



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

Noviembre de 2013

Índice de contenidos

INTRODUCCIÓN.....	2
1. METODOLOGÍA DE LA EVALUACIÓN	3
1.1. <i>Diseño técnico de la evaluación.....</i>	3
1.2. <i>Métodos y técnicas utilizadas.....</i>	7
1.3. <i>Valoración de lo anterior.....</i>	9
2. ANÁLISIS DEL SEGUIMIENTO Y APLICACIÓN DE LAS RECOMENDACIONES REALIZADAS EN LA EVALUACIÓN INTERMEDIA DE 2010.....	11
2.1. <i>Pertinencia de las recomendaciones de la Evaluación Intermedia de 2010.....</i>	11
2.2. <i>Medidas puestas en marcha para solucionar los problemas detectados.....</i>	13
2.3. <i>Resultados de la puesta en marcha de las recomendaciones.....</i>	17
3. ANÁLISIS DEL AVANCE EN EL DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN.....	20
3.1. <i>Principales avances conseguidos respecto a la pertinencia del Plan.....</i>	20
3.2. <i>Principales avances conseguidos respecto a la validez y consistencia interna del Plan.....</i>	23
3.3. <i>Adecuación de la dotación de los medios económicos, humanos y técnicos asignados a las tareas de comunicación de los Fondos.....</i>	24
3.4. <i>Consideración del Principio de Igualdad de Oportunidades en la Estrategia de Comunicación.....</i>	26
4. ANÁLISIS DE LA APLICACIÓN DE LAS MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD.....	28
4.1. <i>Avances en la ejecución de las medidas.....</i>	28
4.2. <i>Integración de las actividades de información y publicidad en los informes anuales de ejecución.....</i>	38
4.3. <i>La repercusión de los sistemas de seguimiento en la calidad de la ejecución de las medidas.....</i>	39
5. EVALUACIÓN DE LAS INCIDENCIAS DETECTADAS EN EL PROCESO DE VERIFICACIÓN PREVIA CON RELACIÓN A LOS ASPECTOS DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD. PRESENTACIÓN DE 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.....	45
7. ANÁLISIS DEL IMPACTO: LOGROS Y DESAFÍOS DE LAS ACTIVIDADES EN MATERIA DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD.....	46
8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES: PROPUESTAS PARA MEJORAR LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DE LOS FONDOS ESTRUCTURALES 2014-2020	50
9. BUENAS PRÁCTICAS.....	53
9.1. <i>Valoración de las Buenas Prácticas ya identificadas: Buenas prácticas de comunicación y buenas prácticas de actuaciones cofinanciadas.....</i>	55
9.2. <i>Identificación adicional de Buenas Prácticas</i>	56
9.2.1. <i>BUENAS PRÁCTICAS DE COMUNICACIÓN</i>	57
9.2.2. <i>BUENAS PRÁCTICAS DE ACTUACIONES COFINANCIADAS</i>	69

INTRODUCCIÓN

En el marco del actual período de programación 2007-2013 se establecieron unas instrucciones para el cumplimiento de los requisitos de información y publicidad marcados tanto en los Reglamentos comunitarios como en los distintos Planes de Comunicación. De esta forma y por vez primera, la normativa sobre los Fondos Estructurales imponía la aplicación de un plan de comunicación así como la obligatoriedad de evaluar las acciones de información y publicidad efectuadas.

Tanto con esta normativa como a través de los Planes de Comunicación, la Comisión Europea pretendía aumentar la notoriedad y la transparencia de la actuación de la Unión Europea persiguiendo, además, potenciar la comunicación hacia la ciudadanía, de modo que mejorara su percepción acerca del papel que juegan los fondos europeos en su realidad cotidiana.

Teniendo en cuenta lo anterior, el informe que se presenta a continuación constituye la ***Evaluación Final del Plan de Comunicación del Programa Operativo FEDER 2007-2013 del Principado de Asturias*** a lo largo de cual se analiza la evolución y avance en la ejecución, resultados, impactos, estrategia, etc. del mencionado Plan de Comunicación, teniendo como finalidad valorar si se ha alcanzado el objetivo de contribuir a la mejora de la visibilidad y concienciación de la ciudadanía acerca de los Fondos Estructurales así como observar si se han cumplido las recomendaciones establecidas en la Evaluación Intermedia de este Plan que tuvo lugar en 2010.

La estructura del informe se corresponde con la detallada en el anexo 1 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*, si bien se ha procedido a la actualización de varios apartados siguiendo las instrucciones y el modelo de índice que ha proporcionado la Autoridad de Gestión.

1. METODOLOGÍA DE LA EVALUACIÓN

El presente epígrafe recoge la metodología empleada para la Evaluación Final del Plan de Comunicación del Programa Operativo FEDER 2007-2013 del Principado de Asturias.

- En primer lugar se hará referencia al **Diseño Técnico de la Evaluación**, es decir, el motivo, alcance temporal, los agentes implicados así como sus responsabilidades, el calendario seguido, etc.
- En segundo lugar, se detallarán los **Métodos y Técnicas** empleados durante el proceso evaluativo.
- Por último, se realizará una **Valoración** de la metodología empleada, en la que se indicarán los condicionantes y/o límites encontrados en el desarrollo de los trabajos.

Por último, señalar que se trata de una metodología análoga a la empleada en 2010 excepto en el alcance temporal, en que los resultados obtenidos se ofrecen con una visión comparativa respecto a la Evaluación Intermedia y, por lo tanto, el objeto de la misma presenta algunos matices que se verán en los correspondientes apartados, sobre todo en aquellos referidos a los avances producidos en los últimos tres años así como en la mejoras acometidas y en la puesta en marcha de medidas basadas en las recomendaciones de partida.

1.1. Diseño técnico de la evaluación

El diseño técnico contiene las fases en que se ha planteado el procedimiento de la evaluación, así como el objeto de la misma, los criterios utilizados, el alcance temporal y los agentes implicados y sus responsabilidades.

Punto de partida

El procedimiento de evaluación se ha diseñado en dos grandes fases:

- **Elaboración de los indicadores de seguimiento y evaluación** para que éstos se incluyesen y cuantificasen en el Plan de Comunicación; dichos indicadores debían ser declarados aceptados por la Comisión Europea:
 - *Elaboración y distribución de instrucciones a los órganos implicados en el desarrollo de las actuaciones contenidas en el Plan de Comunicación para asegurar su cumplimiento.*
 - *Cuantificación de los indicadores* incluidos en el Plan de Comunicación y volcado en la aplicación informática ad hoc puesta en marcha por la Autoridad de Gestión.
- **Establecimiento de la metodología y criterios de evaluación a aplicar**, los cuales se plasmaron 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*.

Objeto de la evaluación

La Evaluación recogida en el presente informe tiene por objeto analizar el grado de ejecución y de cumplimiento de los objetivos, el avance con respecto a la evaluación realizada en 2010, así como los resultados e impactos finales logrados por el Plan de Comunicación del Programa Operativo FEDER 2007-2013 del Principado de Asturias.

Criterios de evaluación

Los criterios de evaluación constituyen el conjunto de aspectos clave analizados. A continuación se presentan los criterios sobre los cuales se ha asentado esta Evaluación:

- ☐ **Proporcionalidad**, es decir, la existencia de una correspondencia entre las actuaciones recogidas en el PO y el montante financiero destinado a su cofinanciación, las actuaciones en materia de comunicación que se van a evaluar, así como la pertenencia del Principado de Asturias al Objetivo de Convergencia.
- ☐ **Pertinencia de la estrategia de comunicación** definida en el Plan de Comunicación en relación con las directrices comunitarias formuladas en materia de comunicación. En este sentido, se valorará la adecuación de la estrategia de comunicación del Plan de Comunicación respecto a la documentación existente en esta materia procedente de la red de comunicación INFORM, de la Comisión Europea.
- ☐ **Validez y consistencia interna del Plan de Comunicación**, comprobando la coherencia entre los objetivos del Plan de Comunicación y las medidas puestas en marcha para alcanzar dichos objetivos así como los principales avances conseguidos.
- ☐ **Asignación y adecuación de los recursos** destinados a esta materia; es decir, el grado de ajuste entre las medidas del Plan y los recursos disponibles para su ejecución.
- ☐ **Consideración del principio de igualdad de oportunidades**; es decir, si se ha tenido en cuenta el principio de igualdad de oportunidades en las acciones de información y publicidad ejecutadas durante el periodo de análisis¹ que cubre la Evaluación.

Alcance temporal

La Evaluación se centra en las medidas y actuaciones del Plan de Comunicación ejecutadas entre el 1 de abril de 2010 y el 10 de septiembre de 2013 así como su agregación en el conjunto del actual periodo de programación 2007-2013 por lo que se tendrá en cuenta el alcance temporal de la Evaluación Intermedia, esto es, del 1 de enero de 2007 al 31 de marzo de 2010.

Agentes implicados y sus responsabilidades

De conformidad con los Reglamentos 1083/2006 y 1828/2006 de la Comisión Europea, y según los acuerdos alcanzados a nivel nacional entre las Autoridades de Gestión y los Organismos Intermedios (en adelante OI) de los Programas Operativos (POs) regionales y plurirregionales, los principales actores implicados en la Evaluación son:

¹ Desde el 1 de abril de 2010 hasta el 10 de septiembre de 2013.

- **Comisión Europea**, responsable de:
 - Declarar aceptado el Plan de Comunicación del PO FEDER 2007-2013 del Principado de Asturias.
 - Revisar los resultados de la Evaluación con motivo de su inclusión en el pasado informe anual de 2010 así como en el próximo correspondiente a la anualidad 2013.

- **Autoridad de Gestión (en adelante AG) del FEDER²**, entre cuyas funciones destacan:
 - Definir el marco común de trabajo en materia de evaluación para los Planes de Comunicación del FEDER.
 - Coordinar, de manera general, el proceso de evaluación convocando las reuniones del GERIP³ y, en su caso, del GRECO-AGE⁴ cuando se considere oportuno.
 - Poner en marcha el proceso de evaluación.
 - Participar en el Grupo Consultivo de Seguimiento Estratégico y Evaluación para presentar los avances en materia de evaluación de la comunicación.
 - Observar la evolución del sistema de indicadores de seguimiento y evaluación de la comunicación definidos en el periodo 2007-2013, pautando las instrucciones y mecanismos que deberán aplicar los organismos implicados para la cuantificación de los mismos, y coordinando la cuantificación de dichos indicadores en el caso de los OI de la Administración General del Estado (AGE).
 - Realizar el volcado de la cuantificación de sus propios indicadores de comunicación en la aplicación informática.
 - Incluir en los informes de ejecución anual y final la información recogida en el artículo 4.2. del Reglamento (CE) 1828/2006.

- **Organismo Intermedio responsable del Plan de Comunicación**, representado en el GERIP, encargado de:
 - Participar, a través del GERIP, en el proceso de definición del marco común de trabajo para la Evaluación de los Planes de Comunicación de los POs del FEDER, FSE, y Fondo de Cohesión 2007-2013.

² La Autoridad de Gestión del FEDER es la Subdirección General de Administración del FEDER, perteneciente a la Dirección General de Fondos Comunitarios del Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas.

³ Grupo de Expertos y Responsables de Información y Publicidad.

⁴ Grupo de Expertos de Comunicación de la Administración General del Estado

- Poner en marcha la Evaluación conforme a las pautas acordadas en la *Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los POS del FEDER, FSE y Fondo de Cohesión 2007-2013*, para su futura incorporación en el correspondiente informe anual de ejecución de 2013, en este caso vinculado al PO FEDER del Principado de Asturias.
- Realizar el volcado de la cuantificación de los indicadores de seguimiento y evaluación propios en la aplicación informática ad hoc, ubicada en la página web de la Dirección General de Fondos Comunitarios (DGFC) pautando las instrucciones y los mecanismos que deberán aplicar los órganos gestores y beneficiarios, y coordinando la cuantificación de los indicadores de evaluación de las actuaciones de los OI de su administración regional.
- Realizar el seguimiento de los avances del Plan Comunicación en el ámbito de sus competencias para colaborar en la información a facilitar al correspondiente Comité de Seguimiento.
- Colaborar, en el ámbito de sus competencias, en la información a incluir en los informes de ejecución anual y final según lo establecido en el artículo 4.2. del Reglamento (CE) 1828/2006.

■ **Resto de OI y/o gestores o partícipes en el Programa Operativo:**

- Recopilar la información y documentación necesaria y ponerla a disposición de los equipos evaluadores.
- Recopilar la información pertinente para cumplimentar los indicadores de evaluación de información y publicidad y facilitar esta información al responsable del Plan de Comunicación para su volcado en la aplicación informática ad hoc.
- Colaborar en el adecuado desarrollo de los trabajos de la Evaluación del Plan de Comunicación.
- Participar, en caso de solicitud, en las actividades desarrolladas en el marco de la Evaluación, tales como grupos de discusión, entrevistas, etc.

■ **Equipo de evaluación:**

Para llevar a cabo la Evaluación, la Comunidad Autónoma del Principado de Asturias contrató a un equipo externo especializado. En este caso fue contratada la empresa Red2Red Consultores S.L., encargada de llevar a cabo el desarrollo de la Evaluación en el tiempo y la forma requerida por el órgano contratante, la ***Dirección General de Presupuestos y Sector Público*** perteneciente a la ***Consejería de Hacienda y Sector Público***.

1.2. Métodos y técnicas utilizadas

Los métodos y técnicas empleadas durante el proceso evaluativo que se detallan a continuación se refieren principalmente al sistema de indicadores, análisis documental, entrevistas, encuesta a la ciudadanía y los grupos de discusión.

Sistema de indicadores

El Plan de Comunicación cuenta con un sistema de indicadores para llevar a cabo la evaluación del mismo, que se dividen en:

- *Indicadores de realización*; sirven para contabilizar el número y tipo de actuaciones de información y publicidad que se han llevado a la práctica.
- *Indicadores de resultados*; sirven para evaluar los efectos directos y en el corto plazo de las actuaciones de información y publicidad contenidas en el Plan de Comunicación.
- *Indicadores de impacto*; sirven para 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. Se dirigen principalmente a medir aspectos ligados a la calidad de la información (grado de transparencia) y al conocimiento que la ciudadanía tiene de los fondos de la UE y del papel que esta juega en la mejora de su calidad de vida.

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.

Análisis documental

El análisis documental permite llevar a cabo el examen del marco de referencia relativo a las actuaciones de información y publicidad, de ahí que suponga la revisión de aquellos documentos relevantes o claves en la materia. Dicho análisis, se realizó al inicio del proceso de evaluación al objeto de extraer información básica sobre el contexto, estrategia, objetivos y medidas ejecutadas, así como sobre los logros previstos alcanzar en materia de Información y Publicidad.

A continuación se señalan los principales documentos que han constituido el marco de referencia de la Evaluación:

- Reglamento (CE) Nº 1828/2006, Capítulo II, Sección I
- Plan de Comunicación del Programa Operativo del FEDER 2007-2013 del Principado de Asturias.
- Documentación emitida por la red de comunicación INFORM de la Comisión Europea.
- Documentación emitida por el GERIP, el GRECO-AGE.

- Información de seguimiento: informes de ejecución anual, actas de los Comités de Seguimiento, indicadores, etc.
- Convocatorias de ayudas y subvenciones publicadas en el Boletín Oficial del Principado de Asturias.
- Pliegos y resoluciones publicadas en el Boletín Oficial del Principado de Asturias (Organismo Autónomo Junta de Saneamiento del Principado de Asturias, Consejería de Cultura y Turismo, Consejería de Economía y Hacienda).
- Manual Práctico de Información y Publicidad para los órganos gestores.
- Programa, contenidos y cuestionario de evaluación de los cursos de formación impartidos a los organismos gestores.
- Informe de Evaluación Intermedia del Plan de Comunicación del Programa Operativo FEDER 2007-2013 del Principado de Asturias.

Entrevistas

Las entrevistas son una herramienta importante para la obtención de información cuantitativa, la cual, cruzada con la obtenida de los indicadores de evaluación, permite analizar con mayor profundidad los efectos directos e indirectos de las medidas de información y publicidad puestas en marcha.

Atendiendo a criterios de equilibrio en cuanto a representatividad y calidad, se ha entrevistado a tres tipos de actores:

- *Responsables del Plan de Comunicación*; se han realizado 2 entrevistas personales a la Autoridad de Gestión del FEDER y al Organismo Intermedio regional.
- *Órganos Gestores y Beneficiarios*, tanto de la Administración General del Estado como del Principado de Asturias, a través del envío de cuestionarios vía correo electrónico a partir de los contactos facilitados por las personas responsables del Plan de Comunicación.

La finalidad de estas entrevistas no se ha centrado únicamente en obtener información cuantitativa sino también otra de carácter más cualitativo, vinculada no sólo a las medidas de comunicación ejecutadas, sino también a la repercusión de la información en la mejora de la propia gestión del FEDER, en la consideración del principio de igualdad de oportunidades y/o en la mejora de los procedimientos de verificación y control.

- *Ciudadanía*, a través de una encuesta telefónica aplicando el sistema CATI (*Computer Assisted Telephone Interviewing*) realizada a una muestra representativa de la población seleccionada de forma aleatoria. Se han realizado un total de **908 encuestas**.

El objeto de las entrevistas a la ciudadanía ha sido analizar la transparencia de las actuaciones cofinanciadas a través de los POs (que constituye uno de los objetivos principales del Plan), así como contrastar el grado de concienciación del público en general sobre el papel que juega la Unión Europea en la mejora de su calidad de vida (el segundo de los objetivos principales del Plan). Asimismo, a través de esta encuesta se han podido evaluar dos indicadores de impacto vinculados a la ciudadanía⁵.

Grupo de Discusión

El grupo de discusión ha tenido la finalidad de obtener información concreta sobre las causas de necesidades o problemas y sus posibles soluciones y, en su caso, sobre la necesidad de modificar la estrategia en materia de información y publicidad.

Así pues, se han celebrado dos grupos de discusión sobre las siguientes cuestiones:

- *Sensibilización y concienciación de la ciudadanía: canales, instrumentos, objetivos cubiertos, principales obstáculos y éxitos.*
- *Accesibilidad y calidad en la formación e información proporcionada en materia de información y publicidad a beneficiarios potenciales.*

En dicho grupo participaron representantes de los diferentes organismos y agentes implicados en la gestión y desarrollo de las actuaciones en materia de Información y Publicidad (OI, gestores, beneficiarios, etc.).

1.3. Valoración de lo anterior

A continuación se señalan los puntos fuertes de la metodología empleada para la Evaluación, así como los límites o problemas encontrados a la hora de aplicar algunas de las técnicas empleadas:

- El Plan de Comunicación cuenta con un sistema de indicadores de realización y de resultado con metas a 2013, fecha en la que concluye el periodo de programación del PO. Este sistema, además de servir para realizar un seguimiento óptimo del Plan (en tanto que dichos indicadores se van alimentando periódicamente en la aplicación informática) es fácilmente medible en términos de realización y de resultados gracias a las metas establecidas.
- La metodología empleada en la Evaluación combina diferentes técnicas de investigación que han facilitado la obtención de información tanto de tipo cuantitativa como cualitativa, lo que ha dado lugar a una evaluación rica en matices.
- Los objetivos del Plan están bien definidos y las personas destinatarias del mismo claramente identificadas, al igual que los agentes que intervienen en su ejecución. Ello ha

⁵ Grado de conocimiento de los distintos Fondos Estructurales y del Fondo de Cohesión (Unidad de medida: %); Grado de conocimiento del papel desempeñado por la Unión Europea (Unidad de medida: %).

posibilitado aplicar técnicas de investigación que implicasen al conjunto de actores que participan en la ejecución del Plan, obteniendo información de primera mano por parte de informantes clave.

- Además, teniendo en cuenta que la presente Evaluación servirá para aportar propuestas para mejorar la estrategia de comunicación de los Fondos Estructurales 2014-2020, las técnicas seleccionadas permiten recabar aportaciones e ideas para corregir posibles errores así como para orientar las acciones de cara al futuro período de programación.
- Por último, indicar que no se han encontrado límites o problemas destacables que no se pudieran solucionar durante el desarrollo de la evaluación. El único problema que se considera oportuno resaltar es, en algunos casos, la dificultad para conseguir la participación de los organismos gestores de la AGE en los grupos de discusión desarrolladas al suponer un coste de desplazamiento, si bien es lógico por otra parte debido al calendario en que se desarrolla la evaluación coincidente con otras obligaciones reglamentarias, así como a la carga de trabajo y a los ajustes presupuestarios producidos en los distintos organismos participantes en el plan, tanto locales, como regionales y nacionales.

Cabe añadir que esta situación ha quedado compensada mediante la buena disposición de los agentes implicados tanto a la hora de responder a los cuestionarios mencionados en el anterior apartado, así como a cualquier demanda de información que se les ha hecho a lo largo de este proceso de evaluación.

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

Como primer paso en la presente evaluación, procede la inclusión de este apartado para el análisis del seguimiento y aplicación de las recomendaciones realizadas en la Evaluación Intermedia de 2010. En concreto, este análisis se centrará en los siguientes aspectos:

- Pertinencia de las recomendaciones realizadas
- Medidas puestas en marcha para solucionar los problemas detectados
- Resultados obtenidos con la puesta en marcha de las recomendaciones. Para evaluar estos resultados, el equipo evaluador ha llevado a cabo las siguientes acciones:
 - o Lectura en profundidad de las recomendaciones realizadas en la Evaluación Intermedia
 - o Entrevista al Organismo Intermedio regional acerca de las medidas puestas en marcha
 - o Celebración de Mesas Redondas incorporando al debate estos aspectos para así conocer si los organismos gestores han detectado estas medidas así como sus resultados.

2.1. Pertinencia de las recomendaciones de la Evaluación Intermedia de 2010

En primer lugar, se trata de valorar si las recomendaciones que se hicieron en la Evaluación Intermedia de 2010 han resultado pertinentes. En caso contrario, estas recomendaciones serán descartadas para la presente evaluación.

A continuación, siguiendo un criterio temático, se recopilan las recomendaciones detectadas en la Evaluación de 2010 con el fin de contrastar su pertinencia. En general todas las recomendaciones se han considerado pertinentes, si bien es preciso aclarar que no todas conllevan la puesta en marcha de medidas concretas sino que son recomendaciones de continuidad, esto es, de tener constancia en lo hecho hasta el momento de la Evaluación de 2010 y, por lo tanto, en dichos casos no procede continuar con el análisis de dichas recomendaciones.

▪ **PERTINENCIA DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN**

Recomendación 1: *“Incluir información acerca de las redes de comunicación (INFORM, INIO, GERIP y GRECO-AGE) en las páginas web y perseguir que los agentes participantes en el Plan de Comunicación conozcan la existencia de las mismas para lograr una mayor visibilidad dando una mayor difusión de los contenidos que se tratan en dichas redes.”*

- **VALIDEZ Y CONSISTENCIA INTERNA DEL PLAN DE COMUNICACIÓN**

Recomendación 2: “Continuar con las medidas puestas en marcha para completar todos los objetivos hasta el final del actual período de programación”

- **INDICADORES DE REALIZACIÓN**

Recomendación 3: “Alentar la participación de los agentes implicados para aumentar y mejorar los contenidos de las páginas web existentes así como fomentar la participación en las Redes del mayor número posible de asistentes.”

Recomendación 4: “Realizar un seguimiento más continuo del avance en la ejecución de las medidas.”

- **INDICADORES DE RESULTADO**

Recomendación 5: “Intensificar la labor de publicidad para mejorar los porcentajes de asistencia a actividades y actos públicos, así como incentivar la asistencia del público potencial.”

- **REPERCUSIÓN DE LOS SISTEMAS DE SEGUIMIENTO EN LA CALIDAD DE LA EJECUCIÓN DE LAS MEDIDAS**

Recomendación 6: “Realización y distribución de actualizaciones de las instrucciones emitidas en caso producirse alguna novedad.”

Recomendación 7: “Actualizar la información disponible en las distintas páginas web así como informar a los organismos gestores y/o beneficiarios acerca de cualquier actualización.”

Recomendación 8: “Dinamización de las redes de información y publicidad, así como la distribución de su contenido por medios de todos los canales de comunicación disponibles.”

- **CONSIDERACIÓN E INCORPORACIÓN DEL PRINCIPIO DE IGUALDAD DE OPORTUNIDADES**

Recomendación 9: “Poner énfasis en la utilización de un lenguaje neutro.”

- **INDICADORES DE IMPACTO**

Recomendación 10: “En cuanto al grado de conocimiento de las obligaciones existentes, se recomienda un mayor esfuerzo a la hora de transmitir a los agentes que participan en el Plan la importancia de realizar actuaciones como la emisión de notas de prensa o publicaciones de noticias a través de los medios de comunicación con el objetivo de dar a conocer a la ciudadanía la importancia del papel que juega la UE y los beneficios de la política regional comunitaria.”

Recomendación 11: “Para mejorar el resultado obtenido en la tasa de satisfacción, se recomienda la realización de un análisis respecto a:

- si la duración de las sesiones es proporcional a sus contenidos
- si el nº de participantes es adecuado para asimilar toda la información
- satisfacción de las expectativas de los participantes.”

Recomendación 12: “Tratar de igualar el valor de la tasa de utilidad al obtenido en la tasa de satisfacción.”

Recomendación 13: “Para aumentar el grado de conocimiento de los distintos Fondos Estructurales y Fondo de Cohesión, se recomienda hacer mayor hincapié en las medidas de información y publicidad dirigidas al público más joven y así como a las mujeres.”

Recomendación 14: “Incrementar las medidas dirigidas a las mujeres y al público de mayor edad para mejorar el resultado obtenido en el indicador que mide el grado de conocimiento del papel desempeñado por la UE”.

2.2. Medidas puestas en marcha para solucionar los problemas detectados

Con las recomendaciones que se han estimado como pertinentes, se procede a analizar qué medidas se han puesto en marcha para solucionar los problemas detectados. Se presentan dos opciones:

- Que no se haya tomado medida alguna, quedando así como recomendación para el futuro
- Que se hayan puesto en marcha medidas y, por lo tanto habrá que analizar el resultado de las mismas.

Antes de proceder a detallar las medidas puestas en marcha, señalar que todas las recomendaciones se han tenido en cuenta y que, en mayor o menor grado, se ha puesto en marcha alguna actuación que bien reforzara la recomendación realizada o bien continuara con lo realizado hasta el momento por no considerarse preciso poner en marcha ninguna medida adicional para lograr cumplir con los objetivos previstos.

Se sigue con la misma estructura que en el apartado anterior para facilitar la comprensión de la estructura de estos apartados referidos a las recomendaciones de la Evaluación Intermedia, así se agregan las medidas a continuación de cada una de las recomendaciones:

▪ PERTINENCIA DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

Recomendación 1: “Incluir información acerca de las redes de comunicación (INFORM, INIO, GERIP y GRECO-AGE) en las páginas web y perseguir que los agentes participantes en el Plan de Comunicación conozcan la existencia de las mismas para lograr una mayor visibilidad dando una mayor difusión de los contenidos que se tratan en dichas redes.”

MEDIDA 1: Se ha incluido la información pertinente en las siguientes páginas web:

http://ec.europa.eu/regional_policy/informing/events/index_en.cfm

<http://www.dgfc.sggpg.meh.es/sitios/dgfc/es-ES/ipr/fcp0713/c/rc/G/Paginas/GERIP.aspx>

▪ **VALIDEZ Y CONSISTENCIA INTERNA DEL PLAN DE COMUNICACIÓN**

Recomendación 2: “Continuar con las medidas puestas en marcha para completar todos los objetivos hasta el final del actual período de programación”

MEDIDA 2: Esta recomendación trataba de promover hasta el final del período el cumplimiento de los objetivos y su coherencia con la estrategia y las medidas de comunicación tal y cómo se estaba haciendo hasta ese momento, por lo tanto se trata de tomar una medida continuista constatando que se ha seguido trabajando en la misma línea en cuanto a la validez y consistencia interna. El detalle del cumplimiento de esta recomendación se analiza en el apartado 3.2 correspondiente a los “Principales avances conseguidos respecto a la validez y consistencia interna del Plan”

▪ **INDICADORES DE REALIZACIÓN**

Recomendación 3: “Alentar la participación de los agentes implicados para aumentar y mejorar los contenidos de las páginas web existentes así como fomentar la participación en las Redes del mayor número posible de asistentes.”

MEDIDA 3: La celebración de los cursos de temática europea impartidos por el Instituto Asturiano de Administración Pública Adolfo Posada con carácter semestral se convierte en una oportunidad para fomentar la participación de los agentes implicados en el ámbito de la comunicación, insistiendo en la importancia de hacerlo a través de los contenidos en las diferentes páginas web, sobre todo por el bajo coste que tiene dadas las actuales circunstancias y porque puede ser accesible para un gran número de público.

Así mismo, ya se han incluido en la web del Gobierno del Principado de Asturias el folleto resumen y tríptico del Programa Operativo.

Por otra parte, en cuanto a la participación en las Redes existentes es preciso señalar que este hecho no se produce al no existir este tipo de redes para los organismos regionales. Sin embargo, los organismos de la AGE si participan en todas las reuniones que la Red GRECO-AGE celebra de forma regular y el Organismo Intermedio regional en el correspondiente GERIP.

Recomendación 4: “Realizar un seguimiento más continuo del avance en la ejecución de las medidas.”

MEDIDA 4: El equipo evaluador ha observado una mayor profundización en el seguimiento del avance de los indicadores de información y publicidad al incluir una información más exhaustiva

en los Informes Anuales de Ejecución así como a través de la evaluación continua de los Programas Operativos en su conjunto.

- **INDICADORES DE RESULTADO**

Recomendación 5: “Intensificar la labor de publicidad para mejorar los porcentajes de asistencia a actividades y actos públicos, así como incentivar la asistencia del público potencial.”

MEDIDA 5: En el presente informe, en el correspondiente apartado sobre indicadores de resultado se procederá a extraer conclusiones acerca de esta recomendación, no obstante, se adelanta que en el periodo 2010-2013 los porcentajes de ejecución que muestran estos indicadores han alcanzado niveles acordes a lo programado reflejando el esfuerzo realizado en las tres últimas anualidades.

- **REPERCUSIÓN DE LOS SISTEMAS DE SEGUIMIENTO EN LA CALIDAD DE LA EJECUCIÓN DE LAS MEDIDAS**

Recomendación 6: “Realización y distribución de actualizaciones de las instrucciones emitidas en caso producirse alguna novedad.”

MEDIDA 6: No procede. No se han producido novedades relevantes en este ámbito para generar instrucciones concretas. No obstante, se han enviado correos electrónicos a los organismos gestores con la información importante en la materia como son notas informativas referentes al cumplimiento de las acciones de comunicación de los proyectos cofinanciados, sobre elegibilidad de los proyectos, normas sobre ayudas estatales, incorporación del principio de igualdad de oportunidades, etc.

Recomendación 7: “Actualizar la información disponible en las distintas páginas web así como informar a los organismos gestores y/o beneficiarios acerca de cualquier actualización.”

MEDIDA 7: Como ya se ha mencionado en la Recomendación 1, se procede a actualizar de forma periódica y cuando proceda la información en las distintas páginas web.

Recomendación 8: “Dinamización de las redes de información y publicidad, así como la distribución de su contenido por medios de todos los canales de comunicación disponibles.”

MEDIDA 8: Se dinamizan las redes de información y publicidad, tanto GERIP como GRECO-AGE, así como la distribución de su contenido y orden del día a través de la correspondiente página web:

<http://www.dgfc.sepg.minhap.gob.es/sitios/dgfc/es-ES/ipr/fcp0713/c/rc/Paginas/inicio.aspx>

El Organismo Intermedio regional ha participado activamente en GERIP asistiendo a todas las reuniones celebradas. Así mismo, ha acudido a la jornada de la Red INFORM celebrada en Bruselas los días 15 y 16 de junio de 2010. En el resto de reuniones INFORM celebradas, la

Autoridad de Gestión ha informado puntualmente acerca del contenido de las mismas lo que suple, en una parte importante, la imposibilidad de acudir a las mismas por parte del Organismo Intermedio regional debido a las restricciones presupuestarias.

▪ **CONSIDERACIÓN DEL PRINCIPIO DE IGUALDAD DE OPORTUNIDADES**

Recomendación 9: “Poner énfasis en la utilización de un lenguaje neutro.”

MEDIDA 9: Mediante el análisis documental se constata que se ha realizado un esfuerzo para la utilización de un lenguaje neutro en todos los medios de comunicación utilizados.

▪ **INDICADORES DE IMPACTO**

Recomendación 10: “En cuanto al grado de conocimiento de las obligaciones existentes, se recomienda un mayor esfuerzo a la hora de transmitir a los agentes que participan en el Plan la importancia de realizar actuaciones como la emisión de notas de prensa o publicaciones de noticias a través de los medios de comunicación con el objetivo de dar a conocer a la ciudadanía la importancia del papel que juega la UE y los beneficios de la política regional comunitaria.”

MEDIDA 10: En el desarrollo de las mesas redondas, se ha observado la realización de un esfuerzo en transmitir a los agentes participantes en el Plan la importancia de las actuaciones de comunicación, no obstante, para ponerlas en marcha se detectan problemas, sobre todo de índole presupuestaria.

Recomendación 11: “Para mejorar el resultado obtenido en la tasa de satisfacción, se recomienda la realización de un análisis respecto a:

- si la duración de las sesiones es proporcional a sus contenidos
- si el nº de participantes es adecuado para asimilar toda la información
- satisfacción de las expectativas de los participantes.”

MEDIDA 11: Se realiza un cuestionario al finalizar las sesiones con el fin de observar si los/as asistentes entienden adecuada la duración, el número de participantes así como su grado de satisfacción de expectativas.

Recomendación 12: “Tratar de igualar el valor de la tasa de utilidad al obtenido en la tasa de satisfacción.”

MEDIDA 12: En el cuestionario referido en la medida anterior se valora también la utilidad con respecto a los contenidos de las sesiones.

Recomendación 13: “Para aumentar el grado de conocimiento de los distintos Fondos Estructurales y Fondo de Cohesión, se recomienda hacer mayor hincapié en las medidas de información y publicidad dirigidas al público más joven así como a las mujeres.”

MEDIDA 13: El Ayuntamiento de Oviedo ha puesto en marcha medidas específicas dirigidas al público más joven.

Por otra parte, en 2012, coincidiendo con el Día de Europa y bajo el lema común de “juntos somos más fuertes”, tuvo lugar en Gijón un encuentro de políticos y estudiantes gijoneses en el Museo Casa Natal de Jovellanos para leer algunos artículos de la Carta de Derechos Fundamentales de la Unión Europea.

Recomendación 14: “Incrementar las medidas dirigidas a las mujeres y al público de mayor edad para mejorar el resultado obtenido en el indicador que mide el grado de conocimiento del papel desempeñado por la UE”.

MEDIDA 14: Campaña anual de prensa en los periódicos de mayor tirada regional dando a conocer, entre el público en general, el excelente nivel de ejecución del Programa Operativo así como algunas de las actuaciones más significativas que se han desarrollado en los centros de salud, siendo las personas de mayor edad, principales usuarias de los mismos.

2.3. Resultados de la puesta en marcha de las recomendaciones

En este último apartado del análisis del seguimiento y aplicación de las recomendaciones corresponde evaluar los resultados obtenidos con la puesta en marcha de las diferentes medidas a través de las recomendaciones realizadas en 2010. En algunos casos se podrán valorar los resultados mientras que en otros, la medida de los mismos resulta intangible, por lo menos a corto plazo.

En este último apartado del análisis del seguimiento y aplicación de las recomendaciones corresponde evaluar los resultados obtenidos con la puesta en marcha de las diferentes medidas a través de las recomendaciones realizadas en 2010. En algunos casos se podrán valorar los resultados mientras que en otros, la medida de los mismos resulta intangible, por lo menos a corto plazo.

En primer lugar, en lo que se refiere a la PERTINENCIA DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN, con las medidas puestas en marcha se ha conseguido disponer de información acerca de las redes de comunicación (INFORM, GERIP y GRECO-AGE) en todo momento para los agentes implicados en el Plan de Comunicación.

La VALIDEZ Y CONSISTENCIA INTERNA DEL PLAN DE COMUNICACIÓN se mantiene estable durante toda la vigencia del programa, así el Plan de Comunicación sigue guardando coherencia, quedando contrastada y constatada su validez y consistencia. No obstante, en el apartado 3.2 del presente informe, “Principales avances conseguidos respecto a la validez y consistencia interna del Plan”, se analizará este aspecto con mayor profundidad.

El estudio de los resultados obtenidos mediante la puesta en marcha de medidas con respecto a los distintos INDICADORES DE REALIZACIÓN ha evidenciado la consecución de una serie de avances hasta el punto de la presentación de buenas prácticas de comunicación relacionadas con las redes de información y publicidad.

También es necesario mencionar que se ha observado una mejora considerable en la calidad de la información volcada en la aplicación informática INFOCO.

En cuanto a los INDICADORES DE RESULTADO, éstos se analizan con detalle en el correspondiente apartado 4 “Análisis de la aplicación de las medidas de información y publicidad”. No obstante, se adelanta que los resultados obtenidos al respecto han sido positivos y con una mejoría en comparación con lo que se obtuvo en la Evaluación Intermedia de este Plan de Comunicación.

Para evaluar el avance en cuanto a la REPERCUSIÓN DE LOS SISTEMAS DE SEGUIMIENTO EN LA CALIDAD DE LA EJECUCIÓN DE LAS MEDIDAS había que tener en cuenta si se realizaba y distribuían entre los organismos gestores instrucciones en caso de producirse novedades relevantes. En este caso, no ha sido necesario elaborar instrucciones específicas si bien se ha procedido al envío de correos electrónicos con el fin de mantenerlos informados y al cabo de cualquier novedad. Esto ha provocado una mejora en el resultado obtenido en cuanto al grado de conocimiento de las obligaciones.

También se ha actualizado de forma periódica la información disponible en las distintas páginas web donde se puede consultar lo que sea necesario para la correcta aplicación de las medidas de Información y Publicidad, así como para conocer los temas tratadas en las redes de comunicación.

En lo que se refiere a la CONSIDERACIÓN DEL PRINCIPIO DE IGUALDAD DE OPORTUNIDADES cabe destacar el esfuerzo por poner en marcha la recomendación realizada en la Evaluación del Plan de Comunicación en 2010, donde se proponía enfatizar la utilización de un lenguaje neutro. Así, mediante un análisis documental, se ha constatado el hecho de un uso generalizado del lenguaje neutro en los distintos canales y en las herramientas de comunicación utilizadas en este período.

Al analizar los resultados obtenidos en los distintos INDICADORES DE IMPACTO se muestra que en cuanto al grado de conocimiento de las obligaciones existentes, los agentes implicados han experimentado una mejora con respecto a los resultados obtenidos en la evaluación intermedia del Plan de Comunicación, si bien se han detectado problemas de índole presupuestaria para ponerlas en marcha todas estas medidas previstas.

La tasa de satisfacción y la tasa de utilidad han incrementado sus valores de una forma considerable con respecto a 2010. En la misma línea se sitúa el grado de conocimiento de los distintos Fondos Estructurales y Fondo de Cohesión valorando positivamente el esfuerzo realizado en este sentido, principalmente en las medidas dirigidas al público joven, como las que ha desarrollado el Ayuntamiento de Oviedo.

Señalar que, a pesar de la dificultad de aislar el resultado de esta medida, en el apartado 7 “Análisis del impacto: logros y desafíos de las actividades en materia de información y publicidad”, se analizarán en profundidad los resultados obtenidos en la encuesta telefónica realizada en el marco de la presente evaluación a la ciudadanía. Se distinguirán los resultados obtenidos tanto por tramos de edad como por sexo.

Finalmente destacar que la mencionada campaña llevada a cabo por el Ayuntamiento de Oviedo ha sido identificada como Buena Práctica de Comunicación en este período.

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

Para extraer las conclusiones, en primer lugar es necesario precisar que no es posible evaluar los resultados obtenidos con todas y cada una de las recomendaciones porque algunas de ellas requieren de mayor perspectiva temporal para su análisis y en otros casos tienen un componente subjetivo elevado, difícil de trasladar a resultados concretos. Así mismo, hay casos en que no es posible aislar el resultado de una medida en el conjunto de la estrategia del Plan de Comunicación, así como de los efectos externos a la misma. Dicho esto, las conclusiones que se obtienen de este análisis son las siguientes:

- ☐ En primer lugar señalar que se han tenido en cuenta todas las recomendaciones realizadas en la Evaluación Intermedia de 2010 lo que refleja un esfuerzo considerable por mejorar en el ámbito de la comunicación y que no quede relegada a un segundo plano.
- ☐ Por otro lado, se observa que los aspectos de información y publicidad están cada vez más asentados en el día a día de todos los agentes intervinientes en el Plan de Comunicación.
- ☐ Muchas de las medidas puestas en marcha no han requerido de un esfuerzo presupuestario adicional lo que se valora positivamente al incrementar los resultados sin repercusión económica, sobre todo en las circunstancias actuales de restricciones presupuestarias.

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

Para este análisis se tienen en cuenta los criterios establecidos en la Guía Metodológica a la hora de evaluar la pertinencia de la estrategia y la validez y consistencia interna del Plan de Comunicación, así como la proporcionalidad, la asignación y adecuación de los recursos y la consideración del principio de igualdad de oportunidades.

Asimismo, además de las acciones de información y publicidad programadas en el Plan, también se evaluarán las intervenciones que los distintos agentes implicados en el Plan de Comunicación lleven a cabo, es decir la ejecución de otras actuaciones de comunicación en el marco de sus proyectos específicos, teniendo en cuenta para ello que todas las actuaciones del Programa Operativo han de comunicarse y publicitarse.

Los puntos principales de este análisis serán los siguientes:

- Reprogramaciones
- Reuniones de redes (GERIP, INFORM, ...)
- Avances en la gestión a través de los cursos de formación principalmente
- Valoración de la relación entre las actuaciones cofinanciadas y su consiguiente comunicación
- Posibles ajustes de los montantes financieros
- Mejoras en la aplicación
- Volcado de indicadores

3.1. Principales avances conseguidos respecto a la pertinencia del Plan

Para evaluar los avances conseguidos respecto a la pertinencia de la estrategia de comunicación definida en el Plan se considera necesario examinar las directrices comunitarias formuladas en esta materia al objeto de analizar la coherencia entre aquellas y la estrategia del Plan.

El referente comunitario en materia de comunicación lo constituye la red INFORM; esta red tiene como objetivo reunir a los responsables de comunicación de los POs del FEDER y Fondo de Cohesión de todos los Estados miembros con la finalidad de:

- o Compartir experiencias
- o Identificar formas de mejorar la calidad de las actividades de comunicación
- o Concienciar acerca de los beneficios de las intervenciones comunitarias entre los beneficiarios potenciales y el público en general

- Mejorar la visibilidad de los proyectos de la UE
- Intercomunicar las redes nacionales existentes
- Apoyar la creación de nuevas redes

A continuación se muestran las prioridades comunitarias en materia de comunicación definidas por la red INFORM y la plasmación de las mismas en la estrategia del Plan de Comunicación:

- ☑ En cuanto a la **transparencia**, la red INFORM aboga por la integración de **páginas webs** que contengan información sobre los Fondos Estructurales y la **publicación de la lista de Beneficiarios**. En esta línea, el Plan de Comunicación contempla intensificar la utilización de las páginas webs de la DGFC⁶ y del Gobierno del Principado de Asturias al objeto de proporcionar información a beneficiarios y beneficiarios potenciales sobre las posibilidades que les brinda el PO, así como para comunicar a los órganos gestores los aspectos más estrechamente ligados a los procedimientos de gestión del FEDER. Asimismo, el Gobierno del Principado de Asturias tiene habilitado un enlace a la lista de beneficiarios de la página web de la DGFC, que comprende los nombres de las operaciones y la cantidad de fondos públicos asignados a cada operación, en aras de una mayor transparencia del uso de los Fondos.
- ☑ En lo que respecta a la **cooperación entre Redes**, la Red INFORM apuesta por la creación de **redes tanto a nivel regional, nacional y comunitario**, a fin de garantizar los intercambios de buenas prácticas, incluidos los resultados de la aplicación del plan de comunicación, así como los intercambios de experiencia en la aplicación de las medidas de información y publicidad. Por su parte, el Organismo responsable del Plan de Comunicación participa en el **GERIP**⁷ red integrada por las personas responsables en materia de comunicación (representantes de las Autoridades de Gestión del FSE y del FEDER y de las Comunidades Autónomas). Este grupo incide no sólo en la organización y puesta en marcha de los distintos Planes de Comunicación, sino también en todas las actividades de seguimiento y evaluación de los mismos. Asimismo, esta red garantiza el intercambio de buenas prácticas y experiencias en materia de información y publicidad.

Igualmente, la Autoridad de Gestión ha constituido el **GRECO-AGE**⁸, red integrada por los responsables en materia de comunicación (la propia AG del FEDER y del Fondo de Cohesión y los responsables de los distintos Organismos de la AGE) que sirve de cauce para informar y tomar decisiones en las materias relacionadas con la información y la publicidad en el ámbito de sus competencias dentro de cada Programa Operativo.

- ☑ Por último, en lo que se refiere a compartir **buenas prácticas**, la Red INFORM recomienda destacar los éxitos de la Política de Cohesión Europea. En esta línea El Plan

⁶ Dirección General de Fondos Comunitarios

⁷ Grupo Español de Responsables en materia de Información y Publicidad.

⁸ Grupo Español de Responsables en Comunicación- Administración General del Estado

de Comunicación hace especial hincapié en el intercambio de experiencias y buenas prácticas, como por ejemplo:

- Actividades anuales conjuntas para todos los POs, responsables regionales y representantes de la Comisión en la que se darán a conocer aspectos relevantes de buenas prácticas en cada periodo.
- Inclusión de buenas prácticas en los Informes Anuales de Ejecución
- Intercambio de experiencias y buenas prácticas a través de las redes GERIP y GRECO-AGE
- Creación de una base de datos de buenas prácticas en la página web de la Autoridad de Gestión

Conclusiones y recomendaciones con respecto a la pertinencia de la estrategia de comunicación

Las conclusiones y recomendaciones a este respecto, se distinguen en función de los tres puntos previamente analizados:

☐ En primer lugar, en lo que se refiere a la **transparencia** y como ya se ha visto en el anterior apartado del análisis de las recomendaciones de la Evaluación Intermedia se han tomado medidas para avanzar en este sentido como es el refuerzo de contenidos en las distintas páginas web.

☐ En cuanto a la **cooperación entre redes**, tanto GERIP, como GRECO-AGE e INFORM, redes de referencia de este Plan de Comunicación, se han mantenido activas desde que se evaluó su funcionamiento en 2010 y siguen siendo un foro de intercambio de buenas prácticas e intercambio de experiencias así como de toma de decisiones en lo que se refiere a la aplicación de medidas de información y publicidad.

Ligado a la transparencia referida en el punto anterior, todos los contenidos tratados en las mismas e información acerca de su actividad están disponibles en las respectivas páginas web.

☐ Por último, en cuanto a las **buenas prácticas** y en línea con la estrategia del Plan de Comunicación se ha avanzado en los aspectos señalados en el análisis, como son:

- Celebración anual de actividades conjuntas para todos los Programas Operativos, tratando de innovar en la presentación y los contenidos pero siempre con el objeto de dar a conocer los aspectos relevantes de buenas prácticas en cada periodo.
- Inclusión de buenas prácticas en los Informes Anuales de Ejecución, no tan sólo de comunicación como se venía haciendo cuando se realizó la Evaluación Intermedia sino también de buenas prácticas de actuaciones cofinanciadas suponiendo un avance en cuanto a la estrategia del Plan de Comunicación.

3.2. Principales avances conseguidos respecto a la validez y consistencia interna del Plan

Para determinar los avances conseguidos respecto a la validez y la consistencia interna del Plan, se comprobará si existe coherencia entre los objetivos y la estrategia del Plan de Comunicación y si las medidas de comunicación puestas en marcha responden adecuadamente a dichos objetivos y estrategia.

Estrategia, objetivos y destinatarios del Plan de Comunicación:

Los objetivos generales del Plan de Comunicación son *valorizar el papel desempeñado por la Unión Europea en Asturias*, y *garantizar la transparencia de la ayuda del FEDER en el marco del PO 2007-2013 y su aprovechamiento*. Para ello, la estrategia del Plan de Comunicación se apoya en tres pilares: la **visibilidad, la transparencia y el cumplimiento de la normativa**.

Además de los objetivos generales, el Plan de Comunicación contempla una serie de objetivos específicos, que son los siguientes:

- *Reforzar la visibilidad del FEDER entre el público general*, lo cual favorece el objetivo de valorizar y/o concienciar a la ciudadanía del papel desempeñado por la Unión Europea.
- *Favorecer que los destinatarios de las actuaciones tengan un conocimiento más preciso del origen de los Fondos recibidos*, que contribuye tanto a garantizar la transparencia sobre el origen de los Fondos, como a poner en valor los esfuerzos de la Unión Europea para la mejora de la calidad de vida de la ciudadanía.
- *Cumplir las exigencias reglamentarias en materia de información y publicidad*, que contribuye al objetivo de transparencia y a la buena gestión de las ayudas comunitarias.

Asimismo, estos objetivos se aplican en **tres niveles** en función del tipo de destinatario de la información (opinión pública, beneficiarios potenciales y beneficiarios reales):

- ✓ *Nivel General*; supone comunicar al público la importancia de la política de cohesión, así como de las ayudas en que se instrumenta (en este caso, FEDER). Se busca un mejor conocimiento y una valoración positiva por parte de los ciudadanos de los beneficios que se derivan del trabajo en común de la Unión Europea y su región y que se traduce en la mejora del bienestar y la calidad de vida en la población asturiana.
- ✓ *Nivel de Programa*; implica transmitir la trascendencia concreta del Programa Operativo FEDER 2007-2013, así como del trabajo y la participación financiera conjunta de la Unión Europea, el Estado y la región. Tanto los agentes implicados como la ciudadanía, en mayor o menor medida, deben conocer la influencia del PO en los diferentes aspectos de la vida de su región.

- ✓ *Nivel de Proyecto*; se traduce en comunicar el alcance de los proyectos llevados a cabo en el marco del Programa Operativo. La materialización del Programa en proyectos concretos y los frutos de los mismos permitirán que los ciudadanos y los agentes implicados tomen una conciencia más real y firme sobre el peso de las actuaciones desarrolladas.

De este modo se logra que el impacto de las acciones de información y publicidad sea mayor, en la medida en que la información se ajusta al nivel requerido. Igualmente, los destinatarios del Plan se encuentran claramente definidos e identificados, lo que permite diseñar acciones de comunicación específicas, que se ajustan al tipo de destinatario según sus necesidades informativas.

Conclusiones y recomendaciones con respecto a la validez y consistencia interna del Plan de Comunicación:

Las conclusiones y recomendaciones están ligadas a cada uno de los puntos del análisis anterior así como en referencia a la Evaluación Intermedia de 2010.

- ☐ En lo que se refiere a los objetivos globales y específicos, la estrategia del Plan de Comunicación sigue guardando coherencia con los mismos quedando contrastada y constatada su validez y consistencia:
 - En cuanto a los objetivos globales siguen respondiendo a las prioridades comunitarias en la materia tomando para ello, una serie de medidas previstas en el Plan que tratan de destacar el papel desempeñado por la Unión Europea, garantizan la transparencia de la ayuda de los Fondos y también dan a conocer la importancia de la gestión de los Fondos Europeos tanto por la Comunidad Autónoma como por la Administración General del Estado.
 - Y en lo que respecta a los objetivos específicos, en sus tres niveles (general, programa y proyecto), el Plan de Comunicación sigue presentando la misma consistencia interna pues es capaz de comunicar tanto la importancia de la Política de Cohesión, la trascendencia del programa y la consecución de los proyectos.
- ☐ En esta línea se recomienda que, en lo que queda de período, se concentren los esfuerzos en esta fase de difusión de los resultados en los marcos apropiados para ello como puede ser el acto anual de comunicación así como a través de los diferentes medios de comunicación que se han venido utilizando hasta la fecha.

3.3. Adecuación de la dotación de los medios económicos, humanos y técnicos asignados a las tareas de comunicación de los Fondos

Una vez revisada la documentación a este respecto, se ha considerado oportuno, proceder por separado a la evaluación y análisis de los medios económicos por un lado y, por otro, de los

medios humanos y técnicos. El motivo principal se debe a que en la Evaluación Intermedia no se pudo emitir informe de valoración debido a que los datos disponibles acerca de los montantes no eran definitivos pues se estaba procediendo a su revisión.

Dotación de los medios económicos

Para realizar este análisis es necesario tener en cuenta que la cuantía económica estimada del Plan de Comunicación fue objeto de revisión en los Comités de Seguimiento de los años 2009 y 2010. Esta revisión afectó al importe estimado para todo el periodo de programación así como al método de imputación del gasto con independencia de si el mismo estaba o no cofinanciado. Para la resolución de esta deficiencia y de cara a preparar los Comités de Seguimiento del año 2011, en las reuniones de GERIP de febrero y abril de 2011 se puso en común la problemática de cada organismo. Así mismo, se repasó y aclaró la metodología de recogida de los montantes estimados acordando que la estimación de todo el período se remitiría a las Autoridades de Gestión con antelación suficiente para su inclusión en el informe anual de ejecución.

Finalmente, el montante estimado se cifró en 850.000 euros para todo el período de programación. Como dato positivo cabe destacar que, a pesar de las restricciones impuestas por la situación económica actual, se ha conseguido mantener la senda programada para este Plan, alcanzando en el momento de la evaluación una ejecución del 95,97% con respecto a lo programado para todo el periodo.

Dotación de medios humanos

La dotación de medios humanos responsables de la aplicación del Plan de Comunicación así como del cumplimiento de la normativa en materia de Información y Publicidad se distribuye entre los distintos organismos en función del ámbito de sus competencias. Estos organismos son la Autoridad de Gestión del FEDER, el Organismo Intermedio regional así como otros Organismos Intermedios de la Administración General del Estado y Administración Local y finalmente, los organismos gestores y/o beneficiarios.

Las funciones y responsabilidades de cada uno de estos organismos están señaladas en el apartado 1 del presente informe y, por lo tanto, no procede revisarlas de nuevo en profundidad, si bien se pueden resumir, de forma práctica, en los siguientes puntos:

- Ninguno de los agentes mencionados dispone de una persona dedicada exclusivamente a las tareas de información y publicidad, no obstante si hay una persona responsable del cumplimiento de la normativa así como de garantizar la puesta en marcha de las medidas descritas en el Plan de Comunicación.
- En el caso del Organismo Intermedio regional y en atribución de sus funciones, dispone de una persona responsable del cumplimiento de las mismas. Así, entre otras cosas, acude a las reuniones de las redes, procede al volcado de los indicadores en la aplicación. Para ello, previamente debe recopilar esta información de todos y cada uno de los organismos gestores.

- Por otra parte, la Autoridad de Gestión del FEDER también dota de medios humanos a la ejecución del Plan de Comunicación según las funciones que tiene atribuidas por el Reglamento (CE) N° 1083/2006 sobre todo de coordinación de las acciones del Plan.

Dotación de medios técnicos

Finalmente, con respecto a la dotación de medios técnicos, señalar que desde septiembre de 2009, la Autoridad de Gestión del FEDER ha puesto en marcha la aplicación informática "INFOCO" para el seguimiento y la evaluación de los indicadores de información y publicidad.

Los Organismos Intermedios disponen de claves de acceso a dicha aplicación para proceder al volcado de indicadores, con recomendación de hacerlo dos o tres veces por anualidad. Así mismo, pueden consultar en cualquier momento el estado de ejecución de los mismos, tanto por fecha de volcado como por fecha de realización del indicador, lo que permite realizar las correcciones oportunas si fuera necesario.

Conclusiones y recomendaciones con respecto a la dotación de medios económicos, humanos y técnicos asignados a las tareas de comunicación de Fondos

- ☐ En el momento de la evaluación se ha alcanzado un grado de ejecución cercano al 96% del presupuesto estimado para todo el periodo, por lo que previsiblemente se cumplirá el objetivo del 100% al final del actual periodo de programación.
- ☐ En lo que se refiere a los **medios humanos**, si bien sería deseable aumentar su dotación, lo que es difícil en esta época de restricciones presupuestarias, se ha constatado el esfuerzo y la colaboración de los gestores y órganos implicados en las tareas de información y publicidad. Esta dedicación les ha permitido compaginar las tareas de comunicación con el resto de las atribuciones que les corresponden en el desempeño de su puesto de trabajo en la gestión de fondos europeos.
- ☐ Por último, los **medios técnicos**, que básicamente se refieren a la aplicación informática de indicadores. Esta aplicación ha requerido un esfuerzo importante por parte de los organismos responsables de la carga de la información, respondiendo en general de manera positiva y cumpliendo las obligaciones que en este sentido tienen asignadas.

3.4. Consideración del Principio de Igualdad de Oportunidades en la Estrategia de Comunicación

Este epígrafe tiene por objeto evaluar la consideración del principio de *Igualdad de Oportunidades* en las medidas de información y publicidad puestas en marcha a través del Plan de Comunicación. Para ello, se ha analizado el tratamiento que se ha dado a este principio tanto en el Plan de Comunicación, como en las acciones de comunicación ejecutadas durante el periodo de análisis.

En el apartado 6 del presente informe, se evalúa la integración del principio de igualdad de oportunidades, tanto en las medidas de información y publicidad como en los efectos obtenidos por las mismas. En dicho apartado se profundizará más en el análisis de la aplicación y consideración de este Principio de Igualdad de Oportunidades. Si bien, de forma general, se evalúa de forma muy favorable las acciones en positivo puestas en marcha en el período de análisis. En concreto:

- Celebración de cursos relacionados con la Igualdad de Oportunidades tanto en el Instituto de Administración Pública “Adolfo Posada” como en el Instituto de Desarrollo Económico del Principado de Asturias (IDEPA).
- Publicaciones relacionadas con la perspectiva de género realizadas por equipos de investigación de la Universidad de Oviedo:
 - *“Mujer y Empresa en Asturias”*, que analiza la participación de las mujeres en la dirección de las empresas y estudia las características del empresariado femenino en Asturias.
 - *“Emprendiendo en femenino en la economía asturiana”*, analiza las posibles dificultades asociadas al emprendimiento con el fin de determinar los obstáculos existentes a la hora de emprender y si estos guardan o no relación con el sexo de la persona o con estereotipos o prejuicios ligados a éste.
 - *“Mujeres en mundos de hombres. Pintoras en el sector de la Construcción”*, donde se estudian los factores que favorecen o dificultan la inserción laboral de las mujeres en el oficio de pintoras.

Conclusiones y Recomendaciones

- ☐ Se recomienda que, en el desarrollo de la estrategia de comunicación, se tengan en cuenta las aportaciones de la Red de Igualdad para la inclusión de este principio de igualdad de oportunidades con el objeto aumentar las garantías de su aplicación así como para poder medir y evaluar sus efectos y resultados.

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

En este apartado se realizarán 3 análisis diferenciados sobre la aplicación de las medidas de información y publicidad:

- *Avances en la ejecución de las medidas*, en el que se calculará la ejecución de los indicadores del Plan en relación con las metas establecidas para cada uno de ellos.
- *Integración de las actividades de información y publicidad en los IAE⁹*, en el que se verificará si dichos informes han incluido la información sobre las actividades de información y publicidad.
- *La repercusión de los sistemas de seguimiento en la calidad de la ejecución de las medidas*, en el que se estimará si el Plan de Comunicación ha incrementado la calidad en la ejecución de las medidas.

Añadir que este análisis se realiza para tres intervalos temporales:

- Período comprendido entre 2010 y 2013, esto es, desde la Evaluación Intermedia
- Comparativa de los resultados de este período con el de 2007-2010
- Conclusiones del conjunto del período de programación 2007-2013

4.1. Avances en la ejecución de las medidas

Antes de comenzar con este análisis, es conveniente aclarar que las previsiones en los indicadores de realización fueron revisadas al alza con posterioridad a la realización de la Evaluación en 2010 y cuya reprogramación ya se incluye en el último Informe Anual de Ejecución de 2012, elevando los indicadores de realización “actividades y actos públicos”, “acciones de difusión”, “soportes publicitarios” y “documentación interna distribuida”.

Esto significa que los indicadores inicialmente establecidos en el Plan de Comunicación se han visto modificados, por lo tanto, para esta evaluación se han tenido en cuenta estas últimas metas, valorando positivamente el esfuerzo de incrementar las medidas de información tanto para los agentes implicados en la ejecución del Programa como para los potenciales beneficiarios/as y la ciudadanía en general.

En primer lugar se presentan las metas (una vez actualizadas) previstas en el Plan de Comunicación para los distintos indicadores de realización y resultado para seguir con el análisis de cada uno de estos dos tipos de indicadores y terminando, en cada uno de los casos, con una serie de conclusiones y recomendaciones.

⁹ Informes Anuales de Ejecución

Este análisis, gracias a la información disponible en la aplicación informática ya mencionada con anterioridad en este informe, incluye el nivel de ejecución global, así como el nivel de ejecución por organismo beneficiario y por gestor, lo que permite una visión más amplia y personalizada de la participación de los distintos agentes para la consecución de los objetivos previstos en el Plan de Comunicación.

Señalar también que para este análisis, el equipo evaluador ha tenido en cuenta los datos cargados en la aplicación a 10 de septiembre de 2013.

Se presenta, como primer paso del análisis, el siguiente cuadro que muestra las metas previstas y la ejecución para los indicadores de realización y de resultado:

Informe Global del Plan de Comunicación. Plan Comunicación Asturias.

Tipo Actividad	Indicador realización	Programación	Ejecución	%	Indicador Resultado	Programación	Ejecución	%	Montante estimado
01	Nº actividades y actos públicos	298	291	97,7%	Nº de asistentes	16.205	11.069	68,3%	195.743
02	Nº de acciones de difusión	650	691	106,3%					191.043
03	Nº de publicaciones externas realizadas	132	104	78,8%	% publicaciones distribuidas / editadas	100%	96,1%		248.697
					Nº puntos de distribución	86	75	87,2%	
04	Nº de páginas Web	2	2	100%	Nº de Visitas	85.000	72.899	85,8%	0
05	Nº de soportes publicitarios	445	436	98%					123.866
06	Nº de documentación interna distribuida	335	321	95,8%	% de organismos cubiertos	100%	98,5%		44.877
07	Nº de redes de información y publicidad	3	3	100%	Nº reuniones	60	53	88,3%	11.476
					Nº asistentes	99	88	89,1%	
Datos Ejecución por realización de indicadores desde el 01/01/2007 hasta el 10/09/2013									

Analizada la información contenida en la aplicación informática¹⁰ donde se recoge la carga de los indicadores del Plan de Comunicación, se extraen las conclusiones tanto de los indicadores de realización como de los indicadores de resultado.

ANÁLISIS DE INDICADORES DE REALIZACIÓN

Del análisis general se observa que el porcentaje de ejecución alcanzado por los indicadores de realización en función de las metas establecidas para cada uno de ellos y a nivel global del plan de comunicación, esto es, contando con las actividades llevadas a cabo por todos los organismos, se concluye que:

- A nivel general, se puede prever con un alto grado de confianza que se alcancen los objetivos previstos a 31 de diciembre de 2013.
- En cuanto al ritmo de ejecución, se observa un incremento paulatino desde el año 2007 hasta el año 2010 concentrándose los mayores valores en esta anualidad 2010 y comenzando a descender ligeramente este partir del año 2011 lo que, por otra parte, es lógico dado el avanzado estado de ejecución del Programa Operativo.
- A 10 de septiembre de 2013, se observa un alto grado de ejecución de los indicadores; a falta de tres meses para la finalización del periodo de ejecución, todos ellos han alcanzado valores superiores al 95%, salvo el nº3 (*Nº de publicaciones externas realizadas*). Se aprecia como el ritmo de ejecución ha sido mayor en el periodo 2010-2013 que en el 2007-2010, a excepción del indicador nº1 (*Nº de eventos realizados*).
- Dos de los indicadores del Plan, el nº 4 (*Nº de Páginas Web*) y el nº 7 (*Nº de Redes de Información y Publicidad*) ya han alcanzado el 100% de las metas que tenían previstas para 2013.

En estos dos casos y por la propia definición de estos indicadores, el acumulado no supone la suma de los años anteriores sino que se refleja el número total tanto de páginas web como de redes puestas en marcha a lo largo del período.

- El indicador nº 2 (*Nº de actos de difusión*) ha superado el objetivo previsto para 2013, lo que supone, por un lado, evaluar positivamente el esfuerzo realizado y, por otro lado, un cierto error de previsión en cuanto a la capacidad de ejecución, aún habiéndose revisado su valor al alza en el año 2012.
- Los indicadores que están por encima del 95% de ejecución como son el *Nº de soportes publicitarios*, *Nº de Documentación Interna Distribuida* y *Nº de eventos realizados* ya no requieren de un esfuerzo adicional por cumplir los objetivos más allá de seguir con lo previsto en el Plan de Comunicación hasta finales de 2013.

¹⁰ Datos consultados a 10 de septiembre de 2013.

- El indicador nº3 (*Nº de publicaciones externas realizadas*) requeriría, si fuera posible, incrementar moderadamente el ritmo de ejecución en estos últimos meses para cumplir con las metas propuestas.

Analizando estos indicadores individualizados para los distintos agentes implicados en aplicar las medias de información y publicidad, la información que se extrae de forma desagregada permite identificar las actuaciones que cada uno de estos organismos ha llevado a cabo, así como su aportación a la ejecución global del Plan de Comunicación.

En general, tanto el Principado de Asturias como la Dirección General de Fondos Comunitarios, son los organismos que, con una importante diferencia sobre el resto, aportan una parte muy importante en la ejecución de medidas de información y publicidad.

A continuación se evalúa la ejecución de cada indicador por parte de los distintos actores implicados en el Plan de Comunicación. Señalar previamente que el Ministerio de Política Territorial (MPT) se suprime por Real Decreto 1823/2011, de 21 de diciembre, por el que se reestructuran los departamentos ministeriales y sus actuaciones pasan a gestionarse por la Dirección General de Coordinación de Competencias con las Comunidades Autónomas y las Entidades Locales (DGCCCAAEELL).

En cuanto al **Nº DE EVENTOS REALIZADOS**, la Dirección General de Fondos Comunitarios, con un 43,30% es quién aporta el mayor peso a la ejecución total (97,70%) en cuanto al número de eventos realizados, observando su mayor carga en el año 2008. Otro elemento a destacar de forma positiva es que el conjunto de organismos regionales han incrementado su ritmo de ejecución en el periodo 2010-2013. Por ejemplo, de los 9 eventos realizados por IDEPA (Instituto de Desarrollo Económico del Principado de Asturias), 7 de ellos se han realizado entre 2011 y 2013. Lo mismo ocurre con el Instituto Asturiano de la Mujer, siendo todos sus eventos menos uno, en estas últimas tres anualidades.

Si se desglosan los datos del Principado de Asturias por organismo gestor, se obtienen unos resultados donde se aprecia un incremento más que proporcional de este tipo de actuaciones en las tres últimas anualidades al ejecutarse casi un 70%, frente al 30% de los tres primeros años.

También hay que tener en cuenta que hay gestores, como por ejemplo el caso del ICEX que si bien en cuanto a la ejecución física ha contribuido poco en el número de eventos realizados, pero el montante económico destinado a los mismos así como la repercusión del número de participantes que han asistido a dichos eventos es digna de destacar en el análisis de este indicador.

En cuanto al **NÚMERO DE ACTOS DE DIFUSIÓN**, es el Principado de Asturias con un 28,70%, quien aporta la mayor carga a la ejecución total, cuya meta ya ha sido sobrepasada (106,50%). Desde 2007 hasta 2010 el ritmo de ejecución ha ido incrementándose paulatinamente, alcanzando su mayor valor en 2010 (7,10%), mientras que en los sucesivos años se ha producido una ligera reducción del mismo. A su vez, el Ayuntamiento de Oviedo es otro de los organismos con mayor número de actos de difusión aportando a la ejecución total un 33,20%, sobre todo debido al

impulso dado durante la anualidad 2011, donde ejecutaron un 13,50%, destacando la inserción de dos publirreportajes en los tres diarios de mayor tirada en Asturias, en concreto, en La Nueva España. El Comercio y la Voz de Asturias.

Este indicador, como ya se observaba en la evaluación de 2010 es uno de los que mayor grado de ejecución presenta a nivel global gracias a la contribución de una gran parte de los organismos partícipes del Plan de Comunicación. Esto es significativamente positivo, independientemente del porcentaje de cada uno de ellos, pues se puede interpretar una implicación de todos los participantes en el Plan por conseguir una mayor difusión del FEDER.

El conjunto de organismos regionales del Principado de Asturias es quién más aporta al indicador que mide el **NÚMERO DE PUBLICACIONES EXTERNAS**, tanto en el número de publicaciones como en el montante destinado a las mismas, con casi un 32,70% de ejecución, lo que significa una implicación importante en las acciones de información y publicidad necesarias para la difusión de fondos, alcanzando su mayor valor en el año 2008 y 2009 (5,30%). Además, es importante señalar que la participación de algunos de los organismos ha sido mayor en el periodo 2010-2013, destacando al Ayuntamiento de Oviedo y el ICEX.

Por último, destaca la participación cualitativa de la Fundación Incyde, con la realización de video de unos 20 minutos sobre la red de viveros cofinanciada por FEDER y su aportación al mundo de las personas emprendedoras. El video cuenta con entrevistas a la Directora General de Fondos Comunitarios, al Director General de la Fundación INCYDE así como a diferentes empresas que se encuentran ubicadas en estos viveros.

El **NÚMERO DE PÁGINAS WEB** se lleva a cabo al 50% por la D.G. de Presupuestos y la DGFC como responsables del Plan de Comunicación, tal y como estaba previsto en la distribución de responsabilidades de la *“Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación”*

En cuanto al **NÚMERO DE SOPORTES PUBLICITARIOS**, destaca la práctica igualdad en la contribución a la ejecución entre el conjunto de los organismos regionales, con un 45% (siendo su mayor valor en 2010 con casi un 10%) y entre la ejecución de la Administración General del Estado y de la Autoridad de Gestión del FEDER.

A nivel individual, cabe destacar el ICEX, con un 23,16% y el Ayuntamiento de Oviedo con casi un 10% sobre la ejecución total. No obstante, es preciso señalar que la participación de los organismos ha sido mayor en el periodo 2010-2013 lo que, por otro lado, es lógico, debido a que estos indicadores van ligados a la ejecución de las actividades en el marco del Programa Operativo.

En el caso del Principado de Asturias, como se ha señalado antes, representa un 45% del total de la ejecución con el mayor peso en organismos como el IDEPA, la Consejería de Fomento, Ordenación del Territorio y Medio Ambiente y la Consejería de Sanidad.

En la ejecución del indicador, **Nº DE DOCUMENTACIÓN INTERNA DISTRIBUIDA**, han contribuido un gran número de organismos implicados en el desarrollo de las medidas de información y publicidad previstas en el Plan de Comunicación. Esto hace posible alcanzar el objetivo establecido para 2013.

La DGFC con un 29,60% es quien más contribuye al ritmo de ejecución total (95,80%) a 10 de septiembre de 2013. No obstante, es preciso destacar que la DGFC ha reducido su ritmo de ejecución en el periodo 2010-2013 (10,40%), respecto al periodo 2007-2010 (17,90). Por su parte, organismos como el Ayuntamiento de Oviedo, la Dirección General de la Pequeña y Mediana empresa y la Subdirección General de Fomento de la Sociedad de la Información han incrementado de manera notable su ritmo de ejecución en el periodo 2010-2013.

Por último, señalar como positivo el esfuerzo llevado a cabo por los organismos gestores para incrementar el número de documentación interna distribuida sin que ello conllevara un desembolso económico relevante, permitiendo de esta forma que se respetara el presupuesto destinado a este tipo de actuaciones. El motivo principal es que se han utilizado canales basados en las nuevas tecnologías, como el correo electrónico o las distintas páginas web.

En lo que se refiere al **NÚMERO DE REDES DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD**, no cabe añadir comentario ni análisis adicional al realizado en 2010, pues las 3 redes previstas en la programación son las que finalmente se han puesto en marcha como ya sucedía en la Evaluación Intermedia.

Conclusiones y recomendaciones sobre los indicadores de realización:

- ❑ Si bien el grado de ejecución de los indicadores presenta una media superior al 95% lo que extrapolado a todo el período llevaría a concluir que se finalizaría con un porcentaje de éxito prácticamente del 100% o incluso superior, es necesario tener precaución en la evaluación de este resultado ya que puede provocar una relajación a la hora de seguir el ritmo de ejecución actual. Por este motivo se recomienda seguir con la planificación reflejada en el Plan de Comunicación, así como incrementar el número de medidas y acciones hasta finales de 2013 ya que se observa que en los años 2010 y 2011 el ritmo de ejecución de los indicadores se ha reducido, y en 2012 se apreció un ligero crecimiento del mismo.
- ❑ Como ya se ha comentado anteriormente, el Nº de Páginas Web y el Nº de Redes de Información y Publicidad han alcanzado los objetivos previstos, no obstante se recomienda seguir aumentando y mejorando los contenidos éstas páginas web en la medida de lo posible sobre todo, de cara al próximo período de programación, lo que permitirá partir de una base sólida para afrontar 2014-2020 con garantías de éxito en materia de información y publicidad.
- ❑ Los indicadores utilizados proporcionan periódicamente información del avance de las medidas, lo que permite realizar un seguimiento en cualquier momento del período de la evaluación. Con esta utilidad que proporciona una herramienta como la aplicación

informática, se recomienda contemplar la posibilidad de realizar un seguimiento más continuo del avance en la ejecución de las medidas como sucede con las evaluaciones operativas de forma que permita corregir las desviaciones en la consecución de los objetivos de una forma anticipada, tal y como ha ocurrido en los años 2011 y 2012.

INDICADORES DE RESULTADO

Antes de comenzar el análisis de los indicadores de resultado, es preciso señalar que, por las características y definición de los mismos, los porcentajes esperados, han de ir necesariamente ligeramente por detrás de la ejecución de los indicadores de realización, pues son consecuencia de estos. Lo que significa que, en principio, una buena ejecución en los indicadores de realización debería verse acompañada de unos buenos resultados, aunque algo más dilatado en el tiempo.

En cuanto al porcentaje de ejecución alcanzado por los indicadores de resultado en función de las metas establecidas para cada uno de ellos y a nivel global de todos los organismos, se concluye que:

- Los indicadores de resultado ofrecen porcentajes de ejecución adecuados (ya que todos superan el 80%) a excepción del indicador nº1 (*Nº de asistentes*) cuyo ritmo de ejecución se encuentra por debajo del 70%, siendo éste el indicador con menor nivel de ejecución, aunque en el periodo 2010-2013 el ritmo de ejecución se ha doblado respecto al periodo 2007-2010.
- Los indicadores nº 3 (*% Publicaciones distribuidas / editadas*) y *Nº de puntos de distribución*) y nº6 (*% de Organismos cubiertos*), han alcanzando valores en torno al 90% de ejecución, con lo cual es previsible cumpla con los objetivos propuestos e incluso pueda superarlos.
- El indicador nº 7 (*Nº de Reuniones y Nº de Asistentes*) presenta un nivel más bajo de ejecución respecto a los anteriores (86,70% y 89,30%), aunque no tendrá problemas de cumplir con sus objetivos, siempre y cuando se incremente el ritmo de ejecución del número de reuniones, el cual se redujo en el periodo 2010-2013.

A continuación se evalúa la ejecución de cada indicador por parte de los distintos actores implicados en el Plan de Comunicación:

En cuanto al **NÚMERO DE ASISTENTES A ACTIVIDADES Y ACTOS PÚBLICOS**, el conjunto de gestores regionales alcanzan una ejecución del 32,8% para todo el período. Entre la aportación de los organismos de la AGE, destaca el incremento del número de asistentes en el periodo 2010-2013 en FEVE, en el antiguo Ministerio de Política Territorial y Turopolia.

En el análisis cualitativo de este indicador, se han observado algunas deficiencias como, por ejemplo que en alguno de los actos mencionados, sólo aparece un asistente, lo que por la propia definición del indicador, hace que difícilmente sea un acto público.

En otros casos, se observan datos aproximados lo que, en principio, puede ser un mecanismo adecuado para determinado tipo de actos donde no se puede cuantificar el número exacto de asistentes. Se dan por buenos estos datos, pues el equipo evaluador no pudo verificar si el método de cálculo ha sido adecuado.

Para terminar con el análisis de este indicador se procede al desglose del número de asistentes en aquellos eventos organizados por los gestores del Principado de Asturias, destacando los más significativos y que más han contribuido a la ejecución del indicador de resultado como es el caso de la Dirección General de Transportes sobre todo por los numerosos asistentes al acto del Día Marítimo Europeo del Año 2010 celebrado en el mes de mayo de dicho año. Por otra parte, mencionar al Instituto Asturiano de la Mujer en la organización del Congreso Igualdad de Género y Educación con un exitoso poder de convocatoria al que asistieron 250 personas.

En último lugar, la Dirección General de Presupuestos y Sector Público, como Organismo Intermedio del Programa Operativo, ha realizado un gran esfuerzo consiguiendo la asistencia de un elevado número de personas a las distintas actividades y actos públicos organizados por este organismo destacando, entre otros, los cursos celebrados en febrero de 2012, "Organización y funcionamiento de la Unión Europea" y "La Crisis del Euro y el gobierno económico de la Unión Europea".

El **PORCENTAJE DE PUBLICACIONES DISTRIBUIDAS/EDITADAS** alcanza prácticamente un 100% de ejecución, lo que significa un compromiso por parte de todos los organismos en cuanto a distribuir todas aquellas publicaciones editadas, e incluso el ritmo de ejecución se ha incrementado, si cabe, a partir de la anualidad 2010.

El **NÚMERO DE PUNTOS DE DISTRIBUCIÓN** se ha mantenido constante con respecto a la Evaluación Intermedia y próximo al objetivo planteado. Del total de organismos implicados en este Plan de Comunicación, 11 de ellos han diseñado puntos de distribución, lo que supone aproximadamente un tercio del total.

Como ya se señaló en la Evaluación Intermedia, el **NÚMERO DE PÁGINAS WEB** son desarrolladas al 50% por el Organismo Intermedio del Programa Operativo FEDER del Principado de Asturias y por la Dirección General de Fondos Comunitarios (DGFC) como responsables del Plan de Comunicación.

El **PROMEDIO ANUAL DE VISITAS** se ha incrementado desde 2010 casi en un 40%, lo que se valora como extremadamente positivo. Si bien el peso recae sobre todo en la Autoridad de Gestión, es lógico pues su página web tiene un ámbito mucho mayor a la de los Organismos Intermedios.

El **PORCENTAJE DE ORGANISMOS CUBIERTOS**, al igual que el de publicaciones distribuidas/editadas alcanza valores muy próximos al 100% lo que implica el compromiso en cuanto al nivel de aportación a este indicador por parte de todos los agentes implicados en el Plan de Comunicación. De hecho, se observa un valor del 10% lo que el equipo evaluador entiende

como un error de introducción de datos, así que valora este indicador como si el objetivo del 100% estuviera alcanzado.

Conclusiones y recomendaciones sobre los indicadores de resultado:

- ❑ Los indicadores de resultado muestran, tanto en media como en el total, niveles de ejecución similares a los indicadores de realización, lo que significa que si se continúa con el mismo ritmo de ejecución, es previsible que se cumplan los objetivos para ambos indicadores y, como es el caso, de manera simultánea.
- ❑ En cuanto a la información desagregada por organismo beneficiario, en general, los resultados obtenidos son los esperados, teniendo en cuenta la programación del Plan de Comunicación en el sentido de las competencias de cada organismo, así como la definición de los indicadores. Además, hay una relación coherente entre los resultados obtenidos en ambos tipos de indicadores por organismo analizado.
- ❑ Se recomienda revisar la definición de los indicadores, pues en el análisis cualitativo de la carga de los mismos se aprecian disparidades de criterios, y datos algo incongruentes. Se propone una definición más homogénea y más concreta, pues por ejemplo, se equipara una campaña de publicidad con un anuncio en un boletín oficial, ambos como actos de difusión. El equipo evaluador considera que no deben tener el mismo peso, además teniendo en cuenta que los anuncios en boletines son exigidos por reglamento.
- ❑ El equipo evaluador entiende los puntos de distribución como una parte muy importante de la difusión de los fondos, por lo tanto, recomienda para el próximo período, tratar de programar una estrategia que contemple más puntos de difusión, además de tratar que todos los organismos participen con, al menos, un punto de distribución ya que en este caso, sólo un tercio de los organismos cuentan algún punto de distribución.
- ❑ Se recomienda perseguir las metas propuestas, adoptando las medidas necesarias para ello, de conseguir que todos los organismos beneficiarios y los gestores implicados en este Plan de Comunicación participen en la consecución de los objetivos de todos los indicadores, exceptuando aquellos que no son de su competencia como es el caso del *Nº de visitas a las páginas web* y del *Nº de reuniones de redes* con su respectivo *Nº de asistentes*.
- ❑ Por último, se recomienda, de cara al próximo Informe Anual de Ejecución, realizar un pequeño repaso de la carga de indicadores, sobre todo de aquellos valores que sean desproporcionados y casi seguro, debidos a un error en la introducción de los datos.

4.2. Integración de las actividades de información y publicidad en los informes anuales de ejecución

Los Informes Anuales de Ejecución correspondientes al PO del FEDER 2007-2013 del Principado de Asturias emitidos hasta la fecha¹¹ contienen un apartado específico sobre Información y Publicidad en el que se recogen las acciones en materia de comunicación llevadas a cabo en cada anualidad, así como los avances en la ejecución de los indicadores del Plan en relación con las metas establecidas ad hoc y los ejemplos de buenas prácticas.

En los informes anuales de ejecución de 2007 y 2008 no se contaba con la aplicación informática para volcar el contenido de los indicadores, por lo que en el informe de 2009 y una vez disponible la herramienta, se han incluido las actividades llevadas a cabo en materia de información y publicidad con carácter retroactivo. Se valora positivamente el esfuerzo realizado por los Organismos Intermedios ya que proporciona elementos susceptibles de evaluación y asimismo supone una medida correctora en cuanto a la información disponible en este sentido.

Analizando este capítulo en los tres informes anuales de forma cronológica se observa una mejora progresiva en cada uno de ellos y se valora positivamente el esfuerzo, sobre todo teniendo en cuenta que el informe de 2007 no estaba ni siquiera aprobado el Plan de Comunicación. Se observa que a pesar de esto, ya existía una concienciación de transmitir el importante papel que desempeña la Comisión Europea en este período de programación como estaba reflejado en el Reglamento (CE) 1828/2006.

Ya en el Informe de 2008 cambiaba el contexto, pues quedaba reflejada la aprobación del Plan de Comunicación objeto de esta evaluación.

La inclusión de este capítulo también permite valorar la evolución de todas y cada una de las medidas puestas en marcha, así como conocer el grado de ejecución de las mismas y el porcentaje que, con respecto al objetivo, se lleva alcanzado.

Por otro lado, este capítulo proporciona una visión global de la estrategia del Plan de Comunicación desde su aprobación así como un resumen de las acciones llevadas a cabo y quedando así vinculado al informe en su conjunto de forma que las medidas de Información y Publicidad no se consideren un hecho aislado del resto del desarrollo del Programa Operativo, lo que refuerza la pertinencia de la estrategia del Plan de Comunicación.

Por último, el equipo evaluador también destaca la inclusión en este capítulo de un apartado de ejemplos de buenas prácticas que ponen en valor las actuaciones destacadas en materia de información y publicidad y sirven de referencia para futuras medidas que haya que llevar a cabo así como la inclusión de ejemplos de buenas prácticas de actuaciones cofinanciadas que a su vez, también son buenas prácticas de comunicación.

¹¹ A 30 de junio de 2013 se han emitido los IAE correspondientes al año 2007, 2008, 2009, 2010, 2011 y 2012.

4.3. La repercusión de los sistemas de seguimiento en la calidad de la ejecución de las medidas

El conocimiento de los procesos de la puesta en marcha y aplicación del Programa Operativo y de su Plan de Comunicación puede ayudar a identificar factores de éxito u obstáculos cuya consideración es decisiva para comprender los niveles de realización alcanzados, así como los resultados e impactos globales. Con frecuencia, la eficacia de las actuaciones en información y publicidad se explica no sólo por la mayor o menor bondad del Plan de Comunicación, sino por la calidad del proceso de implantación o ejecución del mismo.

Con esta finalidad, a continuación se analizan una serie de aspectos clave referidos a la calidad de la ejecución de las medidas:

- ▣ ***Existencia de instrucciones a los órganos encargados de la gestión y ejecución de las actuaciones en materia de gestión, seguimiento, control, evaluación e información y publicidad.***

En el actual periodo de programación, el énfasis que se ha puesto en la información y publicidad de las actuaciones cofinanciadas ha dado lugar a la elaboración y distribución de instrucciones, manuales, documentación, etc., sobre dichos aspectos, por parte de la AG y del OI Regional responsable del Plan de Comunicación. Además, se han organizado cursos, jornadas, seminarios etc. con el objetivo de intensificar el conocimiento de los órganos gestores sobre la normativa y las obligaciones en materia de información y publicidad, y de solucionar posibles dudas o problemas derivados de la puesta en marcha del Plan de Comunicación.

Estas actividades han redundado en la mejora del cumplimiento de las obligaciones en materia de publicidad, ya que en periodos anteriores el referente principal era el Reglamento, cuya interpretación generaba muchas dudas a la hora de aplicar las medidas. En la actualidad, las instrucciones, manuales, reuniones, etc. sobre información y publicidad han contribuido positivamente al cumplimiento de la normativa, y ello se ha traducido en una mayor difusión de las actuaciones cofinanciadas por la Unión Europea.

- ▣ ***Calidad de los procedimientos establecidos.***

Se observa un alto grado de calidad en los procedimientos establecidos para la gestión, seguimiento y evaluación del Plan, en la medida de que los mismos cumplen eficazmente las funciones por las que fueron concebidos, en especial:

- Garantizar el cumplimiento de la normativa comunitaria en materia de información y publicidad por parte de todos los agentes que intervienen en la ejecución de las actuaciones del PO.
- Velar por que la ejecución de las acciones de información y publicidad se efectúen de conformidad con lo dispuesto en el Plan.

- Garantizar la fiabilidad del sistema de seguimiento, de tal manera que el mismo suministre información suficiente para evaluar la realización, los resultados e impactos derivados de la puesta en marcha del Plan de Comunicación.
- Responder a las prioridades estratégicas comunitarias en materia de comunicación, recogidas a su vez en el Plan de Comunicación.
- **Asignación y adecuación de los recursos destinados a los aspectos de comunicación.**

Se detecta una correcta asignación y adecuación de los recursos humanos destinados a los aspectos de comunicación.

No obstante, como se ha mencionado anteriormente, en el caso de la asignación y adecuación de los recursos presupuestarios es necesario aplicar una metodología homogénea aplicable a todos los agentes implicados de forma que contemple todos los recursos destinados a actividades de información y publicidad.

- **Apoyo informático: disponibilidad y organización de aplicaciones informáticas que aseguren la calidad del seguimiento y de la ejecución.**

En el periodo de programación 2007-2013, las Autoridades de Gestión de los POs, han puesto a disposición de los OI, una aplicación informática ad hoc para efectuar el seguimiento de la ejecución de los Planes de Comunicación. Dicha aplicación, alojada en la página web de la DGFC del Ministerio de Economía y Hacienda¹², es la plataforma donde los OI vuelcan los indicadores de realización y resultados correspondientes a las acciones de comunicación que van ejecutando en el marco del PO correspondiente.

La puesta en marcha de esta aplicación se considera muy útil para realizar el seguimiento del Plan y constituye un gran avance en lo que se refiere a la introducción de las nuevas tecnologías para la mejora de la gestión, ejecución y seguimiento de las actuaciones cofinanciadas.

Además de esta aplicación, la AG y los OI del Programa disponen de páginas webs donde se pone a disposición de los organismos gestores, beneficiarios, y público en general, toda la información referida al PO y su ejecución, lo cual resulta realmente práctico y útil para la ejecución y seguimiento del PO.

Finalmente, el intercambio de datos electrónicos entre los agentes que intervienen en la ejecución y, estos a su vez, con la Comisión, coadyuva a la eficiencia en la gestión de los POs.

- **Análisis de la estructura y funcionamiento del GERIP, GRECO-AGE y resto de redes regionales.**

¹² <http://www.dgfc.sggp.meh.es/index.jsp>

Las redes de información y publicidad constituidas en el actual periodo de programación, principalmente GERIP y GRECO-AGE, han contribuido de manera directa a la buena ejecución, gestión y seguimiento del Plan de Comunicación, y de manera indirecta a la materialización de las prioridades estratégicas comunitarias en materia de comunicación.

Con respecto a la estructura de estas Redes, cabe señalar que se adecuan a los fines que persiguen ya que están formadas por las Autoridades de Gestión y los OI responsables de los planes de comunicación, y su funcionamiento es ágil, flexible, proactivo, anticipándose a las necesidades de los OI responsables de los planes.

Asimismo, destaca el papel de estas redes como pilares centrales de la publicidad y comunicación de los POs en España; constituyen el foro principal donde se estudian y consensuan, por ejemplo, los aspectos más ambiguos vinculados a la comunicación, de tal manera que los responsables del Plan puedan transmitirlo al resto de órganos gestores, estos a su vez a beneficiarios/as, y en general, a todas a aquellas personas que participan de la ejecución del Plan. De este modo se garantiza la unidad de criterios a la hora de interpretar la normativa en materia de comunicación, además de la coordinación entre los diferentes agentes que intervienen en la ejecución de las acciones del Plan.

En este sentido cabe resaltar la utilidad de dichas redes, en opinión de los responsables del Plan de Comunicación consultados.

- ▣ ***Comunicación y coordinación con otros órganos: cauces de información fluidos con los Comités de Seguimiento, Comité Consultivo de Seguimiento Estratégico y Evaluación.***

Tal como se ha indicado anteriormente, el actual periodo de programación se caracteriza por la buena coordinación, la fluidez en la comunicación y el apoyo inmediato de los organismos responsables del Plan de Comunicación en los aspectos referidos a la comunicación y publicidad.

Además de las Redes de Información y Publicidad ya mencionadas, existen otros foros que sirven de apoyo a la ejecución, seguimiento y evaluación de los Planes de Comunicación, así como a la coordinación de las actuaciones relacionadas con esta materia:

- *Comités de Seguimiento*, de carácter anual, donde se examina el avance de la ejecución del Plan de Comunicación, se exponen los problemas o dificultades derivadas de la ejecución de las actuaciones, y se intercambian experiencias y buenas prácticas entre los diferentes organismos que participan en la ejecución del Plan.
- *Comité Consultivo de Seguimiento Estratégico y Evaluación*, que sirve de plataforma común para el intercambio de ideas y experiencias en materia de evaluación y para reforzar la función de esta última durante el periodo de programación en curso.

Conclusiones y recomendaciones sobre la repercusión de los sistemas de seguimiento en la calidad de la ejecución de las medidas:

- ☐ A nivel general, se aprecia la existencia de canales fluidos por los que transcurre la información de forma ágil, lo que contribuye a la calidad en la ejecución del Plan de Comunicación así como a la coordinación entre los diferentes actores que participan de la misma.
- ☐ Gracias a la existencia de instrucciones a los órganos encargados de la gestión y ejecución de las actuaciones en materia de gestión, seguimiento, control, evaluación e información y publicidad, así como a la celebración de cursos, jornadas y seminarios, se ha conseguido un resultado exitoso a la hora de cumplir con las obligaciones en materia de información y publicidad. Por lo tanto, se recomienda la realización y distribución de actualizaciones de dichas instrucciones con las novedades que pudieran surgir hasta el final del actual período de programación.
- ☐ Por lo tanto, y a pesar del incremento de las obligaciones y responsabilidades en materia de comunicación en el actual periodo de programación, la mejora de la calidad de los procedimientos establecidos han logrado afrontar las nuevas responsabilidades con un alto grado de eficacia.
- ☐ La puesta en marcha de la aplicación informática para el volcado y posterior cuantificación de indicadores en el actual período de programación permite efectuar el seguimiento de la ejecución de los Planes de Comunicación con un elevado grado de calidad.

Así mismo, la información disponible en las distintas páginas web se valora como muy útil y práctica y, por lo tanto, se recomienda mantenerla actualizada, así como informar a los organismos gestores y/o beneficiarios de cualquier actualización que se lleve a cabo.

- ☐ Destaca la utilidad de las redes de información y publicidad constituidas en el actual periodo de programación, principalmente GERIP y GRECO-AGE, tal y como ha expresado en las entrevistas y grupos de discusión los agentes intervinientes en los distintos ámbitos del Plan de Comunicación. Por este motivo, se recomienda seguir dinamizando estas redes, así como la distribución de su contenido por medio de todos los canales de comunicación disponibles.
- ☐ Los Comités de Seguimiento (anuales) y el Comité Consultivo de Seguimiento Estratégico y Evaluación se consideran sistemas de seguimiento con una repercusión muy positiva para la mejora de la calidad en la ejecución de las medidas programadas en el Plan de Comunicación.

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

En la Evaluación Intermedia de 2010 se valoraba si en los procesos de verificación y control se habían tenido en cuenta las obligaciones en materia de comunicación, concretamente, si el cumplimiento de dichas obligaciones se habían integrado en los listados de comprobación de control del artículo 13 del Reglamento (CE) N° 1828/2006.

La conclusión que se extrajo de dicho análisis es que en dichos controles si se había tenido en cuenta la normativa comunitaria en materia de información y publicidad, procediéndose a la verificación de dichos aspectos a través de listados de comprobación empleados ad hoc.

Teniendo en cuenta lo anterior, en la presente evaluación corresponde la detección de posibles incidencias en los resultados obtenidos al aplicar dicho proceso de verificación. Para ello, y ante la imposibilidad de evaluar todas las operaciones y organismos, se ha determinado la utilización de un método de muestreo aleatorio, tanto para la selección de organismos como para la selección de operaciones que componen la muestra objeto de análisis.

Este método utilizado consigue una muestra representativa de organismos y operaciones ya que se seleccionan al menos un 30% de organismos participantes en el Programa Operativo FEDER del Principado de Asturias con la condición de que cada uno de los Ejes de los Programas esté representado por, al menos, un organismo y que serán al menos dos organismos cuando en dicho eje participen tanto organismos regionales como organismos de la Administración General del Estado. Una vez seleccionados los organismos de forma aleatoria, se toma la muestra de sus operaciones y se extrae una de dichas operaciones al azar con el objeto de revisar el informe de verificación de dicha operación y extraer las conclusiones oportunas al respecto.

Una vez aplicado el método anterior, se procede al posterior análisis de la muestra seleccionada en lo que se refiere al contenido de los informes de verificación y así poder extraer las conclusiones oportunas.

El análisis de la muestra seleccionada ofrece resultados positivos de forma general, ya que no se ha detectado ninguna irregularidad grave en la aplicación de la normativa de información y publicidad y, por tanto, en el cumplimiento del Reglamento (CE) 1828/2006 en lo que a esta materia se refiere.

Así, se ha comunicado a los beneficiarios el detalle de la cofinanciación y de las obligaciones reglamentarias a las que se somete al recibir una ayuda con cargo a FEDER además de cumplir con lo exigido en cuanto a las publicaciones oficiales de licitación y adjudicación, si bien en algunos casos se ha debido de subsanar alguna incidencia como es el caso de indicar el porcentaje de cofinanciación concreto.

Por otra parte, se señalan como muy positivas las medidas in situ puesto que tanto las vallas publicitarias como las placas conmemorativas en aquellos casos que sea procedente, se han instalado correctamente y en lugar visible. También se ha incluido el lema “Una manera de hacer Europa” en las distintas páginas web así como en la documentación dirigida a beneficiarios.

Conclusiones y recomendaciones del proceso de verificación previa con relación a los aspectos de información y publicidad

En la Evaluación Intermedia se concluyó, a través de la verificación de los listados de comprobación empleados ad hoc, que en los controles referidos al artículo 13 llevados a cabo se tenía en cuenta la normativa comunitaria en materia de información y publicidad. Con la presente evaluación se pretende analizar y valorar si ha habido incidencias en el proceso de verificación.

Las conclusiones que se extraen finalmente son las siguientes:

- ☐ De forma general, se considera que la información y publicidad han sido gestionadas adecuadamente.
- ☐ El número de incidencias detectadas es totalmente residual y, en todos los casos, se ha procedido a la subsanación oportuna.
- ☐ Por otra parte, la tipología de estas incidencias tiene carácter de recomendación y no supone ningún tipo de minoración en los importes elegibles.
- ☐ En conclusión, se valora satisfactoriamente los resultados obtenidos en el análisis del proceso de verificación.

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

En la integración del Principio de Igualdad de Oportunidades en la Estrategia de Comunicación, el equipo evaluador no ha observado cambios relevantes con respecto a la Evaluación Intermedia de 2010 donde se señalaba que el Plan de Comunicación no contempla previsiones específicas sobre la incorporación del principio de igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, ni directrices concretas para aplicar la perspectiva de género en las acciones específicas de información y publicidad. No obstante, en la “Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación” si se tuvo en cuenta como aspecto a evaluar así como en el apartado de buenas prácticas, uno de los criterios de selección a tener en cuenta fue el de la incorporación de este principio.

Por esto, cabe señalar que, pese a que el principio de igualdad de oportunidades no se refleja explícitamente en el Plan de Comunicación (ya que no existen indicaciones o recomendaciones concretas sobre el tratamiento adecuado para la difusión de las actuaciones encaminadas a la promoción de la igualdad de oportunidades) el análisis de los indicadores del Plan ofrece resultados más positivos y satisfactorios, en cuanto se observa la presencia de las mujeres en la mayor parte de las acciones ejecutadas.

A esto se añade la participación del Organismo Intermedio regional del Principado de Asturias en las actividades llevada a cabo en el marco de la **Red de Políticas de Igualdad entre Mujeres y Hombres para la aplicación real y efectiva de la transversalidad de género**, lo que ha contribuido a incrementar, tanto en calidad como en cantidad, la consideración de este principio en las actuaciones cofinanciadas en general como, de las actividades de información y publicidad en particular.

Por otra parte, en la Evaluación intermedia de 2010 se recomendaba poner un mayor énfasis en la utilización de un lenguaje neutro, sin ocultar la figura de la mujer, y que por el contrario sea inclusivo, es decir, represente tanto a los hombres como a las mujeres. En este sentido, cabe valorar positivamente el esfuerzo realizado ya que en las actuaciones de información y publicidad analizada, incluida la documentación generada, se observa una mejora considerable en cuanto al uso del lenguaje, más allá de algunas excepciones.

Por último, destacar especialmente los Proyectos de investigación con Perspectiva de Género, convocatoria llevada a cabo por el Instituto Asturiano de la Mujer con el objetivo de apoyar proyectos de investigación relacionados con la igualdad entre mujeres y hombres en materias como la situación de las mujeres en el mercado laboral y la actividad empresarial, la conciliación, construcción de modelos, etc.

En general, la aportación tanto del Instituto Asturiano de la Mujer como de la Red de Políticas de Igualdad ha hecho que la evaluación del Principio de Igualdad de Oportunidades obtenga unos resultados muy satisfactorios.

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

A través de los indicadores de impacto ya definidos, se extraen los logros y desafíos que las actividades en materia de información y publicidad han generado. Estos se obtienen del análisis de las respuestas obtenidas en la encuesta a la ciudadanía y en las entrevistas realizadas a los Órganos Gestores y/o Beneficiarios siguiendo el cuestionario facilitado en el anexo 4 de la *Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de los Programas Operativos del FEDER, Fondo de Cohesión y FSE 2007-2013*.

Los indicadores de impacto definidos son 5, y su procedimiento de cálculo y resultado obtenido se describe a continuación:

1. **Grado de conocimiento de las obligaciones existentes en la programación, gestión, seguimiento, control, evaluación e información y publicidad.** La medida de este indicador resulta del análisis de las respuestas en las citadas entrevistas a las preguntas referidas a lo que se define en el indicador, es decir, preguntas acerca del conocimiento de las obligaciones existentes en materia de programación, gestión, seguimiento y control. De este análisis, el porcentaje obtenido se sitúa en un **87,24%**, lo que supone un incremento de más del 13% con respecto a los resultados obtenidos en la Evaluación Intermedia donde se obtuvo un 73,98%.
2. **Tasa de satisfacción, que indica la valoración de los beneficiarios, OI, gestores y/o participantes respecto a la información facilitada.** Esta tasa tiene en cuenta las valoraciones hechas con respecto a la adecuada duración y el número de participantes de la sesión o evento, así como si dicha sesión satisface las expectativas de los participantes. El resultado que se obtiene es de un **75,75%**, resultado muy similar aunque algo superior al de 2010 (73,68%).
3. **Tasa de utilidad de las actuaciones.** Esta tasa tiene en cuenta las valoraciones de las personas entrevistadas en cuanto a:
 - Si la información presentada ha servido para adecuar y/o actualizar sus conocimientos sobre los Fondos y/o su aplicación.
 - Si los contenidos presentados son de utilidad práctica
 - Si la sesión o evento es una herramienta adecuada para informar/formar sobre los Fondos

El porcentaje resultante de este análisis es de un **95,16%**, muy superior al obtenido en la Evaluación Intermedia (83,77%).

4. **Grado de conocimiento del Fondo Europeo de Desarrollo Regional y del Fondo de Cohesión.** El resultado obtenido en este indicador de impacto es de un **67,44%**.

- ✓ Por sexo, los hombres presentan un mayor conocimiento de los distintos Fondos que las mujeres, ya que un 72% de los encuestados afirmó *haber oído hablar de los distintos Fondos Estructurales y Fondo de Cohesión*, frente a un 64% de las encuestadas.

Desagregando los resultados por tipo de Fondo y sexo, en el caso del FEDER y del Fondo de Cohesión, los hombres obtienen porcentajes de respuesta afirmativos más elevados que las mujeres; un 72,45% frente a un 64,08% en el FEDER y un 69,98% frente a un 54,83% en el Fondo de Cohesión.

Por último, el Fondo de Cohesión ofrece los porcentajes más bajos de respuestas positivas en todos y cada uno de los tramos, sobre todo en el de los más jóvenes, que apenas alcanza un 40%.

- ✓ Por edad, el colectivo que presenta un mayor conocimiento sobre los distintos Fondos es el comprendido entre los 55 a los 74 años, con un 76,63% de respuestas positivas entre las personas encuestadas en el caso del FEDER y con un 67,34% en el caso del Fondo de Cohesión. Los jóvenes son el grupo de edad que menor conocimiento presentan sobre los Fondos Comunitarios, sobre todo del Fondo de Cohesión con apenas un 40%.

5. Grado de conocimiento del papel desempeñado por la Unión Europea. Este indicador ha obtenido un porcentaje obtenido de un 81,06%, muy próximo al obtenido en la encuesta realizada en 2010 (82,60%).

- ✓ Por sexo, los hombres presentan mayor grado de conocimiento del papel desempeñado por la Unión Europea en Asturias; un 84,26% de los hombres afirmó conocer que *Asturias recibe dinero de la Unión Europea y que éste dinero contribuye al progreso económico y social de la región*, frente a un 78,15% de las mujeres que también lo afirmaron. Ambos porcentajes son muy similares a los obtenidos en 2010 (85,75% y 79,66%, respectivamente).
- ✓ Por edad, el grupo comprendido entre 25 y 54 años es el que presenta un mayor grado de conocimiento (84,89%), seguido del grupo comprendido entre 55 y 74 años (83,66%). En este caso, el grupo de los más jóvenes muestra un grado de conocimiento inferior (69,21%) al del resto de los grupos de edad encuestado.

Indicadores de impacto: conclusiones y recomendaciones

- ☐ En cuanto al **grado de conocimiento** de las obligaciones existentes en la programación, gestión, seguimiento, control evaluación e información y publicidad y como se ha reflejado anteriormente, se ha obtenido un porcentaje de casi el 90%, resultado que, a priori, se puede evaluar como muy adecuado, sobre todo porque se eleva en casi 15 puntos porcentuales con respecto al resultado obtenido en 2010.

- ☐ El resultado obtenido del 75,75% a la hora de calcular la **tasa de satisfacción** respecto a la información facilitada es positivo, sobre todo porque se ha incrementado con respecto a la tasa obtenida en la Evaluación Intermedia de 2010.

Se entiende que, en base a la experiencia de años anteriores, se ha hecho un esfuerzo por adecuar la duración de la sesión a los contenidos de la misma, así como en buscar un número de participantes adecuado para que asimilen toda la información recibida y, por último, y ligado a los dos aspectos anteriores, tratar de satisfacer las expectativas de los participantes, aunque este último es el objetivo más difícil de lograr puesto que, como ya se señalaba en la evaluación intermedia, las expectativas que se puedan tener dependen de muchos factores que no son controlables a la hora de organizar las sesiones.

Para conseguir mejorar este aspecto, se pasan unos cuestionarios de valoración a los participantes donde se pregunta acerca de cuestiones que permiten conocer la opinión acerca de si el profesorado se ajusta a los contenidos inicialmente previstos en el programa, si la metodología ha favorecido el aprendizaje, la motivación de las sesiones, etc.

- ☐ En cuanto a la **tasa de utilidad** de las actuaciones, en lo que se refiere a si la información presentada ha servido para adecuar y/o actualizar conocimientos sobre los Fondos y/o su aplicación, si los contenidos presentados son de utilidad práctica y, por último, si la sesión o evento es una herramienta adecuada para informar/formar sobre los Fondos, el resultado obtenido, como se ha dicho anteriormente, ha sido una tasa de utilidad del 95,16%, doce puntos por encima de los resultados obtenidos en 2010.

Este resultado permite concluir que los organismos gestores y/o beneficiarios valoran muy positivamente la utilidad de las reuniones, jornadas o sesiones formativas tanto en lo que se refiere a los procedimientos de gestión, control, evaluación y/o comunicación de los Fondos Europeos así como lo relacionado con los requisitos de comunicación en el nuevo periodo de programación. A pesar de esto, sigue siendo llamativa la diferencia con la tasa de satisfacción, pues ambas debería de estar más igualadas, es decir, si alguien cree que una actuación le ha sido de gran utilidad, lo lógico sería pensar que la satisfacción también sería muy adecuada

En este sentido, se recomienda revisar los cuestionarios realizados a los participantes por si pudieran contener preguntas confusas que lleven a obtener unos resultados no esperados.

- ☐ En lo que se refiere el indicador de impacto que mide el **grado de conocimiento del Fondo Europeo de Desarrollo Regional y del Fondo de Cohesión** por parte de la ciudadanía y cuyo resultado obtenido es del 67,44%, si se analizan los resultados obtenidos desagregados por sexo y edad, se concluye que:
 - ✓ Ya que los hombres presentan, de media, un mayor conocimiento de los distintos Fondos que las mujeres, se recomienda hacer un mayor esfuerzo dirigido al público femenino para conseguir que los resultados que se obtengan al final del período se

equiparen en la medida de lo posible en aquellos puntos donde se presentan los valores más altos para hombres que para mujeres.

- ✓ En cuanto a los resultados distribuidos por edades, se observa que los más jóvenes son el colectivo que presenta un menor conocimiento sobre los distintos Fondos, por lo que, al igual que en el caso anterior, se recomienda hacer un mayor hincapié en las medidas de información y publicidad dirigidas a este público.
- ☐ En el caso del último indicador de impacto que mide el **grado de conocimiento del papel desempeñado por la Unión Europea**, los resultados obtenidos son de un 81,06%, es decir, un 15% más elevado que el indicador de impacto anterior. Si se profundiza más en los resultados obtenidos, se observa que:
 - ✓ Los hombres siguen presentando un mayor grado de conocimiento que las mujeres, incluso con mayor diferencia que para el caso del grado de conocimiento de los distintos Fondos Estructurales y Fondo de Cohesión, por lo tanto, la recomendación va dirigida también a tratar de incrementar las medidas de información y publicidad dirigidas a las mujeres.
 - ✓ En lo que se refiere a la edad, el grupo que presenta un menor conocimiento de este papel desempeñado por la Unión Europea es el de los mayores de 75 años, por lo que habrá que hacer hincapié en esta franja de edad. Los resultados obtenidos para los otros grupos de edad se consideran notablemente elevados, no obstante, no hay que descuidar las medidas adoptadas que van dirigidas a estos colectivos.
- ☐ En general, los resultados obtenidos con estos indicadores son considerablemente elevados, algo muy positivo de cara a la Evaluación pero que, a su vez, supone un reto a superar en los próximos años del período de programación.

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

A lo largo del presente informe de evaluación se han ido introduciendo en cada uno de sus epígrafes distintas conclusiones y recomendaciones con referencia al próximo período de programación 2014-2020 con el objeto de servir para mejorar la futura Estrategia de Comunicación de los Fondos Estructurales, pues uno de los objetivos principales de esta Evaluación Final es precisamente el de contribuir a la adecuación y mejora de las medidas de información y publicidad de cara a la futura programación.

Una vez realizado el análisis de los avances en los distintos ámbitos con respecto a la evaluación intermedia de 2010, se plantean las siguientes conclusiones y recomendaciones:

- ❑ Tras el análisis del seguimiento y aplicación de las recomendaciones realizadas en la Evaluación Intermedia 2010 se concluye que se ha hecho un esfuerzo considerable por tener en cuenta todas y cada una de ellas.
- ❑ Se recomienda contemplar una posible actualización de la Estrategia de Comunicación en un momento intermedio del próximo período de programación. Desde que se aprobó el Plan de Comunicación al momento actual se han producido muchos cambios de contexto y un avance de tecnologías que han dejado obsoleto al Plan inicial en algunas de sus medidas.
- ❑ Para el próximo período se recomienda incluir en la Estrategia de Comunicación la consideración del Principio de Igualdad de Oportunidades para un mejor seguimiento y evaluación de la aplicación del mismo.
- ❑ La aplicación informática INFOCO se considera muy útil para medir las realizaciones y resultados de los indicadores de comunicación, recomendando que se proceda a la carga de datos al menos con una periodicidad de seis meses.
- ❑ Si bien la mayoría de los órganos implicados han facilitado información sobre la ejecución de sus acciones de información y publicidad, hay que proseguir con los esfuerzos de concienciación de los implicados con objeto de garantizar que todas las acciones de comunicación se traducen en indicadores grabados en la aplicación INFOCO.
- ❑ En los casos en que los organismos implicados presenten una baja ejecución en los indicadores de referencia, será necesario analizar las causas de esa insuficiente ejecución y en caso necesario impulsar el desarrollo de actividades de información y publicidad.
- ❑ La variedad de actividades de información y publicidad abre un amplio abanico de posibilidades para que los organismos puedan contribuir a la difusión de las actuaciones cofinanciadas por el FEDER, no obstante hay organismos que no han aprovechado estas distintas opciones y sólo han llevado a cabo actividades de un tipo. Por ejemplo, hay quienes sólo han colocado soportes publicitarios y, siendo relativamente sencillo no han difundido esta información en sus páginas web o por otro medio disponible. Por este

motivo se recomienda incentivar a los organismos a que contribuyan en más de un indicador, cuestión que es viable en la mayoría de los casos y actuaciones.

- Los Grupos de Discusión han ofrecido una información cualitativa relevante acerca de varios de los temas planteados como, por ejemplo, la estrategia, objetivos, mensajes, canales, instrumentos, recursos, gestión, actores, implicación y beneficio para los ciudadanos de las medidas de información y publicidad enmarcadas en el Plan de Comunicación. De la información recabada se pueden extraer las siguientes conclusiones y recomendaciones:
 - Se recomienda contemplar nuevos canales de comunicación basados en las nuevas tecnologías existentes. Estos canales, en algunos casos, tienen un menor coste y además un mayor alcance hacia el público objetivo más joven. En estos nuevos canales deberían participar los agentes implicados a todos los niveles.
 - Es momento de suplir las publicaciones, folletos, dípticos, etc...que son editadas en papel por una publicación electrónica, salvo en aquellos casos que sea necesario y más eficaz dependiendo del tipo de actuación de que se trate. El coste podría ser menor, pero sobre todo, su impacto ambiental mucho más reducido.

En último lugar se añaden una serie de aspectos a tener en cuenta y que están basados en el debate sobre el contenido de las propuestas reglamentarias en materia de Información y Comunicación. En principio, se ha de seguir distinguiendo las medidas que se pongan en marcha en función de si se dirigen al público en general, a beneficiarios potenciales y beneficiarios:

- Se habrán de seguir tomando las medidas necesarias para hacer llegar al público la información sobre las operaciones financiadas con Fondos Europeos.
- En todas las medidas de información y comunicación, el beneficiario deberá conocer el apoyo de los Fondos. Esto se podrá reflejar mediante formas similares a las actuales como son la inclusión del emblema, de una referencia a la Unión Europea y al fondo en cuestión.
- Es necesario y lógico por otra parte, que estas medidas traten de buscar la mayor cobertura mediática posible, recurriendo a diferentes formas y métodos de comunicación a nivel adecuado.

Añadir finalmente que los elementos que deberá contener la futura Estrategia de Comunicación estarán basados en una serie de aspectos principales. Así, e necesario que la Estrategia adopte un enfoque en cuanto al planteamiento general de la misma, incluyendo las principales medidas de información y comunicación para cumplir con los objetivos marcadas, medidas que se pueden englobar en tres grupos de forma análoga al período actual. Estos grupos de destinatarios serán los beneficiarios potenciales, beneficiarios y el público en general. También se puede incluir la descripción de la forma en que se ayudará a los beneficiarios en sus actividades de comunicación,

de forma que entre todos los agentes implicados se logre el objetivo principal de la difusión de Fondos.

Por otra parte y como se ha venido haciendo hasta la fecha, la Estrategia habrá de contar con un presupuesto indicativo de ejecución de la misma así como con una indicación de los recursos humanos que, en el marco de los organismos a los que pertenecen, se responsabilizarán de la ejecución de las medidas correspondientes que estarán incluidas en la Estrategia, de la forma que se ha mencionado en el párrafo anterior.

También habrá que contar con que esta Estrategia deberá ser evaluada de algún modo en cuanto a sus medidas, visibilidad, difusión y el papel desempeñado por la Unión Europea. Por lo tanto, se tendrá que indicar la forma en que esto se llevará a cabo.

Como punto de partida de la Estrategia de Comunicación, es importante incluir un apartado de introducción que contenga los aspectos más relevantes del período anterior, esto es, del período 2007-2013 así como los principales resultados obtenidos.

Por último, al margen del capítulo correspondiente a Información y Comunicación que se viene incluyendo en los Informes Anuales en el presente período de programación, sería destacable que también se incluyese un resumen de las actividades que, en la materia, está previsto llevar a cabo en la siguiente anualidad.

9. BUENAS PRÁCTICAS

Con respecto a la Evaluación de 2010, el presente apartado de Buenas Prácticas presenta cambios, tanto en la estructura del mismo como en los contenidos, referidos, por un lado, a la inclusión de Buenas Prácticas de actuaciones cofinanciadas y, por otro lado, a la valoración de las buenas prácticas ya identificadas tanto de comunicación como de actuaciones cofinanciadas. La estructura queda dividida en los siguientes puntos:

- Valoración de las **Buenas Prácticas de comunicación** y de **actuaciones cofinanciadas** ya identificadas hasta el momento. Esta valoración consiste principalmente en encontrar la correlación entre las buenas prácticas identificadas con los criterios y argumentos utilizados para que se consideren justificadas como buenas prácticas.
- Identificación adicional de **Buenas Prácticas**, tanto de **comunicación** como de **actuaciones cofinanciadas**. Para esta identificación, el equipo evaluador ha utilizado toda la documentación analizada a lo largo del proceso evaluativo procedente de varias fuentes, entre las que destacan las siguientes: informes anuales de ejecución, páginas web, indicadores de información y publicidad (realización y resultado), entrevistas con el organismo intermedio regional y las autoridades de gestión y los grupos de discusión celebrados.

Conviene recordar previamente los criterios utilizados por el equipo evaluador para la valoración e identificación adicional de buenas prácticas tanto en materia de comunicación como de actuaciones cofinanciadas, criterios éstos debatidos y consensuados en las reuniones de GERIP. En el caso de actuaciones cofinanciadas y al ser una novedad con respecto a la evaluación anterior, a cada criterio se le añade una breve explicación ampliando el mero enunciado de cada uno. Añadir que para la evaluación de estas últimas se tendrá en cuenta que la aprobación de los criterios se produjo en el año 2011 y, por lo tanto, con posterioridad a la Evaluación de 2010 por lo que el tratamiento de las mismas no será igual que el de las Buenas Prácticas de comunicación.

Criterios¹³ establecidos para que cualquier actuación pueda ser considerada buena práctica de comunicación

- **Uso de recursos innovadores en la presentación, organización y/o desarrollo**
- **Adecuación de los contenidos a los objetivos perseguidos**
- **Incorporación de criterios de igualdad de oportunidades**
- **Adecuación con el objetivo general de difusión de fondos**
- **Alto grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción de comunicación**

¹³ Criterios recogidos en la Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación

- **Evidencia de un alto grado de calidad**
- **Uso de nuevas tecnologías de la información**

Añadir que, siguiendo las indicaciones de la Guía Metodológica, el equipo evaluador no ha considerado necesario que la buena práctica de comunicación para ser considerada como tal, responda a todos los criterios, si bien es importante que cumpla con solvencia la mayoría de ellos.

Criterios para la selección de buenas prácticas de actuaciones cofinanciadas

- **Elevada difusión entre los beneficiarios, beneficiarios potenciales y el público en general.** Se debe presentar todo lo que haya sido hecho para la comunicación de la citada actuación (diferentes indicadores de comunicación). Así mismo, se valora muy especialmente que lo que se haya hecho al respecto se haya considerado como Buena Práctica de comunicación.
- **Incorporación de elementos innovadores.** Es importante destacar el carácter innovador de la propia actuación que puede estar vinculado a las tecnologías, a procesos, a servicios facilitados, a distintas herramientas empleadas para ponerlo en marcha, etc.
- **Adecuación de los resultados obtenidos a los objetivos establecidos.** Para justificar el cumplimiento de este criterio se han de destacar cuáles son los principales objetivos, haciendo ver el valor añadido que supone el haber recibido fondos europeos, indicando si todos ellos se están cumpliendo y haciendo hincapié en que tipo de actividades y resultados se pueden atribuir al proyecto.
- **Contribución a la resolución de un problema o debilidad regional.** En este punto se ha de describir a qué problemática responde la actuación presentado y cómo su puesta en marcha favorece el desarrollo regional.
- **Alto grado de cobertura sobre la población a la que va dirigido.** Esta cobertura no sólo debe ser sobre los beneficiarios sino también sobre la población en general.
- **Consideración de los criterios horizontales de igualdad de oportunidades y de sostenibilidad ambiental.** Se debe incluir una breve reseña acerca de cómo se han aplicado estos criterios
- **Sinergias con otras políticas o instrumentos de intervención pública.** Se tendrá en cuenta si ha reforzado la actuación de otros fondos (tanto regionales, como nacionales, como europeos) y si ha contribuido a potenciar los efectos positivos de los mismos.

Estos criterios deberán ser explicitados, desarrollados y documentados, añadiendo toda aquello que sea preciso para su comprensión. En este sentido, antes de comenzar con la valoración e identificación adicional de Buenas Prácticas y como elemento positivo tanto porque facilita su evaluación como por ser un elemento importante de difusión señalar que, a partir de la anualidad

2010, tanto las buenas prácticas de comunicación como las de actuaciones cofinanciadas se han incluido en la página web de la Autoridad de Gestión.

9.1. Valoración de las Buenas Prácticas ya identificadas: Buenas prácticas de comunicación y buenas prácticas de actuaciones cofinanciadas

En este apartado se trata de analizar la validez y consistencia de aquellas Buenas Prácticas ya identificadas, bien sea a través de la solvencia de la actuación como tal, bien sea a través de la utilización de argumentos adecuados para la justificación del cumplimiento de los criterios establecidos.

Como primer paso para la valoración de las Buenas Prácticas ya identificadas, el equipo evaluador ha construido una base de datos con las buenas prácticas incorporadas en los sucesivos informes de ejecución así como en la evaluación intermedia de 2010. Esto ha permitido identificar aquellas buenas prácticas más sólidas así como los criterios mejor definidos y justificados y, por otro lado, analizar la falta de consistencia del conjunto de la buena práctica presentada si fuera el caso.

En general, las Buenas Prácticas se consideran bien defendidas aunque cabría profundizar más en cada uno de los criterios. Por otra parte, se observa que a medida que han avanzado las anualidades y la ejecución del Programa Operativo, el nivel de la buena práctica ha ido descendiendo, sobre todo en cuanto a lo novedoso de la misma. A continuación se añaden una serie de conclusiones en función de la clasificación que se ha realizado según las temáticas más reiterativas así como los organismos gestores que más y mejor han contribuido a la visibilidad y difusión de los Fondos Estructurales y a la importancia del papel desempeñado por la Unión Europea.

Por otro lado, mediante este método, se ha realizado una clasificación de aquellas temáticas más reiterativas así como los organismos gestores que más y mejor han contribuido a la visibilidad y difusión de los Fondos Estructurales y a la importancia del papel desempeñado por la Unión Europea.

Las conclusiones que se extraen a este respecto son las siguientes:

- Se han incluido un total de 19 buenas prácticas de comunicación en los sucesivos informes anuales de ejecución desde la anualidad 2009 y de forma muy homogénea en cuanto a número, con 5 buenas prácticas por año, excepto en 2010 que han sido 4. Estos datos revelan un esfuerzo por parte de los diferentes organismos de a la hora de difundir las buenas prácticas de comunicación plasmándolas en los informes anuales así como en su exposición en los diferentes encuentros anuales.
- Se observa como muy positivo la gran variedad de organismos que han ejecutado buenas prácticas de comunicación, destacando el Organismo Intermedio regional y el Ayuntamiento de Oviedo con un total de 5 y 7 actuaciones respectivamente. A estos les

sigue la Autoridad de Gestión del FEDER con un total de 3 buenas prácticas de comunicación.

- En cuanto a la temática de las Buenas Prácticas se observa una cierta similitud, pudiéndose realizar la siguiente clasificación en orden de supremacía:
 - En primer lugar se encuentran aquellas actuaciones referidas a la difusión a través de campañas, jornadas informativas, actos públicos, etc, con un porcentaje ligeramente superior al **50%** respecto al total de Buenas Prácticas identificadas hasta la fecha.
 - Le sigue en porcentaje, con un **40%**, aquellas Buenas Prácticas que se han identificado por su relevancia en la publicación de documentación, guías, instrucciones, manuales, etc.
 - En tercer lugar se sitúan aquellas Buenas Prácticas de comunicación que han utilizado como vía principal para la difusión las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación así como las que han utilizado instrumentos como placas, vallas publicitarias, carteles, etc.
- Por último, con respecto al cumplimiento de los criterios exigidos cabe señalar que en algunos casos no están todo lo suficientemente claros y se debería de incidir más siempre con el objetivo de lograr mayores porcentajes de impacto y eficacia sobre todo en el caso del Uso de nuevas tecnologías de la información.

En cuanto a las Buenas Prácticas de actuaciones cofinanciadas, éstas se empezaron a identificar en 2010 y, por lo tanto, a incorporarlas tanto en los Informes Anuales de Ejecución como en la página web de la Autoridad de Gestión. Las conclusiones son las siguientes:

- Se han incluido un total de 10 buenas prácticas de actuaciones cofinanciadas, 2 de ellas en 2010, otras 5 en 2011 y las 3 restantes en la anualidad 2012. Estos datos se consideran como adecuados sobre todo teniendo en cuenta que los criterios para su identificación y definición se decidieron ya avanzado el actual período 2007-2013.
- Los organismos protagonistas de estas buenas prácticas han sido los siguientes:
 - Organismo Intermedio regional, con un total de 4 buenas prácticas, suponiendo un **40%** del total de las identificadas hasta la fecha.
 - El resto se reparte entre el Ayuntamiento de Oviedo, el ICEX y el Instituto Asturiano de la Mujer, con dos Buenas Prácticas de actuaciones cofinanciadas en cada caso.

9.2. Identificación adicional de Buenas Prácticas

Para la identificación adicional de buenas prácticas en materia de comunicación se han tenido en cuenta los siete criterios establecidos en la Guía Metodológica señalados anteriormente en el presente informe y para la identificación de buenas prácticas de actuaciones cofinanciadas se han

seguido los criterios consensuados y aprobados en el seno de GERIP, criterios que también se han señalado con anterioridad. Todos estos criterios se resumen en la siguiente tabla:

CRITERIOS DE IDENTIFICACIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS	
BUENAS PRÁCTICAS DE COMUNICACIÓN	BUENAS PRÁCTICAS DE ACTUACIONES COFINANCIADAS
Uso de recursos innovadores en la presentación, organización y/o desarrollo	Elevada difusión entre los beneficiarios, beneficiarios potenciales y el público en general.
Adecuación de los contenidos a los objetivos perseguidos	Incorporación de elementos innovadores.
Incorporación de criterios de igualdad de oportunidades	Adecuación de los resultados obtenidos a los objetivos establecidos
Adecuación con el objetivo general de difusión de fondos	Contribución a la resolución de un problema o debilidad regional.
Alto grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción de comunicación	Alto grado de cobertura sobre la población a la que va dirigido.
Evidencia de un alto grado de calidad	Consideración de los criterios horizontales de igualdad de oportunidades y de sostenibilidad ambiental.
Uso de nuevas tecnologías de la información	Sinergias con otras políticas o instrumentos de intervención pública.

A continuación se procede al enunciado de cada una de las buenas prácticas junto con una breve descripción de las mismas así como los criterios que se han utilizado para argumentar dicha elección.

9.2.1. BUENAS PRÁCTICAS DE COMUNICACIÓN

▣ Edición de folletos de Sendas Verdes

Desde casi el inicio del actual período de programación se han llevado a cabo actuaciones de recuperación y construcción de nuevas sendas peatonales y cicloturistas. El objeto de las mismas es el de dinamización de las zonas rurales, así como la creación de una red territorial de caminos naturales y sendas verdes que sirvan de alternativas de comunicación para peatones y bicicletas. Así mismo, con estas actuaciones se pretende obtener un reclamo turístico para visitantes a la vez que sirva de disfrute para la población asturiana.



Entre las Sendas Verdes que se han llevado a cabo, se pueden destacar las siguientes:

- Senda Verde de unos 10 kilómetros de longitud, Suares-La Collada que enlaza Bimenes y Siero, discurrendo por la caja del antiguo ferrocarril de La Viona entre San Martín del Rey Aurelio y Gijón.
- Senda verde Solvay-Castañera, que une dos localidades de los municipios de Siero y Sariego respectivamente. Es un tramo que cuenta con una longitud de 14 kilómetros, y discurre en gran medida por el trazado de la vía del antiguo ferrocarril, conocido como "La Viona", entre las explotaciones mineras de la cuenca del Nalón y el Puerto de El Musel en Gijón. Este tramo termina en las inmediaciones del pozo minero de Solvay en Lieres (Siero).
- Senda verde La Escuela-Pillarno y Pillarno-Soto del Barco. Son dos tramos de senda contiguos que en conjunto tienen una longitud de 23 kilómetros y atraviesan los municipios de Corvera, Illas y Castrillón.

Con el objeto de dar difusión a estas actuaciones y aprovechando el gran potencial de visibilidad de las mismas, se han editado una serie de folletos descriptivos de dichas Sendas Verdes que ha permitido dar a conocer la importancia de la cofinanciación tanto entre la ciudadanía asturiana como entre el público de visitantes en general.



Esta actuación se considera una Buena Práctica de Comunicación por el cumplimiento de los siguientes criterios:

- **Uso de recursos innovadores en la presentación, organización y/o desarrollo**

A través de los folletos informativos se trata de hacer más visible la cofinanciación del FEDER, además de servir como recurso para informar a la ciudadanía en general y al turismo en particular los tramos desarrollados como Sendas Verdes a lo largo de todo el Principado de Asturias. Es, por tanto, un elemento de difusión y de información en un mismo instrumento de comunicación.

- **Adecuación de los contenidos a los objetivos perseguidos**

Mediante los contenidos mostrados en los distintos folletos, la ciudadanía puede conocer que este tipo de actuaciones son cofinanciadas y, por tanto, el papel que desempeñan los Fondos Estructurales en el desarrollo del Principado de Asturias y más concretamente en el desarrollo potencial del patrimonio natural asturiano, objetivos todos estos perseguidos con esta actuación, adecuando por tanto, el contenido de los folletos a dichos objetivos.

- **Incorporación de criterios de igualdad de oportunidades**

Esta actuación se dirige hacia toda la ciudadanía sin ningún tipo de discriminación. Se incorpora el criterio de igualdad de oportunidades, quedando evidenciado al tener especial cuidado en utilizar un lenguaje no sexista en la redacción de los folletos. Así mismo, las imágenes incorporadas son paisajistas y, por lo tanto, neutras en cuanto al género.

- **Adecuación con el objetivo general de difusión de fondos**

Se consigue la adecuación con el objetivo general de difusión de los fondos porque es un canal de comunicación que hace llegar a la ciudadanía información sobre el Fondo Europeo de Desarrollo Regional y sobre el papel de Europa en la mejora de su calidad de vida.

- **Alto grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción de comunicación**

Todas las personas usuarias de las Sendas Verdes y que, por lo tanto, consultan los folletos de las mismas, pueden ver la información sobre la cofinanciación del FEDER. Así mismo, las personas beneficiarias potenciales que se interesen por este tipo de senda, acceden también a dicha información. Al ser un folleto sintético y práctico, es fácilmente visible la información acerca de la cofinanciación.



- **Evidencia de un alto grado de calidad**

El contenido desarrollado en los distintos folletos es explicado de forma clara y sencilla, fácil de entender además de manejable y sencillo para el público en general. La información no sólo contiene texto, sino que muestra imágenes atractivas para las personas usuarias. De esta forma, la actuación muestra un alto grado de calidad a la vez que una gran eficacia.

- **Uso de nuevas tecnologías de la información**

El contenido de los folletos está elaborado utilizando las últimas tecnologías de la información y comunicación, tanto a nivel fotográfico como técnico y de diseño de los mismos. Tanto en su contenido como en su desarrollo se han tenido en cuenta el respeto por el medio ambiente y la contribución a la sostenibilidad.

■ **Visita de la Delegación de la República Checa**

La óptima gestión del Gobierno de Asturias en relación con el Programa Operativo FEDER Asturias 2007-2013 ha servido como referente de cara a terceros países, como pone de manifiesto la visita realizada en el año 2012 por los responsables de la gestión de los Programas Operativos de cuatro regiones de la República Checa.

En junio de 2012, una delegación de las regiones de Bohemia Central, Sureste, Suroeste y Moravia-Silesia, acompañadas por un representante del Ministerio de Desarrollo Regional de la República Checa, realizó una visita a Asturias con el objetivo de conocer la gestión de los proyectos cofinanciados con Fondos Europeos en la región y realizar un intercambio de experiencias. La iniciativa de esta visita se gestó en el marco del intercambio de experiencias entre Asturias y la región de Moravia-Silesia en el seno de la octava reunión de la red INFORM celebrada en Bruselas el 7 y 8 de diciembre de 2010.

Durante la jornada de trabajo en Asturias se llevaron a cabo diferentes reuniones relativas a la gestión de los proyectos cofinanciados en el marco del Programa Operativo del FEDER del Gobierno de Asturias 2007-2013. Entre ellas destaca la celebración de un seminario en el que se abordaron los procedimientos de gestión, seguimiento control del PO FEDER de Asturias 2007-2013. También se trabajó de forma específica sobre el análisis de casos con ejemplos de buenas prácticas de proyectos en los que se trataron especialmente los aspectos relacionados con la comunicación de los mismos.

La visita fue organizada por el Organismo Intermedio del Programa Operativo FEDER de Asturias 2007-2013, la entonces Dirección General de Presupuestos y se desarrolló en las instalaciones de la Consejería de Economía y Hacienda.

Esta actuación se considera una buena práctica de comunicación por el cumplimiento de los siguientes criterios:

- **Uso de recursos innovadores en la presentación, organización y/o desarrollo**

Se celebra por primera vez en el Gobierno de Asturias una visita de la República Checa con el objetivo de conocer la gestión de los Fondos Europeos en el Principado de Asturias y, en especial, del Programa Operativo FEDER de Asturias 2007-2013, haciendo hincapié en los procedimientos de gestión y control del desarrollo de los proyectos cofinanciados, así como en el intercambio de buenas prácticas. Así mismo, destaca la utilización del inglés como lengua común de trabajo, lo que ha permitido garantizar la buena comunicación entre los participantes de las distintas reuniones mantenidas.

El encuentro ha permitido al Gobierno de Asturias informar acerca de los procedimientos de gestión de las actuaciones cofinanciadas con Fondos Europeos en la región pero también obtener información acerca de los procedimientos empleados en la República Checa, en particular de aquellos considerados como buenas prácticas.

- **Adecuación de los contenidos a los objetivos perseguidos**

La adecuación de los contenidos a los objetivos establecidos en el Plan de Comunicación del Programa Operativo del FEDER queda patente en tanto en cuanto las actuaciones de información desarrolladas contribuyen a dar visibilidad a la Política de Cohesión de la Unión Europea, a tener una mayor información sobre las experiencias de éxito en otros países que puede contribuir a optimizar la absorción financiera y al uso eficiente de los fondos, así como a mejorar la eficacia de la programación.

- **Incorporación de criterios de igualdad de oportunidades**

Se ha tenido especial cuidado en cuanto a la utilización de lenguaje no sexista. Con ello se responde al objetivo recogido en Programa Operativo FEDER de Asturias 2007-2013 así como en los planes para la Igualdad de Oportunidades de las Mujeres de Asturias del Gobierno regional.

- **Adecuación con el objetivo general de difusión de fondos**

En lo que respecta a este criterio, la propia temática de las jornadas versa de forma exclusiva sobre la gestión de los Fondos Europeos y en especial del Programa Operativo FEDER de Asturias 2007-2013. A ello se une la inclusión tanto del logo FEDER como de eslogan “Asturias reflejo de Europa” en toda la documentación generada en torno a la visita.

- **Alto grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción de comunicación**

Existe un alto grado de cobertura pues los beneficiarios directos de la acción son los responsables técnicos y políticos participantes de las cuatro regiones involucradas en las reuniones celebradas, esto es, Asturias, Bohemia Central, Suroeste y Moravia-Silesia. También sería necesario considerar que tiene un efecto inducido sobre el conjunto de la población de estas cuatro regiones gracias a su vinculación a las actuaciones cofinanciadas por FEDER en dichas regiones.

- **Evidencia de un alto grado de calidad**

El alto grado de calidad queda patente por el elevado grado de satisfacción mostrado por todos los participantes en el desarrollo de las actuaciones en todos los sentidos y, sobre todo, en relación con la información obtenida.

- **Uso de nuevas tecnologías de la información**

Finalmente, el uso de las nuevas tecnologías ha sido básico en el establecimiento de la relación entre las distintas partes, tanto antes como después de la celebración de las jornadas. El uso del correo electrónico, fundamentalmente, ha permitido mantener un contacto permanente que consolida el aprendizaje mutuo iniciado con la visita. En este sentido, en las presentaciones se utilizaron las aplicaciones informáticas que usa la Dirección General de Presupuestos para la gestión de los proyectos cofinanciados por el FEDER así como las presentaciones habituales en formato Power Point.

■ **Visita organizada por la Confederación Hidrográfica del Cantábrico a la actuación de “Restauración Medioambiental y recuperación de enclaves naturales del Río Nonaya en Salas (Asturias)”**

La Confederación Hidrográfica del Cantábrico, dependiente del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, mediante las asignaciones para la ejecución de actuaciones procedentes de los fondos de la Unión Europea del período de programación, llevó a cabo, en el marco del Programa Operativo FEDER 2007-2013 del Principado de Asturias la siguiente actuación:

- Obras de Restauración Medioambiental y Recuperación de enclaves del Río Nonaya en Salas, Término Municipal de Salas (Asturias)

Esta actuación se enmarca dentro del eje 3 “medio ambiente, entorno natural, recursos hídricos y prevención de riesgos” que incluye la preservación, restauración y mejora de la calidad ambiental de los cauces fluviales (categoría de gasto 51).

GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE Y MEDIO RURAL Y MARINO

CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL CANTÁBRICO

RESTAURACIÓN MEDIOAMBIENTAL Y RECUPERACIÓN DE ENCLAVES NATURALES DEL RÍO NONAYA EN SALAS

Programa AGUA

PRINCIPADO DE ASTURIAS

Ayuntamiento de Salas

Fondo Europeo de Desarrollo Regional
UNA MANERA DE HACER EUROPA

GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE Y MEDIO RURAL Y MARINO

CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL CANTÁBRICO

Con el objetivo de difundir esta actuación y remarcar la importancia que ha tenido la cofinanciación del FEDER para llevarla a cabo, el día 28 de mayo de 2013 la Confederación Hidrográfica del

Cantábrico organizó una visita consistente en un recorrido de la actuación en el que participaron los invitados procedentes de la Comisión Europea, el Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas, el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, miembros del Gobierno del Principado de Asturias así como de la propia Confederación Hidrográfica del Cantábrico.

La visita, tal y como consta en el programa de la misma que se añade a continuación, partía de Oviedo, a la llegada a Salas se daba la bienvenida a los visitantes, a los que se entregó la documentación relativa a la actuación resaltando la importancia de la contribución de los Fondos Europeos en la actividad inversora de la Confederación Hidrográfica del Cantábrico acompañado de un folleto descriptivo de esta actuación. Después, el conjunto de la delegación recorrió la actuación, para finalmente regresar a Oviedo.



**RESTAURACIÓN MEDIOAMBIENTAL Y RECUPERACIÓN DE ENCLAVES
NATURALES DEL RÍO NONAYA EN SALAS.
TÉRMINO MUNICIPAL DE SALAS (ASTURIAS)**

VISITA DEL 28 DE MAYO DE 2013

ORGANISMOS ASISTENTES:

- COMISIÓN EUROPEA
- MINISTERIO DE HACIENDA Y ADMINISTRACIONES PÚBLICAS
- MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE
- PRINCIPADO DE ASTURIAS
- CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL CANTÁBRICO

PROGRAMA:

16:00: Salida de Oviedo

16:50: Llegada a Salas

16:55: Bienvenida a los visitantes y entrega de documentación

D. Manuel Fernández Gómez. Director Técnico de la Confederación Hidrográfica del Cantábrico

17:00: La contribución de los Fondos Europeos en la actividad inversora de la Confederación Hidrográfica del Cantábrico

D. Manuel Fernández Gómez. Director Técnico de la Confederación Hidrográfica del Cantábrico

17:10: Descripción de la actuación

D. Jesús Solís García. Ingeniero Director de la obra. Confederación Hidrográfica del Cantábrico

17:15: Recorrido por la actuación

18:00: Salida de Salas

18:50: Llegada a Oviedo



Esta actuación se considera una buena práctica de comunicación por el cumplimiento de los siguientes criterios:

- **Uso de recursos innovadores en la presentación, organización y/o desarrollo**

Combina recursos innovadores tanto en la presentación, pues se entrega un dossier completo que contiene la documentación de toda la actuación, en la organización, pues combina la presentación de la actuación con una visita sobre el terreno y por último, en el desarrollo, al participar de forma interactiva los propios receptores de la actuación de comunicación.



- **Adecuación de los contenidos a los objetivos perseguidos**

La actuación de comunicación persigue dar visibilidad a la contribución de los Fondos Europeos en la mejora de la calidad de vida de la ciudadanía así como el desarrollo económico y social del Principado de Asturias y así queda constatado, pues el contenido de la actuación consigue reflejar esta importancia y dar la visibilidad oportuna.

- **Incorporación de criterios de igualdad de oportunidades**

El lenguaje utilizado en la actuación de comunicación es neutro, tanto en la documentación entregada, como el folleto editado para la ocasión, además, participaron en la misma hombres y mujeres de una forma igualitaria.

- **Adecuación con el objetivo general de difusión de fondos**

Queda acreditado el cumplimiento de este criterio pues la actuación en si misma, consiste precisamente en la difusión de los fondos a través del desarrollo y organización de la visita, acompañado del folleto mediante el cual también se procede a la difusión de los Fondos y, en particular, del Fondo Europeo de Desarrollo Regional, además del contenido del acto de bienvenida donde se especifica en concreto la contribución de los Fondos Europeos.



- **Alto grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción de comunicación**

Existe un alto grado de cobertura, tanto de forma directa, como de forma derivada del desarrollo de la actuación. En primer lugar, se da cobertura a todas las personas que acuden a la visita, objeto de la actuación de comunicación. Y, en segundo lugar, mediante la colocación de los carteles oportunos donde se señala la cofinanciación del FEDER consiguiendo de esta forma que todo el mundo que disfrute del enclave natural del río Nonaya, podrá observar que el proyecto ha sido cofinanciado por la Unión Europea.

- **Evidencia de un alto grado de calidad**

La actuación evidencia un alto grado de calidad que, queda patente, por un lado, por el elevado grado de satisfacción mostrado por el grupo que acude a visitar la actuación y, por otro lado, se evidencia un trabajo de gran calidad en la preparación de la documentación, en la organización y coordinación de la visita.



Esta obra ejecutada por la empresa San José Constructora se incluye dentro del plan de restauración de cauces y está cofinanciada por los Fondos Europeos de Desarrollo Regional, el Gobierno del Principado de Asturias y el Ayuntamiento de Salas.

9.2.2. BUENAS PRÁCTICAS DE ACTUACIONES COFINANCIADAS

A continuación se presenta una buena práctica de actuación cofinanciada:

☐ *Centro de Salud de Luarca*

El modelo de desarrollo poblacional asturiano se caracteriza por la concentración de casi el 80% de la población total en el área central de la región, que sin embargo representa sólo una quinta parte del territorio, mientras que el resto de la población se distribuye en zonas eminentemente rurales y en algunos casos con una difícil orografía. Otros aspectos que influyen en el funcionamiento de los servicios de salud son el envejecimiento de la población y las tasas de inmigración que han modificado la estructura de los receptores de estos servicios públicos.

Para ofrecer una adecuada asistencia sanitaria, ha sido preciso acometer importantes inversiones en centros de salud y consultorios locales de toda la Comunidad Autónoma, aunque priorizando las desarrolladas en las zonas rurales para subsanar el déficit en la dotación de dichas infraestructuras en dichas zonas de la región y por el mayor coste que conllevan derivado tanto de la propia orografía como de la dispersión de la población.

Entre los proyectos más importantes realizados en las zonas rurales de la región cabe destacar las obras ejecutadas en el nuevo centro de salud de Luarca, en el municipio occidental de Valdés. Este equipamiento constituye un claro ejemplo del esfuerzo realizado por el Gobierno autonómico para potenciar los centros de tratamiento integral. Así, en el edificio se concentran las prestaciones comunes de la Atención Primaria y los servicios de Salud Mental y Rehabilitación Psicosocial.



El espacio dedicado a Atención Primaria, que presta servicio a unas 8.700 personas en el municipio de Valdés, cuenta con ocho consultas de Medicina General y ocho más de Enfermería, dos consultas de Pediatría, tres consultas para médicos residentes y otra para Odontología.

La zona del inmueble destinada a centro de Salud Mental ofrece servicio a más de 51.300 usuarios de toda la comarca y dispone de tres consultas de Psiquiatría, una de Psicología, cuatro consultas de Enfermería y tres más para diversos usos. Los servicios sanitarios en este ámbito se completan con el área de Rehabilitación Psicosocial, donde los pacientes disponen de un taller, sala de ejercicio físico, sala polivalente y sala de estar. Las áreas administrativas y de servicio completan la dotación del centro sanitario.

Esta actuación se considera una buena práctica porque:

- Se ha dado una amplia cobertura mediática, por su relevancia a nivel comarcal y local, lo que ha garantizado una extensa **difusión entre beneficiarios y público en general**, con la divulgación en los medios de comunicación, con carteles informativos, placas, etc., donde se informaba de su cofinanciación por la Unión Europea a través del FEDER. Además, el Organismo Intermedio regional se planteó, en estrecha colaboración con la Consejería de Salud, la necesidad y conveniencia de dar mayor visibilidad a la financiación FEDER dirigiéndose a los usuarios finales de este Centro. Teniendo en cuenta las restricciones presupuestarias y la necesidad de alcanzar con el mensaje a la mayor parte de los beneficiarios se recurrió a un sistema innovador como son las 5.200 postales informativas que fueron remitidas a los hogares adscritos a dicho Centro.

También se ha realizado un publrreportaje específico a toda página en la prensa regional el 19 de noviembre de 2012 referente a las acciones en salud destacando la relevancia de este tipo de proyectos dentro del Programa Operativo FEDER de Asturias.

- En lo que se refiere a la **incorporación de elementos innovadores**, hay que destacar el uso en los centros de las nuevas tecnologías de la información que posibilita ofrecer una prestación de mayor calidad debido a una mejor y más rápida información.
- Este proyecto es **coherente con los objetivos perseguidos**, ya que estas actuaciones han permitido contribuir a la cohesión social y territorial de Asturias. Las inversiones en infraestructuras sanitarias dentro del ámbito rural contribuyen de manera directa a la fijación de la población y al desarrollo equilibrado del territorio.
- Este nuevo centro de salud **contribuye a la mejora de un problema regional** con la mejora significativa en la atención del sistema sanitario en el occidente de la región que presentaba graves deficiencias.
- Además tiene un **alto grado de cobertura sobre la población**, lo que permite avanzar significativamente en la cobertura universal y de calidad de los servicios sanitarios en la comarca.



- En cuanto a los **critérios de sostenibilidad y de igualdad de oportunidades** hay que destacar que la ubicación de los centros de salud en un entorno más próximo permite el acceso a estos equipamientos sanitarios con medios de transporte más sostenibles disminuyendo así las emisiones al ambiente. Además se han tenido en cuenta criterios de igualdad de oportunidades facilitando el acceso de toda la población a estas infraestructuras sociales que han conllevado la eliminación de barreras arquitectónicas permitiendo un acceso fácil y cómodo para cualquier personal con discapacidad o movilidad reducida. Por otra parte, está en consonancia con la perspectiva de género, contribuyendo a mejorar la calidad de vida de las mujeres en el sentido de que se prima la proximidad de los servicios frente a la dispersión y a la lejanía, lo que facilita la conciliación de las responsabilidades familiares con el desarrollo del trabajo profesional de la mujer.
- La actuación del proyecto **presenta sinergias con otras políticas públicas** que se enmarcan dentro de la mejora de la política de infraestructuras sanitarias con una mejora de las dotaciones y también con la política de ordenación del territorio y con el desarrollo rural.