobra especial significación en la Evaluación Final del Plan de Comunicación si tenemos en cuenta que fue un aspecto que no se abordó en la Evaluación Intermedia como consecuencia de las dificultades de cuantificación del montante estimado de las actuaciones, que llevaron en 2010 a una concreción de la metodología, así como a la revisión del presupuesto indicativo recogido en el Plan.

A 10 de septiembre de 2013 el montante total estimado para todo el período asciende a 425.320 euros, lo que supone un 96,7% del presupuesto indicativo del Plan de Comunicación. Tomando en consideración que aún resta un cuatrimestre para cerrar el

período de ejecución recogido en el Plan de Comunicación y suponiendo que se mantuviese el ritmo medio de ejecución durante los próximos cuatro meses, la eficacia financiera (medida como el cociente entre el gasto ejecutado y el programado) se podría situar en torno al 100%.

En consecuencia, las previsiones indican el acierto en la programación realizada en términos financieros, que por otro lado, y teniendo en cuenta la evolución de los indicadores de realización y resultado, pone de manifiesto la diferencia respecto al nivel de ejecución de las actuaciones que en varios casos no alcanza su máximo nivel.

Desde la **perspectiva física**, se parte en la valoración de la ejecución de las medidas del estudio en la evolución de los diferentes indicadores de ejecución y resultado hasta el 10 de septiembre de 2013, con una doble perspectiva: el análisis de la ejecución de las actuaciones correspondientes al período 2010-2013 (Tabla 1) y la ejecución final de la estrategia (Tabla 2).

TABLA 1. EJECUCIÓN DEL PLAN COMUNICACIÓN DEL PO FEDER DE CANTABRIA DESDE EL 01/01/2010 HASTA EL 10/09/2013

Tipo Actividad	Indicador realización	Programación	Ejecución	%	Indicador Resultado	Programación	Ejecución	%	Montante estimado
1	Nº actividades y actos públicos	240	105	43,80%	Nº de asistentes	25.600	4.104	16%	33.06
2	Nº de acciones de difusión	505	313	62%					91.079
3	Nº de publicaciones externas realizadas	59	24	40,70%	% publicaciones distribuidas / editadas	100%	97,20%		18.347
					Nº puntos de distribución	40	39	97,50%	
4	Nº de páginas Web	2	2	100%	Nº de Visitas	85.000	85.200	100,20%	16.105
5	Nº de soportes publicitarios	262	104	39,70%					51.193
6	Nº de documentación interna distribuida	160	52	32,50%	% de organismos cubiertos	100%	100%		16
7	Nº de redes de información y publicidad	4	3	75%	Nº reuniones	65	26	40%	5.300
					Nº asistentes	115	93	81,10%	

Fuente: INFOCO.

La ejecución de los diferentes tipos de actuaciones cuantificadas a través de los indicadores se ha visto dinamizada entre los años 2010 y 2013, abordándose en la mayor parte de los casos actuaciones con un menor coste en el marco de la política de

consolidación fiscal que ha venido implementando tanto el Gobierno de Cantabria como la Administración General del Estado. Así, en todos los casos el coste de las actuaciones es menor a la media del período en esta recta final.

TABLA 2. EJECUCIÓN DEL PLAN COMUNICACIÓN DEL PO FEDER DE CANTABRIA PARA EL ACTUAL PERÍODO DE PROGRAMACIÓN (DESDE 1/01/2007 HASTA EL 10/09/2013)

Tipo Actividad	Indicador realización	Programación	Ejecución	%	Indicador Resultado	Programación	Ejecución	%	Montante estimado
1	Nº actividades y actos públicos	240	213	88,80%	Nº de asistentes	25.600	6.167	24,10%	78.266
2	Nº de acciones de difusión	505	461	91,30%					137.671
3	Nº de publicaciones externas realizadas	59	35	59,30%	% publicaciones distribuidas / editadas	100%	98,10%		66.632
					Nº puntos de distribución	40	39	97,50%	
4	Nº de páginas Web	2	2	100%	Nº de Visitas	85.000	68.461	80,50%	39.281
5	Nº de soportes publicitarios	262	131	50%					65.292
6	Nº de documentación interna distribuida	160	124	77,50%	% de organismos cubiertos	100%	100%		25.232
7	Nº de redes de información y publicidad	4	3	75%	Nº reuniones	65	53	81,50%	12.946
					Nº asistentes	115	88	76,70%	

Fuente: INFOCO.

Tal y como se preveía en la Evaluación Intermedia, el aumento en la certificación ha impulsado un crecimiento de las acciones específicas de difusión del papel que realiza la UE y, de forma particular, el FEDER en Cantabria, derivando en una aproximación significativa a los objetivos fijados para el conjunto del período de programación en varios de los indicadores del programa (Tabla 2).

No obstante, al igual que ya se señaló en la anterior Evaluación, persisten los problemas en la ejecución de dos de los indicadores de comunicación, en concreto los referidos al número de soportes publicitarios y número de publicaciones externas realizadas, cuyos niveles de ejecución se encuentran alejados de las previsiones iniciales. Esta circunstancia parece reflejar una previsión optimista al inicio de la programación respecto a las posibilidades reales de implementación frente al presupuesto disponible. Así, mientras la ejecución financiera alcanza los niveles máximos de eficacia, para estos dos indicadores el nivel de ejecución es inferior al 60%.

A 10 de septiembre de 2013 el promedio de ejecución de los indicadores de comunicación se sitúa en el 78,6%, correspondiendo los datos más favorables a los indicadores de resultados (donde la ejecución alcanza prácticamente el 80%) frente a los de realización (con un 77,4%). De forma global, el 78,6% de los indicadores supera el 75% de las previsiones, alcanzando el 35,7% de ellos eficacias superiores al 90%.

En definitiva y de modo general, la puesta en marcha de la estrategia ha permitido alcanzar de forma parcial los objetivos establecidos, dejando constancia de la limitada capacidad de realización frente al presupuesto disponible.

En este contexto, llama la atención el número de acciones de difusión que multiplica su ejecución a partir de 2010 (68% del total) alcanzando el 91,3% en septiembre de 2013, siendo el segundo de los indicadores de realización que más se acercan al objetivo fijado, tras el número de páginas web que alcanza su valor previsto.

Los resultados alcanzados a septiembre de 2013, ponen de manifiesto la necesidad de analizar con mayor nivel detalle cada uno de los indicadores. Dicho análisis, que se aborda a continuación, se encuentra, no obstante, con una dificultad: tal y como se ha comentado anteriormente, la información de la Comunidad Autónoma de Cantabria se recoge de forma agregada, sin diferenciar la ejecución y los resultados correspondientes a los diferentes órganos gestores, lo que complica el análisis detallado.

Respecto a las **actividades y actos públicos**, hay que señalar que se han celebrado hasta 213 eventos en los que se ha tratado el tema de la Unión Europea y/o los Fondos Estructurales, es decir, el 88,8% de los previstos para todo el período. A ellos han asistido 6.167 participantes, lo que supone una asistencia media de 29 personas. Estos datos muestran un descenso en la capacidad de convocatoria desde 2010, si tenemos en cuenta que en el período 2010-2013 la asistencia media ha alcanzado los 39 participantes por actividad frente a los 44 registrados en la Evaluación Intermedia.

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

El importante papel de la Dirección General de Fondos Comunitarios del Ministerio de Economía y Hacienda que persiste a lo largo de todo el período (promoviendo el 58,2% de los actos públicos puestos en marcha), es el resultado del desarrollo de múltiples jornadas,

conferencias, cursos, etc. para facilitar la coordinación con todas las entidades gestoras de fondos de España, en su papel de Autoridad de Gestión.

A ello hay que añadir su necesaria participación en aquellas reuniones de Comisiones de Trabajo, Redes Sectoriales, en las que ostenta la presidencia de tales Grupos, o ante la propia Comisión Europea, como representante máximo del Estado español.

A su vez, la DG de Economía y Asuntos Europeos del Gobierno de Cantabria también ha sido muy activa para dar a conocer, a través de diversos cursos formativos, las operaciones que pueden llevarse a cabo con la financiación comunitaria del PO FEDER y las restantes alternativas de financiación que permite la UE.

Respecto al resto de organismos, el Ayuntamiento de Torrelavega ha realizado varias actuaciones a lo largo del periodo de programación, concentrando su actividad, fundamentalmente, en el año 2012. Tales actuaciones han sido, principalmente, reuniones en torno a la gestión y evolución de la Iniciativa Urbana que gestiona el Ayuntamiento.

La calidad de la información volcada es aceptable, si bien se observa que en la descripción de algunas de las actuaciones no se hace referencia a la contribución explícita del FEDER en el desarrollo de los mismos.

Este problema es aún más patente en el caso del ICEX, donde la descripción de las actuaciones resulta poco explícita en lo relativo a la aportación de la ayuda FEDER en la celebración de foros de inversión y cooperación empresarial, encuentros empresariales y la colocación de stand en ferias.

Finalmente, la Subdirección General de Fondos Europeos para la Investigación (Dirección General de Investigación científica y técnica) no ha puesto en marcha ningún acto público.

Respecto a las **actividades de difusión en medios de comunicación**, el grado de ejecución alcanzado puede considerarse satisfactorio. El número de acciones de difusión hasta septiembre de 2013 asciende a 461, lo que supone un 91,30% de las expectativas establecidas al inicio de la programación. A ello hay que añadir que se alcanza este nivel de ejecución tras haber reprogramado el valor para este indicando tras la Evaluación Intermedia, duplicando el valor inicialmente previsto.

De forma global, el análisis de las actuaciones permite destacar dos conclusiones importantes: de una parte la capacidad de difusión a través de esta vía en Cantabria con una notable repercusión en prensa de las posibilidades y resultados obtenidos por diferentes proyectos (que suponen el 59% de las actuaciones); de otra, la importancia decreciente de este recurso tras alcanzar en 2010 su máximo.

Pese a que existe una importante diversificación en la participación de los diferentes organismos, en tanto todos los órganos participantes en el desarrollo del PO han puesto en marcha alguna actividad de difusión en medios de comunicación, se observa una mayor concentración en los organismos del Gobierno de Cantabria, a quienes corresponde el 74,4% de las actuaciones ejecutadas. En la línea de lo establecido en la Evaluación Intermedia, la mayor parte de estas actuaciones corresponden a la publicación de notas de prensa y noticias en periódicos y páginas web, y en publicaciones en el Boletín Oficial de Cantabria de las operaciones cofinanciadas que se han tenido que licitar por parte de los órganos gestores regionales.

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

Así, este Ayuntamiento, a partir del año 2010 ha difundido las diversas actuaciones y procesos de contratación puestos en marcha en el ámbito de la Iniciativa Urbana de Torrelavega, destacando especialmente el número de actuaciones desarrolladas en los años 2010 y 2012.

Por su parte, la Subdirección General de Fondos para la Investigación ha recurrido, fundamentalmente a partir de 2010, a la difusión a través de la inserción de banner informativos en distintas páginas web así como a la publicación en boletines oficiales de las actuaciones puestas en marcha. Finalmente el ICEX (que ha concentrado su actividad en las anualidades 2010 y 2011) ha recurrido, básicamente, a la inserción de anuncios en revistas y programas de televisión, la creación de webs promocionales y la publicación de anuncios en páginas web.

Como se deduce de lo anterior, las vías de divulgación utilizadas han sido bastante variadas. Además de los anuncios de las operaciones cofinanciadas en los correspondientes Boletines y de las notas de prensa elaboradas, han sido abundantes las notas de prensa, ruedas de prensa y noticias/entrevistas insertadas en prensa escrita, radio y televisión se han producido noticias en los medios de comunicación (prensa escrita y digital) y, en menor medida, el recurso a la difusión digital a través de la inclusión de anuncios, noticias y banner en las webs de los organismos responsables de las actuaciones o creadas al efecto.

Las **publicaciones externas** recogen cualquier tipo de publicaciones editadas (en soporte papel o electrónico) dirigidos a la ciudadanía con la finalidad de dar a conocer el PO o alguna de sus actuaciones concretas, así como aquellas relacionadas con la Política Regional Europea, desde una perspectiva global. En este sentido se han realizado un total de 35, lo que supone una ejecución del 59,3% de las previsiones iniciales.

En los años iniciales de desarrollo del PO la edición de este tipo de publicaciones resultó reducida, y así quedó reflejado en la Evaluación Intermedia del Plan de Comunicación, en cuya informe ya se recomendaba intensificar la elaboración de este tipo de materiales. De esta forma, respecto al periodo 2007-2010, se ha intensificado el ritmo de ejecución en la segunda parte del periodo de programación, intensificación que, por otro lado, no ha conseguido alcanzar finalmente los niveles deseados de ejecución.

Desde el año 2010 se han elaborado todo tipo de folletos y catálogos sobre las actuaciones desarrolladas, así como publicaciones de revistas y gacetas.

En cuanto a la distribución de las realizaciones logradas hasta la fecha, por tipo de instituciones implicadas, el ICEX es el organismo que ha desarrollado un mayor número de publicaciones (14), vinculadas en su mayoría a la participación en ferias, situando al organismo como el primero en ejecución en Cantabria para el indicador 3.

En segundo lugar, los organismos regionales han elaborado hasta 11 publicaciones, entre las que se encuentran la Gaceta Jurídica de Cantabria, folletos del día de Europa, o el diseño e impresión de folletos relacionados con la campaña *“Doce estrellas en tu vida”* que promocionó en 2010 en Cantabria las actuaciones realizadas en el marco del Programa.

En el ámbito del indicador 3, el Ayuntamiento de Torrelavega únicamente ha puesto en marcha una actuación.

En lo relativo a los efectos de estas actuaciones, medidos a través de los indicadores de resultados definidos, ponen de manifiesto el compromiso de las entidades en la distribución del material elaborado que alcanza el 98,1%.

Por otro lado, los puntos de distribución empleados han sido 39, cifra que alcanza prácticamente las previsiones iniciales (97,5%). Llama la atención, sin embargo, la cuantificación de este indicador por parte del ICEX, que afirma distribuir las publicaciones en un único punto.

En conclusión, desde 2010 se ha recurrido de forma frecuente a las publicaciones externas como vehículo de difusión de las actuaciones puestas en marcha y sus principales resultados, publicaciones que sin embargo no han logrado alcanzar los objetivos inicialmente previstos. Si se ha garantizado, sin embargo, la adecuada distribución de la información generada, lo que garantiza un impacto real entre los destinatarios últimos utilizando para ello todos los puntos de distribución definidos al efecto.

El cuarto de los indicadores recogidos en el Plan de Comunicación corresponde a las **páginas web**, que dan soporte a numerosas actuaciones de difusión de la Política de Cohesión y su aplicación en la región. La página web de la Autoridad de Gestión y la del

Organismo Intermedio regional permiten alcanzar en este caso el 100% de los objetivos previstos inicialmente.

Ambas comparten dos características fundamentales: su objetivo (lograr la máxima transparencia en la puesta en definición e implementación de la Política Regional Europea y garantizar el conocimiento del papel jugado por la UE en el impulso de los avances en aquellas áreas que cofinancia el FEDER); y la actualización constante de los contenidos, lo que las convierte en una herramienta de referencia en la obtención de información actualizada de la Política de Cohesión en España y, de forma particular, en Cantabria.

La cobertura lograda por estas páginas web, medida a partir del número de visitas que han tenido, en media, ha sido significativa, alcanzando las 68.461 consultas al año. Este dato, si bien resulta muy positivo, particularmente si tenemos en cuenta el incremento experimentado en relación con la evaluación intermedia, donde alcanzaba las 50.505 visitas anuales, adolece de una debilidad. En concreto, no alcanza el objetivo establecido en un primer momento por el Plan de Comunicación que se sitúa en las 85.000 visitas (representando únicamente el 80,5%).

Por ello, sería necesario garantizar la coherencia temporal de los datos y establecer un sistema de recogida de la información fiable.

La siguiente herramienta se enmarca dentro de los instrumentos tradicionales para la publicidad de los Fondos Estructurales. Se trata de la **cartelería**, en la que se incluye la colocación de vallas, placas, carteles, pero también el material promocional realizado (como bolígrafos, carpetas, camisetas, pen-drives, etc.).

En la política de comunicación del PO FEDER de Cantabria 2007-2013 el uso de estos instrumentos publicitarios ha sido reducido, de hecho, únicamente se han confeccionado 131 cuando se preveían 262 (es decir un 50%). Es preciso señalar que las actuaciones se inician en 2009, con cierta dilación temporal como consecuencia de la tardía aprobación del Programa y el consiguiente retraso en la puesta en marcha de las operaciones. A ello hay que añadir que, tras una positiva evolución tras la finalización de la evaluación intermedia, en 2012 y 2013 vuelve a reducirse el número de actuaciones en este campo, por lo que la eficacia final no alcanza los valores esperados.

Por organismos destacan el papel del ICEX y los organismos regionales, que abarcan el 81% de la cartelería desarrollada.

Entre las actuaciones desarrolladas por el ICEX destaca la presencia prioritaria de la colocación de carteles, atriles, mostradores de promoción, así como la elaboración de material promocional. No obstante, se detectan algunas incidencias en la carga de indicadores, como la inclusión en este indicador de elementos que corresponden a otros

indicadores, como catálogos, informes, programas o desplegados (publicaciones) y convocatorias, solicitudes o formularios de inscripción (documentación interna).

La Comunidad Autónoma de Cantabria ha aglutinado, por su parte, el 33,6% de las actuaciones. En este caso, las actuaciones han consistido en la colocación de carteles, publicidad en marquesinas o elaboración y distribución de material promocional.

La sexta categoría de actividades de información y publicidad en las que se organiza el sistema de indicadores del Plan de Comunicación tiene que ver con las **instrucciones emitidas hacia los participantes de los Programas Operativos o lo que se conoce como documentación interna**. Esta actividad se refiere a la distribución de toda la documentación hacia los organismos gestores y beneficiarios de las ayudas comunitarias con el fin de conseguir la máxima transparencia de las actuaciones a cofinanciar. En concreto, se ha distribuido un total de 124 documentos que han posibilitado un mejor conocimiento de las obligaciones en todos los ámbitos de la gestión de los fondos, incluidos los aspectos de comunicación. Dicha cantidad supone el 77,5% de lo programado para todo el período.

El examen de las actuaciones puestas en marcha permite destacar dos conclusiones fundamentales:

De una parte la importancia que este tipo de actuaciones tuvo en los años iniciales de puesta en marcha tanto del PO como de la estrategia de comunicación, durante los cuales la necesidad de instrucciones específicas que informasen acerca de cómo implementar los procedimientos constituye un elemento fundamental para el éxito del PO. A partir de 2009, sin embargo, comienza una senda decreciente.

De otra, el compromiso de la Autoridad de Gestión del PO en este sentido que ha elaborado y distribuido entre los participantes en el proceso de aplicación del FEDER en Cantabria un volumen significativo de guías, informes, instrucciones y demás documentos de trabajo (el 76,6% del total) a todos los participantes en el proceso de la aplicación de los Fondos.

Respecto a la cobertura lograda de organismos que han accedido a dicha información, la valoración es positiva, si se tiene en cuenta que la documentación ha llegado al 100% de los destinatarios a la que se dirigía, mejorando el dato de la Evaluación Intermedia que se situaba en el 98,9%.

No obstante, el nivel de eficacia del indicador de realización referido a las instrucciones emitidas no ha alcanzado las expectativas formuladas al inicio del periodo, por lo que se recomienda, de cara a posteriores ejercicios de programación, reajustar los niveles objetivo a las posibilidades reales de ejecución atendiendo a la experiencia adquirida en el periodo 2007-2013.

Por último, el indicador de número de **redes existentes de información y publicidad** para facilitar la puesta en marcha e implementación práctica de la estrategia de comunicación diseñada asciende a 3 (GERIP, GRECO-AGE e INFORM, que inicialmente no se había computado). No obstante, no se ha alcanzado el objetivo planteado de 4 redes, ya que inicialmente se planteó la posibilidad de crear una red regional de encargados de las tareas de información y publicidad que finalmente no se ha llegado a implementar.

Destaca, por su importante funcionalidad, el GERIP que se ha configurado como el foro principal de discusión en materia de comunicación (abarcando todas las tareas que definen el procedimiento desde la programación hasta la evaluación final, pasando por la ejecución y el seguimiento). En ella vienen participando de forma muy activa, como ya se ha comentado, las responsables de comunicación de las Autoridades de Gestión y los responsables de comunicación regionales. Pero también el GRECO-AGE, que desempeña este mismo papel en el ámbito de los organismos de la Administración Central. Su utilidad reside, no sólo en el carácter técnico de este Grupo, que lo convierte en un foro muy adecuado para proponer soluciones prácticas en lo que a la comunicación de los Fondos respecta, sino también en un *"semillero"* de propuestas y orientaciones a trasladar a GERIP para su consideración.

A 10 de septiembre de 2013 se han celebrado 53 reuniones por el total de redes de comunicación, es decir, el 81,5% de las previstas inicialmente, con una asistencia media de 88 participantes por sesión, lo que ha permitido que el resultado medido en participación ascienda al 76,7%

En 2007, coincidiendo con la etapa de preparación de los Planes, se organizaron 9, a las que asistieron, en promedio, 76 personas. En 2009 se produce un incremento significativo de la actividad de estas redes, como consecuencia de las mayores necesidades de coordinación que hay por la puesta en práctica de los mecanismos de seguimiento de los Planes y la organización previa de la evaluación reglamentaria de 2010.

Desde entonces, se ha mantenido una tendencia decreciente, consecuencia del adecuado funcionamiento de los mecanismos instaurados y, por consiguiente, de la menor necesidad de celebración de reuniones a lo largo del año tanto en el GERIP como en el GRECO-AGE.

En cuanto a la no formalización de la red regional de comunicación, es preciso considerar, tal y como se indicó en la evaluación intermedia, que pese a no contar con entidad propia al no habersele asignado una denominación particular, se han celebrado reuniones entre los gestores regionales cuya temática se ha centrado en las labores de comunicación asociadas al PO FEDER.

Se recomienda, por tanto, de cara al periodo 2014-2020, plantear la institucionalización de la red regional de comunicación de cara al reconocimiento de las actividades que, en este campo, se vienen realizando a nivel regional en los últimos años.

Finalmente, se prevé en los próximos meses, debido a las nuevas necesidades de información y coordinación derivadas de la aprobación de los Reglamentos del período 2014-2020 y de los correspondientes Programas Operativos, el incremento en el número de convocatorias de las redes, particularmente en el ámbito nacional, aproximando en mayor medida el cumplimiento del objetivo para el número de reuniones.

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 del PO FEDER de Cantabria celebrados hasta la fecha han recibido información de la Autoridad de Gestión y el Organismo Intermedio 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, 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. Los Actos Anuales de Política Regional y Fondos Europeos en España organizados desde el término de la Evaluación Intermedia han sido los siguientes:
 - ✦ En 2010, la DGFC, como Autoridad de Gestión del FEDER, organizó el Acto Anual en las instalaciones de la Universidad de Alcalá los días 25 y 26 de noviembre. A ella asistieron beneficiarios y potenciales beneficiarios de las ayudas comunitarias y representantes del mundo académico, para informar y debatir de los avances en las actuaciones llevadas a cabo y del futuro de la Política de Cohesión, abriendo, a su vez, la posibilidad de enseñar al público en general las mejores actuaciones cofinanciadas.
 - ✦ En 2011, el evento organizado por la Autoridad de Gestión del FEDER tuvo lugar los días 28 y 29 de noviembre en la sede de la Universidad Complutense en Aranjuez. En el mismo, además de difundir los logros alcanzados ese año por la Política Regional en España, se reflexionó acerca de su futuro, marcado por la aprobación de la Estrategia Europa 2020.
 - ✦ En 2012, el Acto Anual que organizó la DGFC en Sevilla se hizo coincidir con la jornada sobre “Estrategias de investigación e innovación para la Especialización Inteligente (RIS3) 2014-2020 en España”, debido a la gran relevancia que este tipo de actuaciones están tomando en el final del actual periodo de programación y, sobre todo, de cara al próximo 2014-2020.

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 de Cantabria ha tenido en cuenta este imperativo de la normativa comunitaria, previendo la publicación de dicha lista en la medida 2.8 destinada a los beneficiarios.

✈ 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 por la DGFC del MHyAP, reportándose al respecto en los Informes Anuales. De hecho, con ocasión del Día de Europa se han organizado diversos actos y celebraciones que han permitido aumentar la visibilidad de la UE y los Fondos.

✦ **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 Comunicación, que quedan recogidas y analizadas en detalle en el capítulo 9.2 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 del PO para su presentación a los Comités de Seguimiento.

Todos estos pilares sobre los que el sistema de seguimiento se sostiene cuentan con soporte material para su consulta elaborado por la DGFC, gracias a la **existencia de instrucciones emitidas a los órganos encargados de la gestión y ejecución de las ayudas.**

El último exponente que cabe destacar es el “*Breve Manual Recopilatorio de Cuestiones de tipo práctico en materia de Comunicación*”, que ofrece información sobre la metodología de los indicadores de comunicación, criterios para la selección de Buenas Prácticas de comunicación y de actuaciones cofinanciadas, entre otras consideraciones sobre determinados aspectos relevantes relacionados con las medidas de información y publicidad.

Esta labor de comunicación ha afectado a todas las parcelas de la gestión de los Fondos. De hecho, más de la mitad de los organismos gestores que participan en el 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 en su totalidad declaran haber distribuido instrucciones específicas a los mismos.

Respecto a la calidad de los procedimientos establecidos, los dispositivos instaurados para la aplicación del Plan de Comunicación han funcionado de una manera eficaz. Así, 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 cualitativo muy importante respecto a la situación del período anterior y ha conllevado, desde 2010, un proceso de aprendizaje que debería capitalizarse para el futuro. En este sentido, las dificultades iniciales detectadas para la interpretación de algunos indicadores se han resuelto progresivamente.

En segundo lugar, el sistema de evaluación se ha distinguido por su excelencia desde el inicio de la programación. No en vano, se ha reconocido como una buena práctica y se ha convertido en un referente a escala comunitaria. Además, los resultados de la Evaluación Intermedia han servido para mejorar la gestión de las actividades de información y publicidad y procurar elevar el impacto de las mismas.

En tercer lugar, los procedimientos de verificación han sido, igualmente, útiles para asegurar la certificación regular del gasto realizado. De hecho, de acuerdo con las entrevistas mantenidas con los organismos intermedios, no se han producido incidencias importantes en materia de información y publicidad detectadas en las tareas de control previo.

Desde la óptica de los órganos gestores, los elementos mejor apreciados han sido el sistema de seguimiento basado en indicadores, la metodología para la selección de buenas prácticas y los mecanismos de evaluación instaurados.

Por su parte, las cuestiones a mejorar que se señalan tienen que ver, sobre todo, con una mayor flexibilidad y simplificación de ciertos procesos y la integración de las aplicaciones informáticas para la gestión de las actividades de comunicación.

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 que garantizan 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 referencia a la disposición de manuales específicos de gestión, control, evaluación, información y publicidad, se han elaborado distintos documentos por todos los organismos implicados en los que se describen los sistemas, la organización y los procedimientos diseñados, así como los sistemas de auditoría interna establecidos por todos ellos.

Este soporte documental, al que se alude en la Evaluación Intermedia, se ha ido actualizando y ampliando en los últimos años. Así, tal y como se ha mencionado anteriormente, se ha elaborado por parte de la Autoridad de Gestión al ya citado "*Breve Manual Recopilatorio de Cuestiones de tipo práctico en materia de Comunicación.*"

A su vez, varios organismos intermedios han adaptado las orientaciones y disposiciones generales de aplicación de los fondos a las características específicas de las ayudas que gestionan.

Por ejemplo, en 2011 la DG de Innovación y Competitividad redactó sendos Manuales para la justificación del Programa Nacional de Cooperación Público-Privada y del Programa Nacional de Infraestructuras Científico-Tecnológicas, que se han ido actualizando posteriormente.

Con relación a la situación advertida a mitad de período, la principal novedad reside en la puesta a disposición de información general relativa al próximo período de programación, las propuestas de Reglamento de los Fondos del Marco Estratégico Común (MEC) actualmente en negociación y un conjunto de documentos de trabajo sobre determinados aspectos a tener en cuenta de cara al 2014-2020. Toda esta documentación está accesible en la página Web de la DGFC.

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, lo que asegura un alto grado de transparencia en la gestión de las ayudas.

Por consiguiente, la disposición de manuales prácticos para la implementación de los fondos se considera satisfactoria, en la medida en que se ha comprobado que la información se ha actualizado y adaptado a las necesidades que han ido surgiendo con el avance de la ejecución.

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 del Programa Operativo se ha evaluado en el apartado 3.3 del presente Informe.

Allí ya se señalaba que el presupuesto de 440.000 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 425.320 euros. Esta cantidad supone el 96,7% de los recursos asignados.

Sin embargo, si consideramos aquellos indicadores con niveles de ejecución más reducidos (número de publicaciones externas realizadas, número de soportes publicitarios) los medios financieros en estos casos no se han adaptado al nivel programado para estos indicadores, ya que éstos sólo alcanzan niveles de ejecución en torno al 50% mientras los recursos asignados se encuentran ya prácticamente agotados.

Las tipologías de actividades que han absorbido un mayor volumen de recursos han sido las dirigidas a la realización acciones de difusión, seguidas por las actividades y actos públicos. En el extremo opuesto se encuentran las reuniones de las redes de información y publicidad, la distribución de documentación interna y la creación de páginas Web, que, en su conjunto, tan sólo suponen el 18 % del gasto realizado hasta la fecha.

Por lo que respecta a los equipos de trabajo dedicados a los temas de comunicación de los fondos, hay que señalar que su dotación se ha mantenido inalterada y, en general, siempre existe, al menos, una persona encargada de las cuestiones de información y publicidad en cada organismo. Sin embargo, se han producido cambios puntuales en algunos de ellos desde 2010, como consecuencia de la natural rotación de personal en la Administración.

No obstante, el trabajo en red y de asesoramiento por parte de la DGFC ha propiciado la consecución de un mayor conocimiento de los responsables de comunicación en el desarrollo de sus funciones.

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 posibilita el almacenamiento adecuado de la información.

Como ya se ha comentado, a partir de 2010, tras las pasadas evaluaciones intermedias de los Planes 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.

Las ventajas que ofrece INFOCO para un desempeño óptimo del Plan de Comunicación son:

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

Hay que señalar que el potencial de esta herramienta depende de la colaboración de todos los organismos gestores de actuaciones cofinanciadas y su cumplimiento de los criterios acordados sobre la forma y momento de completar los indicadores, para que la información esté disponible y satisfaga las necesidades que precisan las tareas de seguimiento y evaluación.

En este sentido, aunque se ha producido una cierta mejora, al aprobarse, en el seno del GERIP, el compromiso de grabar indicadores un mínimo de dos veces al año, es preciso señalar que su acatamiento no ha sido extensible a todos los organismos, y aún existe una cierta tendencia a concentrar la carga de indicadores en los meses previos a la elaboración de los Informes Anuales de Ejecución.

Con relación a la estructura y funcionamiento de las redes GERIP y GRECO-AGE, su papel se ha consolidado como los principales instrumentos para la coordinación y normalización de las tareas de información y publicidad desarrolladas por los organismos gestores y ejecutores de Fondos Estructurales en España.

Su utilidad es destacada por los miembros que forman parte de ellas. En el caso de la red GERIP, participan, bajo la presidencia de las Autoridades de Gestión del FEDER y del Fondo de Cohesión, así como del FSE, los responsables de comunicación de cada uno de los Planes de Comunicación regionales. Su objetivo fundamental es el establecimiento de una estrategia de comunicación conjunta, la coordinación de sus participantes a la hora de aplicar esta estrategia, el intercambio de ideas, la creación de un foro de discusión y la plataforma para la toma de decisiones y orientaciones consensuadas en beneficio de las funciones que los representantes de comunicación de los Planes tienen que desarrollar. Asimismo, establece un puente informativo entre los participantes de la red española y la red europea INFORM.

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

De esta forma, todas las decisiones adoptadas se toman en estrecha colaboración entre todos los organismos intermedios y colaboradores de los PO en el seno de ambas redes. Dicha cooperación ha estado presente desde la fase de programación de las actuaciones y se ha extendido posteriormente para acordar los mecanismos de ejecución, seguimiento, evaluación y selección de buenas prácticas (tanto de comunicación, como de proyectos cofinanciados).

Como ya aseveraba la Evaluación Intermedia, entre las principales ventajas que la mayor implicación de esta red de actores ha tenido sobre los dispositivos de seguimiento, cabe reconocer por un lado, el mejor conocimiento de los aspectos de publicidad de los PO (recursos disponibles, estrategia y objetivos, medidas a realizar, etc.); y por otro, la legitimidad para poder coordinar y asesorar a todos los beneficiarios del Programa en materia de información y publicidad de Fondos Estructurales.

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.

Por último, en lo que se refiere a la comunicación y coordinación con otros órganos, las cuestiones de información y publicidad del 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 con el Comité de Seguimiento del PO.

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

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

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

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

Por otro lado, para el desarrollo de estas labores de información y publicidad, sobre todo en la parcela destinada a los beneficiarios y el público en general, también se cuenta con la colaboración de la Dirección General de Economía de la Consejería de Economía y Hacienda del Gobierno de Cantabria.

Así, se incluyen en sus páginas Web un espacio específico dedicado a la difusión del PO FEDER de Cantabria, facilitándose la descarga de todos los documentos relacionados con el Programa. Esto pone de relieve el esfuerzo difusor de las actuaciones que se desarrollan con el apoyo del FEDER.

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 PO FEDER de Cantabria 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 cántabra se han analizado expedientes correspondientes a 5 órganos gestores, abarcando actuaciones representativas de los ejes implementados en el caso del FEDER.

Así, se han seleccionado un total de 8 operaciones repartidas entre los ejes 1, 2 y 4 del Programa. De esta forma, se han revisado 4 actuaciones puestas en marcha por distintos organismos gestores del Eje 1 de Economía del Conocimiento e innovación y desarrollo empresarial, mientras que del Eje 2 de Medio ambiente y prevención de riesgos se han seleccionado dos operaciones de un mismo organismo. En el ámbito del Eje 4 se ha revisado una actuación en el ámbito de la Iniciativa Urban.

La selección realizada, con un total de 5 órganos gestores, suponen el 62% del total de los implicados a nivel regional en la gestión del Programa en Cantabria.

Las actuaciones, elegidas de forma aleatoria, se han distribuido de la siguiente forma:

- + Cinco operaciones del Eje 1, cuatro incluidas en el tema prioritario 02 (Infraestructura de I+DT y centros de cualificación en una tecnología específica) y una en el 03 (Transferencia de Tecnología y mejora de las redes de cooperación).
- + Otras dos actuaciones seleccionadas pertenecen al Eje 2 del PO FEDER, incluidas en este caso en el tema prioritario 54 (Otras medidas para la protección del medio ambiente y la gestión de riesgos).
- + Una última operación pertenece al Eje 4 del Programa, en concreto al tema prioritario 61 de Proyectos integrados para la regeneración urbana y rural.

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

- + Se ha dado publicidad a la participación comunitaria en el proyecto cofinanciado y se ha comunicado al beneficiario la cofinanciación europea.
- + Se ha comunicado al beneficiario que debe cumplir la normativa nacional y comunitaria de aplicación.
- + Se ha informado al destinatario último que la aceptación de la ayuda implica la aceptación de su inclusión en una en una lista pública de beneficiarios.
- + Se cumple con las medidas de información y publicidad establecidas en el artículo 8 del Reglamento 1828/2006.

Además, se han llevado a cabo otras actuaciones de información y publicidad, como la colocación carteles, la publicidad en medios de comunicación o en páginas web (www.federcantabria.es) o la utilización de pegatinas para la identificación de equipos cofinanciados.

Por otro lado, en el caso de las operaciones que han implicado procesos de contratación pública, se ha cumplido en la mayoría de los casos con las normas en materia de publicidad. Únicamente se destaca una incidencia, en cualquier caso no cuantificable y que no conlleva descertificación, que aparece en dos de los expedientes seleccionados. Esta incidencia detectada se refiere a la no alusión a la cofinanciación comunitaria en las publicaciones en el DOUE, circunstancia ésta que hace recomendable que se sigan las instrucciones que existen a este efecto.

De esta forma, se aprecia un grado de cumplimiento adecuado de los requisitos normativos en el ámbito de la comunicación, sin haberse detectado errores o incidencias cuantificables al respecto, por lo que el gasto realizado que se ha declarado con carácter previo para su certificación es conforme en cuanto a los requisitos de información y publicidad.

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 del PO FEDER de Cantabria 2007-2013 determinó que se respondía a los requisitos para la integración del principio horizontal de Igualdad de Oportunidades en la medida que en todas las fases de desarrollo del mismo se ha mantenido una imagen plural y no estereotipada de las funciones de las mujeres y los hombres en la sociedad.

Así, se justificó tanto desde la perspectiva de los objetivos de comunicación establecidos, como de la selección de los colectivos destinatarios y en la definición de los procedimientos de seguimiento y evaluación que garantiza su implementación.

Por lo que se refiere a las actuaciones, se considera suficiente, aunque es el ámbito donde el margen de mejora es más amplio. En todo caso, la puesta en marcha de este tipo de actividades orientadas a aumentar la visibilidad de la contribución del FEDER a los objetivos de igualdad de oportunidades, mediante acciones de comunicación y publicidad, ha favorecido que el conjunto de la ciudadanía perciba con mayor nitidez el papel que la UE desempeña en esta materia en Cantabria.

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 el PO, ya sean organismos beneficiarios, beneficiarios potenciales o población en su conjunto, 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 del PO, las oportunidades que ofrece y los resultados derivados de la implementación de los proyectos cofinanciados.

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 del FEDER en Cantabria sea adecuada.**

Desde un punto de vista más aplicado, en el ámbito de los mecanismos instrumentados para la obtención de la ayuda FEDER, los procedimientos de contratación llevados a cabo han asegurado la libre concurrencia y los procesos de evaluación de las solicitudes de ayuda se han regido siempre bajo criterios de excelencia técnica y organizativa que otorgan igualdad de oportunidades a hombres y mujeres.

En consecuencia, esta evaluación final concluye que **se ha dado igualdad de trato en la selección de los proyectos puestos en marcha en este 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 generada, producción audiovisual, así como en los discursos institucionales, que ha procurado hacer uso de un **lenguaje no sexista** y una imagen sin estereotipos sexistas.

Por otra parte, se han llevado a cabo actuaciones específicas vinculadas a la temática de género en el marco del FEDER que han permitido una mayor concienciación de la población sobre la lucha contra la discriminación. Esto resulta patente en la celebración de diferentes actos y la participación del Organismo Intermedio y otros órganos gestores sobre la temática de la igualdad de oportunidades, como la Red de Igualdad de Oportunidades o las sesiones del Grupo Técnico Interdepartamental de la Comisión para la Igualdad de Género del Gobierno de Cantabria.

Desde la óptica de los efectos de las medidas de comunicación respecto a las necesidades de información de la población femenina, la metodología de evaluación definida para este período de programación 2007-2013 se dotó de los instrumentos necesarios para detectar las posibles brechas de género existentes en el grado de conocimiento de los Fondos Estructurales y del papel desempeñado por la Unión Europea, a través de la realización de encuestas a la población. Sin duda, **esta cuestión se estima muy positivamente**.

Así, en 2010 la Evaluación Intermedia puso de relieve el menor grado de conocimiento observado entre las mujeres, que se cifró en 6,9 puntos porcentuales inferior al de los hombres en lo que se refiere al conocimiento de la contribución de la UE al desarrollo regional. Los resultados obtenidos en 2013, pese a poner de manifiesto un retroceso generalizado, muestran un factor positivo en la eliminación de la brecha de género. De hecho, se observa un mayor conocimiento por parte de la población femenina.

Esta tendencia se reproduce, asimismo, en el caso de la información sobre el FEDER, donde la diferencia inicial, de 15,4 puntos porcentuales se ha reducido hasta los 0,7 puntos.

Sin embargo, esta información puede considerarse de carácter general, dado que cuando se pregunta por la temática objetivo del FEDER, existe siempre una diferencia favorable a la población masculina, tanto en la anualidad 2010 como en 2013.

Otro elemento positivo en relación con la igualdad de oportunidades y la información lo encontramos en la mejora que se ha observado en relación con el porcentaje de la población que conoce que el FEDER persigue, entre otros objetivos, la reducción de la desigualdad entre hombres y mujeres (que ha pasado del 32,4% en 2010 al 37,6%).

En conclusión, la valoración global puede considerarse positiva en la medida en 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.

Además, en un contexto en el que el conocimiento de los Fondos Estructurales en Cantabria se ha visto reducido, se ha producido una mejora relativa del posicionamiento de la población femenina, favoreciendo una reducción e incluso desaparición de la brecha de género, así como un conocimiento creciente por parte del conjunto de la población del papel que el mismo juega en la lucha contra la desigualdad entre hombres y mujeres.

Pese a ello se plantean importantes retos de cara al futuro: continuar avanzando en dicho conocimiento dado que éste es uno de los campos menos reconocidos del FEDER entre la ciudadanía y favorecer un mayor conocimiento de las ayudas específicas concedidas por el FEDER entre las mujeres cántabras.

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.

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 órganos gestores y 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).

Tal y como quedo patente en el Informe de Evaluación Intermedia del Plan de Comunicación del PO FEDER de Cantabria, existe una relación directa entre los objetivos de la estrategia y estos indicadores que, en última instancia, pueden considerarse como una cuantificación de los mismos.

Las conclusiones generales de dicho informe pusieron de manifiesto como el impacto de las acciones de información y publicidad sobre los colectivos beneficiados por los proyectos ha sido significativo.

El objetivo en el marco de esta evaluación final en relación con el impacto en la estrategia de comunicación es:

- + Por una parte, 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.
- + Y, por otra, la valoración global del impacto 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.

Tomando como punto de referencia la información obtenida en el amplio trabajo de campo desarrollado (fundamentado en cuatro pilares básicos: entrevistas a la Autoridad de Gestión, Organismos Intermedios y órganos gestores; entrevistas a beneficiarios privados; encuestas al conjunto de la ciudadanía y grupos de trabajo) se ha procedido a la cuantificación de los cinco indicadores de impacto señalados anteriormente.

La valoración comparada de los resultados con respecto a los obtenidos en la Evaluación Intermedia destaca dos elementos fundamentales: la consolidación de la política de comunicación entre los actores implicados en el desarrollo del PO FEDER de Cantabria 2007-2013 y los importantes efectos que la actual situación de crisis económica ha tenido sobre la percepción que la ciudadanía tiene de la recepción de fondos comunitarios por parte de la región y, de modo particular, del FEDER.

En primer lugar, la estimación del impacto de las acciones de comunicación sobre los **organismos gestores** recoge el grado de conocimiento de las obligaciones existentes, la tasa de satisfacción respecto de la información facilitada y la tasa de utilidad de las actuaciones realizadas. En todos los casos los resultados recogen una mejora significativa con respecto a la situación precedente (evaluada en 2010).

TABLA 3. RESUMEN DE LOS INDICADORES DE IMPACTO SOBRE LOS ORGANISMOS GESTORES Y BENEFICIARIOS DE LA AYUDAS

INDICADOR		2010	2013
GRADO DE CONOCIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES EXISTENTES	Perspectiva general	76,8%	88,57%
	Perspectiva aplicada	79,4%	94,4%
TASA DE SATISFACCIÓN RESPECTO A LA INFORMACIÓN FACILITADA		58,3%	100,0%
TASA DE UTILIDAD DE LAS ACTUACIONES		70,8%	86,67%

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

El indicador del **grado de conocimiento** de las obligaciones de información y publicidad para 2013 alcanza el **91,5%**. Este dato es el resultado de aunar una mejora tanto en la perspectiva teórica como en la perspectiva práctica.

En el primero de los ámbitos, los principales avances se han producido en la participación en jornadas relacionadas con el ámbito de la comunicación (que han mejorado notablemente en la valoración recibida –que pasa del 2,17 sobre 4 en 2010 a 2,60 en 2013–) y la participación de los órganos gestores en una red de información y publicidad (Subcomisión de Información y Publicidad de Fondos Europeos). La formación e información derivada de ambas actividades, por otra parte, ha tenido una repercusión directa en el conocimiento más aplicado que se ha traducido en una mejora las acciones de comunicación que se han integrado en todas las fases de la gestión de las ayudas, desde la aprobación de los proyectos, su ejecución y seguimiento, hasta el cierre y terminación de los mismos.

Todo ello ha favorecido que los resultados en términos de una aplicación correcta de las medidas de información y publicidad sean muy satisfactorios. Prueba de ello es que existe un convencimiento absoluto de que se están respetando las características técnicas exigidas reglamentariamente para las medidas de información y publicidad, se está utilizando el eslogan acordado en el Plan de Comunicación, tanto en la documentación generada, como en los soportes empleados, se está mencionando siempre la contribución del FEDER en las convocatorias y resoluciones de las ayudas, convenios, etc., y archivando todo el material de comunicación.

Además, se reconoce que se ha dado la máxima transparencia a los procesos de contratación y concesión de ayudas, en muchos casos con una difusión a través de procedimientos electrónicos (77,8%, lo que supone una mejora de 11 puntos porcentuales con respecto a 2010), en los que se ha proporcionado información acerca de los criterios de selección de los proyectos, los mecanismos de examen de las solicitudes y sus tiempos.

Respecto al impacto producido por la información facilitada a los órganos gestores y beneficiarios, se han estimado los dos indicadores definidos en la *Guía Metodológica para la Evaluación de los Planes de Comunicación*.

Por un lado, la **Tasa de Satisfacción**, que mide 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. El **100%** de los organismos gestores ha valorado positivamente la información recibida, frente al 58,3% obtenido en la Evaluación Intermedia.

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 y Subcomisión de Información y Publicidad de Fondos Europeos) 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.

Por otro lado, 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 del FEDER, se ha situado en el **86,7%**, frente al 70,8% registrado en 2010.

Este resultado consolida los avances observados hasta la mitad del período de programación. De hecho, se comparte mayoritariamente que este tipo de actividades son un buen instrumento para la obtención de información y la consulta para la resolución de cuestiones y dudas.

En conclusión, la realización de jornadas informativas responde adecuadamente al objetivo, no solamente de incrementar las actuaciones de difusión y promoción de los fondos, sino también de mejorar la propia gestión de las ayudas, resolviendo muchas de las dudas relativas a los cambios que se han producido en la normativa que regula las obligaciones de información y publicidad.

No obstante, las actuaciones con este tipo de formato presentan mayores dificultades a la hora de alcanzar una difusión mayoritaria entre beneficiarios privados, sobre todo en pequeñas y medianas empresas.

Por lo que se refiere a los **beneficiarios privados**, en líneas generales el conocimiento es adecuado, advirtiéndose una **conciencia creciente sobre la necesidad de dar cumplimiento a los requisitos normativos de información y publicidad**.

Así, las empresas beneficiarias de ayudas señalan que conocen el Plan de Comunicación del Programa. Sin duda, ello se ha visto facilitado por diversos factores. Entre los más importantes está la labor de los Órganos Gestores de regímenes de ayuda, que han trasladado información a los beneficiarios de las mismas sobre sus obligaciones. Pero, también, su aceptación a formar parte de la *Lista de Beneficiarios* es un elemento que favorece una mayor sensibilización.

Además, entre ellos se observa un compromiso creciente (paralelo al mostrado por parte de los Órganos Gestores del PO), como pone de manifiesto el hecho de que se ha generalizado el recurso a instrumentos de comunicación no obligatorios, como la remisión de notas de prensa (el 50% de los beneficiarios encuestados han elaborado alguna) o la realización de alguna actuación de publicidad para hacer ver los logros conseguidos en actuaciones cofinanciadas con FEDER en menor medida (en el 25% de los casos).

Por su parte, el **impacto de las actividades de información y publicidad sobre la población** está en gran medida condicionado por la sensibilidad de la ciudadanía a los negativos efectos derivados de la actual crisis económica que se ha traducido en un desinterés manifiesto tanto por la actividad política, en general, como por todo lo

relacionado con la Unión Europea, como se ha puesto en relieve en los Grupos de Discusión celebrados.

Esta situación se ha visto agravada por la priorización en los medios de comunicación de las noticias de cariz negativo relacionadas con la coyuntura económica y la UE que a menudo han dejado en un segundo plano la información relacionada con los logros derivados de la Política Regional Europea. A ello contribuye el hecho de que existen incentivos, por parte de las Administraciones nacionales y regionales, de arrogarse, en la información que transmiten, los beneficios de las inversiones realizadas con la ayuda de los fondos, y de atribuir a Bruselas, sin embargo, la adopción de medidas antipopulares como consecuencia de los recortes y ajustes presupuestarios aplicados.

Así, en muchos casos la UE se presenta actualmente como una válvula de escape de la frustración y la decepción que han generado las medidas de austeridad impuestas entre la población.

Y ello se refleja en la obtención de unos resultados mucho menos alentadores entre el conjunto de la población cántabra que entre los beneficiarios directos de las actuaciones cofinanciadas y los propios Órganos Gestores. Así, las encuestas dirigidas a la ciudadanía muestran que un **47,5% de la población regional tiene conocimiento de la percepción por parte de la región de fondos comunitarios** para contribuir al progreso económico y social. La evolución ha sido a la baja en relación con los datos de 2010 (con una caída de 20 puntos porcentuales).

TABLA 4. RESUMEN DE LOS INDICADORES DE IMPACTO SOBRE LA POBLACIÓN

INDICADOR		UNIDAD DE MEDIDA	2010	2013
I.4	GRADO DE CONOCIMIENTO DE LOS FONDOS ESTRUCTURALES	% personas que conocen la existencia del FEDER	57,6%	45,0%
I.5	GRADO DE CONOCIMIENTO DEL PAPEL DESEMPEÑADO POR LA UE	% personas conocedoras de la inversión de la UE a favor del crecimiento y el progreso de la región	68,6%	47,5%

Fuente: Elaboración propia de Regio Plus a partir de la explotación de las encuestas a la ciudadanía

Dicho conocimiento es mayor en el caso de las mujeres (49,8%) frente a los hombres (45%), así como entre el segmento de edad de entre 25 y 54 años (50,8%), situándose el de más de 75 años en el extremo opuesto (35%), al igual que sucedía en 2010.

En consecuencia, es en el conjunto de la población donde se percibe una mayor desafección en los términos señalados con anterioridad. Así, aunque el 7% cree que el papel desempeñado por los Fondos en la región ha sido absolutamente crucial, frente al 3,9% que representaba en 2010, el 55,2% lo juzga de manera positiva o muy beneficiosa, valor que presenta una caída de casi 14 puntos respecto al registrado en 2010.

Esta caída en la confianza de la población cántabra en la importancia de la Política de Cohesión tiene que ver con las dificultades por las que está atravesando la economía española en su conjunto. No en vano, el porcentaje de personas que piensa que su importancia para el desarrollo regional ha sido irrelevante ha aumentado en 13 puntos, pasando del 13,5% en 2010 al 27,3% actualmente.

Al igual que en el caso del conocimiento general de la Política de Cohesión, de forma particular en el FEDER se ha experimentado un retroceso. Así, el porcentaje de la población que, conociendo la llegada de recursos comunitarios a la región para el desarrollo socio económico, han oído hablar del FEDER se reduce hasta el 45%, lo que supone una disminución de 12 puntos porcentuales.

En este contexto, se observan diferencias manifiestas en función del sexo que reducen de forma notoria la brecha de género detectada en 2010. Así el diferencial entre el porcentaje de hombres y mujeres que han oído hablar del FEDER se ha reducido desde los 15,4 puntos porcentuales hasta los 0,7 puntos porcentuales de 2013.

Por tramos de edad, el descenso de la cercanía de la población al FEDER queda patente en todos los tramos de edad.

Por otro lado, al igual que sucedía en 2010, son las cuestiones relacionadas con la inversión en infraestructuras las que tienen una mayor repercusión (el 60,5% de la población conoce proyectos cofinanciados en este ámbito). No obstante, el resto de ayudas destinadas a la investigación, desarrollo e innovación, empresas o a la mejora del medio ambiente, son las que han incrementado su repercusión entre el conjunto de la ciudadanía respecto al análisis realizado en 2010. Situación que, únicamente, no se reproduce en el tramo de edad superior a los 75 años.

Desde una perspectiva instrumental, los datos refuerzan los obtenidos en la Evaluación Intermedia en algunos de los medios de comunicación empleados. Así, es mayor el porcentaje de la población que ha tenido conocimiento de las actuaciones relacionadas con los Fondos Europeos a través de prensa, radio o televisión e internet.

El principal canal de información para la mayor parte de la ciudadanía cántabra siguen siendo los medios de comunicación social que además han visto incrementada su importancia: el 86,7% reconocen haber accedido a información sobre la UE y los Fondos Estructurales a través de anuncios en televisión, prensa o radio, incrementándose su importancia relativa especialmente en el caso de la población más joven.

Asimismo, se considera 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 39,4% de las personas encuestadas que afirman conocer la existencia de los Fondos Estructurales. Valor que, sin embargo, ha experimentado una caída de 2,7 puntos porcentuales respecto al valor alcanzado en 2010.

Pierden también eficacia como instrumentos de comunicación de los Fondos Estructurales las vallas y placas, los carteles y los folletos.

Tal y como se ha indicado anteriormente, destaca la relevancia que adquiere la información aportada a través de anuncios, prensa o radio entre la población de entre 15 y 24 años en lo que ha incidido la importante tarea de difusión realizada en el marco de los mismos (el 94,4% de los encuestados reconocen haber accedido a la información sobre las actuaciones cofinanciadas a través de esta fórmula).

En este último caso, se detecta la importante labor de difusión entre la población más joven alcanzada por la campaña publicitaria promovida a finales de 2012 por la Dirección General de Economía y Asuntos Europeos, cuyo objetivo era incrementar el conocimiento ciudadano a cerca de las finalidades, instrumentos y resultados del PO FEDER de Cantabria.

De todo lo anterior podemos obtener dos conclusiones fundamentales:

- ✦ La existencia de una menor repercusión de las actuaciones cofinanciadas con FEDER en la región cántabra, impulsada por la situación de crisis económica.

No obstante, la sensibilidad de la población se ha visto reforzada frente a las acciones de apoyo relacionadas con la inversión en I+D+i y la Sociedad de la Información, el medio ambiente o las ayudas a empresas en todos los tramos de edad, salvo en la población mayor de 75 años.

- ✦ 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 cántabra. Sin embargo, el impacto real que dicha información tiene es reducido. 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.

Para ello resulta imprescindible 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

El presente capítulo recoge las conclusiones derivadas de los análisis realizados y propone una serie de recomendaciones que permitan, por un lado, avanzar en la superación de los elementos críticos identificados, y por otro, ayudar a preparar la estrategia de comunicación del próximo período de programación 2014-2020.

Conviene tener presente, no obstante, 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, así como a una visión más completa de la situación actual de la información y publicidad relativa a las intervenciones cofinanciadas por el FEDER en el marco del PO.

Las principales **conclusiones** a destacar de la Evaluación Final del Plan de Comunicación del PO FEDER de Cantabria son:

- + **CONCLUSIÓN 1:** El período 2007-2013 ha instaurado la “cultura de la comunicación” en la gestión de los Fondos Estructurales. Este salto cualitativo ha sido posible gracias a la formulación de una estrategia de comunicación coordinada con todos los agentes involucrados en la aplicación de los PO.
- + **CONCLUSIÓN 2:** El papel desempeñado por las redes de comunicación (GERIP, GRECO-AGE) han favorecido la gestión eficiente y coordinada de las actuaciones de información y publicidad con relación a la Política de Cohesión.
- + **CONCLUSIÓN 3:** Los mecanismos de gestión y seguimiento de las actuaciones de información y publicidad también se han perfeccionado en estos últimos años. Así, se han realizado mejoras en el funcionamiento de INFOCO, se han establecido pautas para la imputación del gasto asociado a la comunicación y se han acordado criterios para la identificación de buenas prácticas de operaciones cofinanciadas.
- + **CONCLUSIÓN 4:** El enfoque de género se ha integrado en el planteamiento estratégico de la comunicación, y se ha ido incorporando en los sucesivos avances conseguidos en la aplicación de la estrategia, fundamentalmente a través de la comunicación en torno a actuaciones orientadas a la población femenina. Destaca particularmente su inclusión como uno de los criterios para la selección de buenas prácticas, tanto de comunicación, como de proyectos.
- + **CONCLUSIÓN 5:** Se aprecian márgenes de mejora en el nivel de ejecución de la estrategia de comunicación, al situarse tres de los indicadores en niveles de eficacia

inferiores al 60% (número de publicaciones externas, número de soportes publicitarios y número de asistentes a actividades y actos públicos). Para el resto de los indicadores, la ejecución alcanza valores entre el 75 y el 100% de eficacia, siendo superiores los resultados obtenidos en términos de resultados.

- + **CONCLUSIÓN 6:** Los organismos que han mostrado una mayor capacidad de difusión del mensaje de la contribución de la UE por Administraciones Públicas han sido: en el ámbito de la AGE la Dirección General de Fondos Comunitarios, siendo también reseñable el dinamismo mostrado por el Ayuntamiento de Torrelavega como representante de las entidades locales en el marco del PO FEDER de Cantabria. Al no haberse utilizado la posibilidad de la carga de indicadores diferenciada por organismo gestor a nivel regional, no se ha podido destacar protagonistas en este ámbito.
- + **CONCLUSIÓN 7:** Se aprecia un adecuado grado de cumplimiento de los requisitos normativos en el ámbito de la comunicación, observándose que las actuaciones en las que se detectan incidencias tienen un carácter marginal y se enmarcan dentro de las denominadas incidencias no cuantificables (que únicamente dan lugar a una recomendación) o han sido objeto de subsanación.
- + **CONCLUSIÓN 8:** 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 (91,5%), así como a la elevada utilidad que otorgan a las jornadas o sesiones formativas desarrolladas, y al grado de satisfacción ocasionado por las mismas. A ello se une, además, la mejora observada en todos los ámbitos desde la realización de la Evaluación Intermedia.
- + **CONCLUSIÓN 9:** El impacto de las actuaciones de comunicación sobre la población en general se ha reducido en la segunda mitad del periodo de programación (47,5%), apreciándose los negativos efectos observados como consecuencia de la desafección de la ciudadanía hacia la política y, de forma particular, la Unión Europea en el actual contexto de crisis económica. No obstante, ha habido ámbitos en los que se ha reforzado la sensibilidad de la población, en concreto la inversión en I+D+i y la Sociedad de la Información, y el medio ambiente, todos ellos con una presencia creciente en el próximo periodo 2014-2020.

Respecto a las **recomendaciones** que se desprenden de la presente Evaluación, hay que distinguir las dirigidas a facilitar un cierre adecuado del Plan de Comunicación 2007-2013, por una parte, de las propuestas para mejorar la formulación de la futura estrategia de comunicación 2014-2020, por otra.

Así, en cuanto a las recomendaciones específicas a considerar en lo que resta del actual período de programación, hay que destacar las siguientes:

- + **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 del PO FEDER de Cantabria 2007-2013 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 acercarse en mayor medida a 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 la descripción de las actuaciones vinculadas a los 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 mejorando su descripción y la contribución de la ayuda FEDER.
- + **RECOMENDACIÓN 4.** Continuar trabajando en la mejora del impacto de las actuaciones de comunicación puestas en marcha a través de la orientación de las mismas más hacia la comunicación que hacia la mejora publicación, así como de la particularización del mensaje emitido con la finalidad de interesar a los colectivos con una menor sensibilización hacia la Política Regional Europea.

En cuanto a las recomendaciones de cara a la definición de la estrategia de comunicación del próximo período de programación, se estima conveniente:

- + **RECOMENDACIÓN 5.** Formular una estrategia de comunicación conjunta para los PO FEDER y FSE de Cantabria para el futuro período 2014-2020, que permita aprovechar las economías de escala y mejorar la eficiencia tanto en lo relativo a la propia gestión como al seguimiento y la evaluación de la misma.
- + **RECOMENDACIÓN 6.** Iniciar los trabajos de preparación de la futura estrategia de comunicación 2014-2020 en el marco de la red GERIP, garantizando, de esta forma, la aplicación del principio de asociación y partenariado.
- + **RECOMENDACIÓN 7.** Capitalizar las lecciones positivas del actual período en materia de comunicación, conservando los actuales mecanismos para el seguimiento y la evaluación de los Planes, en particular los indicadores y los criterios para la selección de buenas prácticas. Asimismo, arrancar el seguimiento de las actuaciones de

comunicación con una formación específica en relación con los mismos a todos los órganos implicados.

En este contexto, y de cara a seguir mejorando las tareas de seguimiento y evaluación, sería conveniente diferenciar en el cómputo de la información de cada uno de los indicadores el órgano gestor en los registros de la Comunidad Autónoma de Cantabria, con la finalidad de facilitar el análisis detallado de la ejecución por organismos.

- + **RECOMENDACIÓN 7.** Promover la identificación de un responsable de comunicación en todos los órganos gestores de ayuda FEDER del Gobierno de Cantabria con el fin de lograr una mejor definición de las responsabilidades en materia de comunicación, una mayor difusión de la información generada en torno a la información y la publicidad, así como una garantía de la inclusión en la aplicación informática INFOCO de todas las actuaciones puestas en marcha por los órganos gestores o colaboradores del PO.

Además, estos responsables de comunicación deberían formar parte de una red formal para la coordinación de las actuaciones de publicidad realizadas en relación con el PO FEDER de Cantabria, formalizándose así la actividad en este ámbito que se ha venido realizando a nivel regional en el periodo 2007-2013.

9. BUENAS PRÁCTICAS

9.1. VALORACIÓN DE LAS BUENAS PRÁCTICAS DE COMUNICACIÓN YA IDENTIFICADAS

La ejecución del Plan de Comunicación del PO FEDER de Cantabria 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 7 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/ipr/fcp0713/c/bp/c/Paginas/Inicio.aspx>.

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

- ✦ Según el **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.

Así en 2009 año se reúnen un total de 3 buenas prácticas, al igual que en 2010, mientras que en 2011, el número de buenas prácticas se reduce a 1.

En 2012 es preciso tener en cuenta que aún no se ha cerrado la selección de nuevos casos, selección que finalizará en el momento de la preparación del Informe Anual de Ejecución de los Fondos FEDER y FSE que se entregará a la Comisión en los meses de mayo-junio de 2013.

- ✦ Teniendo en cuenta el **organismo promotor de las actuaciones desarrolladas**, nos encontramos que parte de ellas han sido puestas en marcha por Organismos Intermedios del PO FEDER, siendo importante el número de iniciativas promovidas por la Autoridad de Gestión del Programa.

En cuanto a la valoración general respecto a la consideración de estas actuaciones como Buenas Prácticas, ésta ha resultado 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 7 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

De las 7 buenas prácticas analizadas, 5 de ellas cumplen adecuadamente todos y cada uno de los criterios asociados a su selección y establecidos en el seno del GERIP. De esta forma, se constata que la amplia mayoría de ellas han sido seleccionadas bajo argumentos sólidos que permiten justificar su inclusión entre las acciones de publicidad que mejor han contribuido a la difusión del papel del FEDER en Cantabria.

Estas buenas prácticas han sido llevadas a cabo, tanto por la Autoridad de Gestión del PO como por organismos intermedios regionales. En todo caso suponen una referencia fundamental las realizadas por la Administración General del Estado y, de forma particular, por la Dirección General de Fondos Comunitarios que ha jugado un claro papel ejemplarizante en la realización de las actuaciones, al tiempo que ha apoyado al resto de organismos implicados en la selección y presentación de las actuaciones.

En concreto, las 5 buenas prácticas que se incluyen en este apartado son:

- + La campaña “12 estrellas en tu vida”.
- + 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 2007-1013”.
- + La nueva revista anual INFONDO que la Autoridad de Gestión ha puesto en marcha en el año 2010.
- + La difusión entre la ciudadanía del papel del FEDER en la Construcción complejo Instituto de Hidráulica Ambiental Tanque de Ingeniería Marítima y Torre de Energías Renovables.

Además de incorporar 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 incluye únicamente la buena práctica referida a la “*Actuación en materia de publicidad utilizada para difundir entre la población la operación denominada “Cantabria en Red – Banda Ancha”*”. La razón que justifica su inclusión en esta subdivisión es, que a pesar de haberse justificado todos y cada uno de los criterios para la inclusión de esta actuación en materia de comunicación entre las buenas prácticas en materia de información y publicidad, se echa en falta una mayor concreción en la descripción general con la que se inicia su presentación.

De esta forma, en la presentación de la buena práctica se recomienda introducir desde el principio una mayor alusión al apoyo de las ayudas del FEDER a las actuaciones desarrolladas, y en concreto al Plan Cantabria en Red, que ha permitido extender en

mayor medida entre los ciudadanos de Cantabria la utilización de servicios de conexión a Internet de Banda Ancha.

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

En esta categoría se incluye una única buena práctica que también ha sido seleccionada 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.

Así, en la actuación de comunicación llevada a cabo por el ICEX consistente en “*Un artículo monográfico sobre fondos FEDER en la revista El Exportador*”, se podría haber reforzado el argumento a favor del alto grado de calidad de la actuación desde el punto de vista de la comunicación de los fondos. De esta forma, se podría haber hecho referencia a que, gracias a la publicación de este artículo monográfico sobre las ayudas del FEDER en esta revista, se consigue la difusión del mensaje de la importancia de las ayudas comunitarias entre el sector empresarial, importante receptor de ayudas para el desarrollo de técnicas de comercio exterior, innovación o actividades feriales, entre otras.

La elección de este medio para introducir la referencia al fondo comunitario, permite dirigir la actuación de comunicación hacia un colectivo determinado, potencial receptor del tipo de ayudas concedidas a través de los Programas FEDER, y por tanto, especialmente interesados en aumentar su información sobre las posibilidades que estos programas ofrecen.

9.2. VALORACIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS DE ACTUACIONES COFINANCIADAS

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.

La base de datos de buenas prácticas de la Dirección General de Fondos Comunitarias recoge un total de 2 casos de éxito en el caso del PO FEDER de Cantabria, 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). Las actuaciones seleccionadas que se presentan a continuación pertenecen a los Ejes 1 y 2 del PO, y se centran en los ámbitos de la innovación y el medio ambiente:

- + Construcción del complejo Instituto Hidráulica Ambiental Tanque de Ingeniería Marítima y Torre de Energías Renovables (2011).
- + Saneamiento y depuración en Comillas y Ruiloba: Fase EDAR (2012).

En líneas generales, 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 la buena práctica relacionada con la *“Construcción del Complejo Instituto Hidráulica Ambiental Tanque de Ingeniería Marítima y Torre de Energías Renovables”*, no se 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.
- + 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 Cantabria. Sin embargo, este aspecto no se ha abordado en ninguno de los casos.
- + La **descripción del grado de impacto de la población** debería recoger una mayor especificación del público objetivo en el caso de la buena práctica referida a la *“Construcción del Complejo Instituto Hidráulica Ambiental Tanque de Ingeniería Marítima y Torre de Energías Renovables”*. A parte de la población en general, se podría incidir en la importancia del mismo en la comunidad científica y su implicación en el proyecto.
- + En cuanto a las **sinergias con otras políticas e instrumentos** de intervención pública, se echa en falta en la buena práctica referida al *“Saneamiento y depuración en Comillas y Ruiloba”* una mayor alusión a otras actuaciones desarrolladas en el mismo ámbito a nivel regional. Así, se podría encuadrar la actuación dentro de las inversiones impulsadas en los últimos dos años en la región en infraestructuras de abastecimiento

y saneamiento de aguas, que han comprendido un total de 75 millones de euros hasta julio de 2013.

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 Cantabria se ha realizado un esfuerzo por comenzar a recopilar de acuerdo a este procedimiento las buenas prácticas a partir de 2011, con la implicación de los organismos promotores.

No obstante, sería conveniente tratar de implicar, asimismo, a los órganos gestores y/u nacionales que hasta el momento no han propuesto ninguna de sus actuaciones como buenas prácticas.

9.3. IDENTIFICACIÓN ADICIONAL DE BUENAS PRÁCTICAS

9.3.1. Buenas prácticas de comunicación

La Dirección General de Economía y Asuntos Europeos del Gobierno de Cantabria desarrolló durante los meses de septiembre, octubre y noviembre de 2012 una serie de *“acciones para incrementar el conocimiento ciudadano acerca de las finalidades, instrumentos y resultados del Programa Operativo FEDER de Cantabria 2007-2013”*.

Para el desarrollo de esta campaña se han utilizado medios generales de difusión regional y acciones concretas en los núcleos con mayor población.

Estas actuaciones pueden ser consideradas una buena práctica en tanto cumplen con todos los criterios definidos para tal consideración:

- ✦ *El uso de recursos innovadores en la presentación, organización y/o desarrollo.* Esta campaña de comunicación no se ha centrado en un único medio de comunicación, sino que ha contemplado una gran variedad de instrumentos para garantizar un mayor impacto. Así, se han puesto en marcha acciones en televisión, prensa, radio,

banners en portales de prensa on-line e interactivos, acciones de marketing en la calle mediante la instalación de un stand informativo y distribución de folletos, y utilización de soportes de publicidad exterior en las principales poblaciones cántabras.



Además de esta variedad en el proceso comunicativo desarrollado, la campaña ha incluido un estudio posterior de impacto en el que se ha analizado la efectiva repercusión de la misma en todos los ámbitos, acción ésta que constituye un elemento novedoso de “autoevaluación” de las acciones desarrolladas.

- ✦ **La adecuación de los contenidos a los objetivos perseguidos.** Los objetivos de esta actuación son dar mayor visibilidad a las acciones llevadas a cabo en la región con los fondos europeos y difundir entre la población la aportación de estos a la convergencia de Cantabria con el resto de regiones europeas, objetivos en línea con los marcados en el Plan de Comunicación del PO FEDER de Cantabria.
- ✦ **La incorporación de criterios de igualdad de oportunidades.** Se hace llegar la información a toda la población, sin ningún tipo de discriminación, al hacerlo a través de diversas acciones. Por otro lado, para la promoción realizada se ha cuidado el uso no-sexista del lenguaje y de las imágenes que acompañan a la campaña.
- ✦ **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 el papel que desempeña la Unión Europea y su intervención en el PO FEDER. Además, se pretende mejorar la visibilidad de la actuación de la Unión Europea y sensibilizar a la opinión pública sobre el papel que

desempeña en colaboración con el gobierno regional para el crecimiento económico y el progreso social de la región.

- ✦ **Tienen un alto grado de cobertura sobre la población a la que va dirigido.** Para ello, se seleccionaron los soportes de difusión en medios online regionales de mayor audiencia, se creó un microsite informativo vinculado a la campaña que recibió 1.778 visitas, se programaron anuncios radiofónicos en las cadenas de mayor audiencia a nivel regional, se ha publicitado en las dos cadenas de televisión regionales existentes y se han instalado soportes de publicidad exterior en las principales poblaciones.
- ✦ **El alto grado de calidad.** El resultado obtenido puede considerarse muy positivo por la forma en que se ha realizado la difusión. La variedad de medios utilizados posibilita incrementar la cobertura de las acciones, y acercar, de una manera muy accesible, la Política Regional Europea al conjunto de la población cántabra.
- ✦ **Uso de nuevas tecnologías de la información.** En la campaña se utilizaron soportes de difusión en Internet a través de varias páginas web (www.eldiariomontanes.es, www.elportaluco.com, www.cantabria24horas.es, www.cantabrialiberal.com, www.solobolos.com y www.elgallo.com). Por otro lado, se ha creado un microsite informativo vinculado a la campaña.



9.3.2. Buenas prácticas de actuaciones cofinanciadas

a) *Modelo de Atención y Servicios a las Tecnologías de la Información (MASTIN)*

La Consejería de Industria y Desarrollo Tecnológico del Gobierno de Cantabria ha desarrollado el proyecto MASTIN, que tiene la finalidad de mejorar el servicio que la Administración ofrece al ciudadano, mediante la agilización de la comunicación, la gestión y la resolución de las incidencias que los empleados públicos puedan tener en su puesto de trabajo; por lo que, por extensión, contribuye a mejorar el servicio que éstos prestan a la ciudadanía.

El modelo MASTIN, que ha supuesto una inversión de 13.957.885,04 Euros y cofinanciada a través del FEDER, cuenta con un portal de acceso a los servicios (PAS) en el que se encuentra el catálogo de servicios, entre los que se incluye el acceso remoto, las aplicaciones de gestión, el correo electrónico, la oficina colaborativa y los servicios de comunicaciones y de recuperación de la información, entre otros. También dispone de un Centro de Atención al Usuario (CAU) para los empleados públicos, con el que se puede contactar a través de teléfono o bien on line, mediante el nuevo portal TIC.

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

- ✦ La *actuación ha sido convenientemente difundida a sus beneficiarios*. En el propio desarrollo de la actuación se han adoptado medidas para informar a los usuarios del sistema a través de un catálogo de servicios.

Por otra parte, esta actuación ha sido distinguida con el Premio DINTEL Alta Dirección 2010 al mejor proyecto TIC en el ámbito de las CCAA. La Fundación DINTEL, premia la labor de las distintas AAPP españolas y sus proveedores en la promoción de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) como herramienta de innovación y mejora de la administración para poder ofrecer unos servicios públicos más eficientes y eficaces.

- ✦ *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. Así, esta actuación supone un paso en la modernización y la eficiencia del Ejecutivo regional ya que los empleados del Gobierno cántabro tienen a su disposición un único y optimizado Centro de Atención al Usuario (CAU), a través del cual pueden informar de cualquier incidencia que tengan en su trabajo o realizar una solicitud de servicios sin ningún tipo de problema, duda de a quién acudir o formularios que rellenar.

Gracias a este renovado CAU, se puede realizar un continuo seguimiento del punto en el que se encuentra la tramitación de las incidencias o solicitudes enviadas, el diagnóstico que han recibido y cuándo está la gestión finalizada.

MASTIN se basa en una metodología de buenas prácticas reconocida a nivel internacional, como es el ITIL, creado por la Oficina de Comercio del Gobierno británico y que sirve de base a la norma de calidad ISO-20.000; el CAU online; un catálogo de servicios y unos compromisos de priorización de incidencias y acuerdos de nivel (tiempo mínimo de resolución).

Además, el servicio de resolución de incidencias está siempre operativo, las 24 horas del día y los 7 días de la semana.

Otro aspecto importante es la integración con el teléfono de atención al ciudadano 012. Así, la población tiene a su disposición este número de información general administrativa que permite resolver las dudas sobre el funcionamiento de la Administración. En función de las cuestiones que se planteen, si éstas tienen relación, se pondrán en contacto con el CAU.

- ✦ *Los resultados obtenidos con la misma se adaptan a los objetivos establecidos en el PO FEDER de Cantabria.* La difusión de las tecnologías de la información y las comunicaciones supone un elemento dinamizador de primer orden para mejorar los niveles de productividad y competitividad en la región, por lo que es necesario seguir adoptando medidas que fomenten el desarrollo de productos y servicios en este ámbito.

Esta medida tiene como objetivo la mejora de la capacidad de gestión informática del Gobierno para así optimizar el funcionamiento de la Administración, derivando finalmente en una mejora de la eficiencia.

- ✦ *Contribuye a la resolución de un problema o debilidad regional.* el gran beneficio de este novedoso modelo de gestión es la rápida y sencilla tramitación de incidencias y solicitudes. Los intermediarios desaparecen y el sistema se concentra en un único punto, disminuyendo a así el tiempo necesario para la realización de trámites administrativos en la comunidad Cántabra.
- ✦ *Tiene un alto grado de cobertura sobre la población.* El nuevo sistema da soporte y atención a más de 15.000 usuarios del Gobierno de Cantabria, mientras que 4.500 usuarios están registrados en los sistemas de la Dirección General para acceder a la red del Ejecutivo regional.

Sólo durante el primer año de su implantación se atendieron 21.644 llamadas de usuarios en el CAU, se tramitaron 2.711 solicitudes de servicio de usuarios y se han

realizaron 889 cambios en las infraestructuras TIC de los empleados públicos, sin que suponga ninguna degradación del servicio.

- ✦ *Se han tenido en cuenta los criterios horizontales de igualdad de oportunidades y de sostenibilidad ambiental.* MASTIN favorece la no discriminación en la medida en que garantiza el derecho a la igualdad de todos los empleados públicos a los servicios que presta.

Respecto a la sostenibilidad ambiental, posibilita una minoración del impacto ambiental gracias al ahorro de recursos materiales, como el papel, a la hora de no tener que rellenar formularios.

- ✦ *Sinergias con otras políticas o instrumentos de intervención pública.* El modelo de gestión de MASTIN muestra el compromiso con la calidad y la modernización de los servicios que presta el Gobierno de Cantabria y que se recoge en el II Plan de Gobernanza, en cuyo Eje 11 se incluye el Plan Estratégico de Informática 2008-2011.

Por otra parte, el 15 de febrero de 2013 el Consejo de Ministros aprobó la Agenda Digital para España como la estrategia del Gobierno para desarrollar la economía y la sociedad digital en España durante el período 2013-2012. Esta estrategia se configura como el paraguas de todas las acciones del Gobierno en materia de Telecomunicaciones y de Sociedad de la Información.

b) Plataforma Integral Educativa YEDRA

La Consejería de Educación del Gobierno de Cantabria ha creado una Plataforma Integral Educativa conocida con el nombre de Yedra. Se trata de una plataforma que permite a los centros realizar la gestión de su información académico-administrativa, y que proporciona a padres y profesores las herramientas necesarias para llevar a cabo tareas de apoyo y seguimiento educativo. Yedra pone en contacto a los centros educativos con los alumnos y sus padres

Esta actuación, con un coste de 6.003.799 Euros, está cofinanciada por el FEDER.

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

- ✦ *La actuación ha sido convenientemente difundida a sus beneficiarios.* En el propio desarrollo de la actuación se han adoptado medidas para informar a los usuarios del sistema, de la contribución aportada por el FEDER para el desarrollo del proyecto. Así, se ha incluido la referencia a la cofinanciación en la página web del propio proyecto (<https://yedra.educantabria.es/modacc/identificacion.jsp>).

Por otra parte, esta actuación ha sido distinguida con el Premio DINTEL Alta Dirección 2010 al mejor proyecto TIC en el ámbito de las CCAA. La Fundación DINTEL, premian la labor de las distintas AAPP españolas y sus proveedores en la promoción de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) como herramienta de innovación y mejora de la administración para poder ofrecer unos servicios públicos más eficientes y eficaces.



- ✦ **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.

Desde esta plataforma los centros se llevan a cabo las tareas administrativas y académicas del día a día, registrando información en tiempo real en una misma base de datos.

Además, cuenta con un módulo de formación en red donde se pueden realizar cursos online específicos para cada tipo de usuario con el objeto de conocer el funcionamiento de la plataforma.

Asimismo, incorpora los servicios propios de una secretaría virtual, desde donde padres y alumnos podrán teletramitar matrículas, solicitudes, ayudas, etc., así como una plataforma de formación on-line propia.

Por último, se crea un Centro de Atención a Usuarios destinado a recoger los problemas y dudas que puedan surgir mientras se trabaja con la plataforma. Se

pueden enviar las incidencias vía Web a cualquier hora del día, ver el estado en que se encuentran y recibir contestación por el mismo medio. Además, dispone de un catálogo con las preguntas y respuestas más frecuentes registradas en la plataforma, algo que puede solucionar la duda del usuario incluso antes de enviarla.

- ✦ *Los resultados obtenidos con la misma se adaptan a los objetivos establecidos en el PO FEDER de Cantabria.* La difusión de las tecnologías de la información y las comunicaciones, que se encuentra entre los objetivos del PO FEDER para el periodo de programación 2007-2013, supone un elemento dinamizador para mejorar los niveles de productividad y competitividad en la región.

Esta actuación tiene como objetivo potenciar la comunicación entre todos los estamentos y colectivos que participan en el hecho educativo, aprovechando para ello toda la información que proporciona la gestión académica y administrativa de los centros. Además, se dota a la Consejería de Educación de un mejor conocimiento del sistema educativo.

- ✦ *Contribuye a la resolución de un problema o debilidad regional.* Esta actuación posibilita el intercambio de información entre centros, el reparto de tareas y liberar a éstos del mantenimiento de la aplicación.

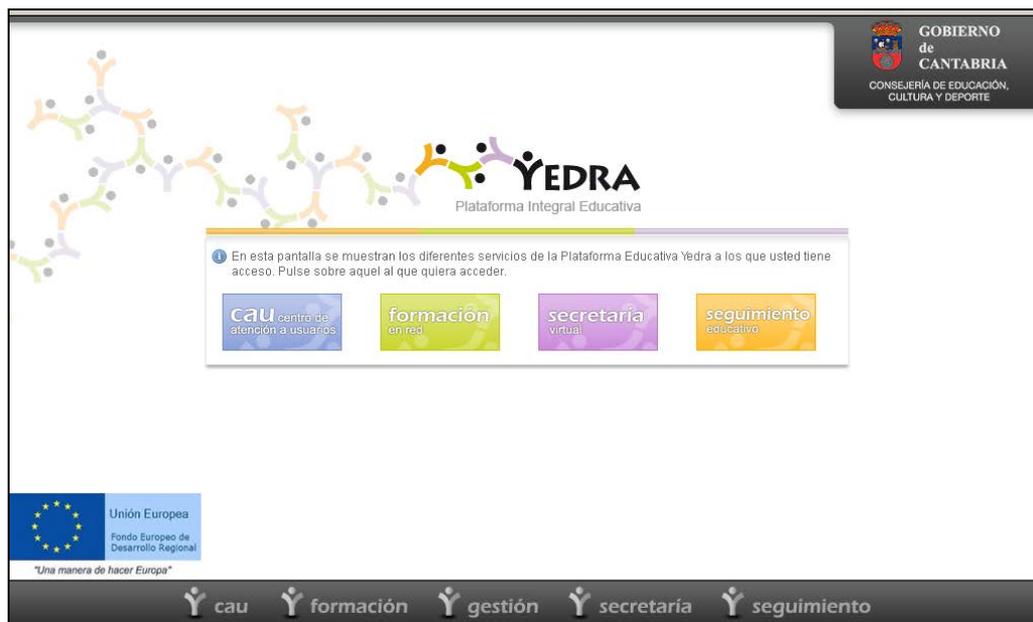
Los procedimientos resultan mucho más sencillos, cómodos y rápidos, permitiendo procesos como el de matriculación, o el de Escolarización, obteniendo resultados instantáneos.

- ✦ *Tiene un alto grado de cobertura sobre la población a la que va dirigido* al ser una aplicación vía Web que puede superar los 300.000 usuarios potenciales entre profesorado, cargos directivos, personal de administración, alumnado y familias.
- ✦ *Se han tenido en cuenta los criterios horizontales de igualdad de oportunidades y de sostenibilidad ambiental.* MASTIN favorece la no discriminación en la medida en que garantiza el derecho a la igualdad de todos los usuarios a los servicios que presta.

Respecto a la sostenibilidad ambiental, posibilita una minoración del impacto ambiental gracias al ahorro de recursos materiales, como el papel o el menor consumo de energía.

- ✦ *Sinergias con otras políticas o instrumentos de intervención pública.* La plataforma educativa YEDRA muestra el compromiso con la calidad y la modernización de los servicios que presta el Gobierno de Cantabria y que se recoge en el II Plan de Gobernanza, en cuyo Eje 11 se incluye el Plan Estratégico de Informática 2008-2011.

Por otra parte, el 15 de febrero de 2013 el Consejo de Ministros aprobó la Agenda Digital para España como la estrategia del Gobierno para desarrollar la economía y la sociedad digital en España durante el período 2013-2020. Esta estrategia se configura como el paraguas de todas las acciones del Gobierno en materia de Telecomunicaciones y de Sociedad de la Información.



RegioPlus
Consulting 

www.regioplus.eu

C/ San Diego 15, 2ºC
28801 Alcalá de Henares
(Madrid)

T. +34 91 883 80 08
F. +34 91 879 88 19

Gta. Fernando Quiñones s/n
41940 Sevilla

T. +34 95 415 42 68

Rue Louis Scutenaire 7/8
B - 1030 Bruselas

T. +32 (0) 2 742 25 80