



"Una manera de hacer Europa"



**INFORME DE EVALUACIÓN FINAL DEL PLAN DE  
COMUNICACIÓN DE LOS P.O. FEDER Y FSE 2007-  
2013 DE LA COMUNIDAD FORAL DE NAVARRA.**

**Servicio de Proyección Internacional de la  
Dirección General de Política Económica y  
Empresarial del Gobierno de Navarra.**

**Pamplona, 15 de octubre 2013.**

INFORME ELABORADO POR CIES SL



ESTUDIOS DE OPINIÓN Y  
DE MERCADO

## ÍNDICE

	Pág.
<b>1. METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN .....</b>	<b>3</b>
1.1. Diseño técnico de la evaluación .....	4
1.2. Métodos y técnicas utilizadas.....	7
1.3. Valoración de la metodología utilizada. ....	10
<b>2. ANÁLISIS DEL SEGUIMIENTO Y APLICACIÓN DE LAS RECOMENDACIONES REALIZADAS EN LA EVALUACIÓN INTERMEDIA DE 2010.....</b>	<b>12</b>
<b>3. ANÁLISIS DEL AVANCE EN EL DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN .....</b>	<b>17</b>
3.1. Principales avances conseguidos respecto a la pertinencia del Plan .....	18
3.2. Principales avances conseguidos respecto a la validez y consistencia interna del Plan.....	20
3.3. Adecuación de la dotación de los medios económicos, humanos y técnicos asignados a las tareas de comunicación de los Fondos.....	23
3.4. Consideración del principio de igualdad de oportunidades en la estrategia de comunicación .....	24
<b>4. ANÁLISIS DE LAS APLICACIÓN DE LAS MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD.....</b>	<b>25</b>
4.1. Avances en la ejecución de las medidas. ....	25
4.2. Integración de las actividades de información y publicidad en los informes anuales de ejecución.....	35
4.3. Repercusión de los sistemas de seguimiento en la calidad de la ejecución de las medidas.....	37
<b>5. EVALUACIÓN DE LAS INCIDENCIAS DETECTADAS EN EL PROCESO DE VERIFICACIÓN PREVIA CON RELACIÓN A LOS ASPECTOS DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD. PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS A PARTIR DE UNA MUESTRA DE OPERACIONES .....</b>	<b>47</b>
<b>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. ....</b>	<b>53</b>
<b>7. ANÁLISIS DEL IMPACTO: LOGROS Y DESAFÍOS DE LAS ACTIVIDADES EN MATERIA DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD.....</b>	<b>56</b>
<b>8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>	<b>62</b>
<b>9. BUENAS PRÁCTICAS.....</b>	<b>68</b>
9.1. Valoración de las Buenas Prácticas ya identificadas.....	68
9.2. . Identificación adicional de Buenas Prácticas. ....	94

## 1. METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN.

El Servicio de Proyección Internacional del Gobierno de Navarra ha encargado la realización de la presente Evaluación Final del Plan de Comunicación de los Programas Operativos FEDER y FSE 2007- 2013 en la Comunidad Foral de Navarra.

Las evaluaciones de los planes de comunicación están reguladas por los reglamentos de la Comisión Europea 1083/2006 y 1828/2006, en los que se destaca que los informes de los programas operativos de los años 2010 y final –2013– “incluirán un capítulo en el que se evalúen los resultados de las medidas de información y publicidad en cuanto al grado de visibilidad y concienciación de los programas operativos, así como del papel desempeñado por la Comunidad”.

Cumpliendo la reglamentación se realizó en 2010 una evaluación intermedia del plan de comunicación de los programas operativos 2007- 2013 de la Comunidad Foral, que incluía unas conclusiones y recomendaciones. En la actualidad se presenta el Informe que tiene como objetivo la realización de la evaluación final del plan de comunicación de dichos programas operativos.

La evaluación final analiza el desarrollo del Plan de Comunicación, teniendo en cuenta las recomendaciones de la evaluación intermedia, siguiendo la metodología que marca la “Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los POs del FEDER, Fondo de cohesión y FSE 2007- 2013” realizada por el Dirección General de Fondos comunitarios del Ministerio de Hacienda y Administraciones Publicas.

Para ello, se ha realizado una evaluación **con carácter participativo**, tanto de los órganos que gestionan los fondos operativos en Navarra -Autoridad de Gestión, organismos intermedios –en el caso de Navarra el Gobierno de Navarra Servicio de Proyección Internacional y Ayuntamiento de Pamplona para FEDER y Gobierno de Navarra para FSE-, Órganos Gestores, como de los Beneficiarios finales de los mismos –empresas y autónomos, principalmente-, expertos en comunicación y población general.

## 1.1. Diseño técnico de la evaluación.

Una de las obligaciones del Estado miembro y la Autoridad de Gestión de los fondos es, según el Reglamento nº 1083/2006 “dar a conocer las operaciones y los programas objeto de cofinanciación y facilitarán información al respecto, dirigida tanto a los ciudadanos como a los beneficiarios, con la finalidad de destacar el papel desempeñado por la CE y garantizar la transparencia de la ayuda procedente de los fondos”.

Se parte de la premisa, por lo menos en su momento, de que “la experiencia demuestra que los ciudadanos de la UE no están suficientemente informados del papel que desempeña la Comunidad en los programas de financiación destinados a reforzar la competitividad económica, crear puestos de trabajo y fortalecer la cohesión interna”. (Reglamento nº 1828/2006).

Para ello, “la Autoridad de Gestión redactará un plan de comunicación para el programa operativo del que es responsable. Dicho plan de comunicación tendrá como mínimo el siguiente contenido:

- a) Los objetivos y los grupos de destinatarios:
- b) La estrategia y el contenido de las medidas de información y publicidad, destinadas a los beneficiarios potenciales y al público en general, teniendo en cuenta el valor añadido de la ayuda comunitaria a nivel nacional regional y local.
- c) El presupuesto indicativo para la aplicación del plan.
- d) Los servicios administrativos u organismos responsables de la aplicación de las medidas de información y publicidad
- e) Una indicación del modo que han de evaluarse las medidas de información y publicidad en cuanto a la visibilidad y concienciación de los programas operativos, así como del papel desempeñado por la Comunidad.”

El informe del año 2010 y el informe final “incluirán un capítulo en el que se evalúen los resultados de las medidas de información y publicidad en cuanto al grado de visibilidad y concienciación de los programas operativos, así como al papel desempeñado por la Comunidad”.

En Navarra se elaboró el Plan de comunicación para los Programas Operativos FEDER y FSE 2007-2013, de manera conjunta, que contiene la estrategia y las medidas de comunicación.

La estrategia del Plan de Comunicación de los PO en Navarra es, por un lado, “disminuir la brecha de comunicación existente entre la UE y la ciudadanía, buscando la máxima difusión de los programas operativos y en especial, la concienciación y sensibilización ciudadana sobre el papel que desempeña la Unión Europea en el crecimiento económico y el empleo regional” y por otro “resolver los principales problemas detectados en el período anterior 2000-2006 en la aplicación de las medidas de información y publicidad de los programas implementados en Navarra, como informar adecuadamente a gestores y beneficiarios de las obligaciones y tareas que deben asumir en lo que respecta a las intervenciones de su competencia y en especial, a la información y publicidad de dichas intervenciones”.

En cuanto a las medidas de comunicación, el Plan de comunicación se compone de 27 medidas de información y publicidad dirigidas al público en general – 12 medidas- a los Órganos Gestores- 6 medidas- a los Beneficiarios – 6 medidas- así como a los potenciales Beneficiarios- 3 medidas-.

La evaluación del Plan de Comunicación que ahora se presenta, tiene los siguientes objetivos genéricos:

- a) Dar cumplimiento a la exigencia normativa comunitaria de emprender el proceso de evaluación sobre las medidas de información y publicidad.
- b) Analizar el grado de ejecución y resultados e impactos logrados por el Plan de Comunicación de la Comunidad Foral de Navarra 2007- 2013.
- c) Disponer de un informe final de los trabajos para incorporar al informe anual 2013 de los Programas Operativos FEDER y FSE 2007- 2013 de Navarra y, en su caso, al informe final.

La evaluación, según la Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los POs ya citada, tendrá por objeto analizar el grado de ejecución y resultados e impactos logrados por los planes de comunicación. En cuanto a la presente evaluación final parte de los resultados y recomendaciones de la evaluación efectuada en 2010.

Para ello, con la evaluación se deberán obtener los siguientes objetivos específicos:

- Conocer el grado de cumplimiento de las recomendaciones de la evaluación intermedia del Plan de Comunicación de Navarra.
- Analizar la pertinencia de la estrategia y la validez y consistencia interna del Plan de Comunicación de Navarra.
- Determinar los avances en la ejecución de las medidas de información y publicidad y su relación con lo previsto en el Plan de Comunicación.
- Grado de cumplimiento de las exigencias de información a los órganos encargados de la gestión y ejecución de las actuaciones en materia de gestión, seguimiento, control, evaluación e información y publicidad.
- Disposición de manuales específicos de gestión, seguimiento, control, evaluación e información y publicidad por parte de las autoridades de gestión, Organismo Intermedio y Beneficiarios, así como la elaboración de instrucciones, orientaciones con la finalidad de facilitar la información y transparencia.
- Conocer la proporcionalidad en la asignación y adecuación de los recursos destinados a los aspectos de comunicación.
- Disponibilidad de las herramientas informáticas que aseguren la calidad del seguimiento y de la ejecución.
- Análisis de la estructura y funcionamiento del GERIP, GRECO- AGE y la Red Regional de coordinación del Organismo Intermedio con los Órganos Gestores de Navarra.
- Incorporación del principio de igualdad de oportunidades en las medidas de información y publicidad.
- Analizar el Impacto de las actuaciones de comunicación a través de los indicadores existentes, como el conocimiento y valoración de las ayudas europeas entre los distintos estamentos: población general, beneficiarios y gestores y la influencia de las actuaciones en dicho conocimiento.
- Conocer las valoraciones y recomendaciones para mejorar la comunicación que aporten los gestores y beneficiarios de los programas operativos.
- Resaltar y comunicar aquellas actuaciones que se consideren de “buenas prácticas” en materia de comunicación y operaciones cofinanciadas.
- Conclusiones y recomendaciones finales del equipo evaluador sobre el grado de ejecución del plan de comunicación, la calidad en la aplicación del mismo y las mejoras que se pueden introducir en el futuro

## 1.2. Métodos y técnicas utilizadas.

La evaluación del Plan de Comunicación tiene por objeto, por tanto, según la Guía metodológica citada, “analizar el grado de ejecución y resultados e impactos logrados por los planes de comunicación”. En el caso de Navarra, al ser el Plan de Comunicación común para los dos programas operativos, se realiza una única evaluación.

La evaluación es un proceso de análisis y participativo de los sectores implicados que culmina con unas conclusiones y unas recomendaciones. La metodología del proceso de evaluación consta de las siguientes fases:

1) La primera fase de la evaluación consiste en un **análisis de la documentación** de base del Plan de Comunicación como es el propio Plan de Comunicación, así como **la evaluación intermedia realizada en 2010**. También se han analizado los informes anuales de los programas operativos en relación a las acciones de comunicación, así como la documentación emitida por el GERIP (grupo de responsables en materia de comunicación y publicidad) y los informes de ejecución.

2) Análisis de la documentación sobre el Plan de Comunicación, en especial, evaluando la **pertinencia** de la estrategia de comunicación, en relación a la documentación existente de esta materia de la Comisión Europea (Redes INFORM e INIO) y de la Autoridad de Gestión (Guía metodológica). También se ha tenido en cuenta el criterio de **proporcionalidad**, es decir, la correspondencia entre las actuaciones y el montante de los fondos destinados a su cofinanciación y las actuaciones en materia de comunicación. Por último se analiza la **consistencia interna** del Plan de Comunicación de Navarra, comprobando la coherencia entre los objetivos del plan y las medidas puestas en marcha y los avances que se han producido desde la evaluación intermedia de 2010 hasta la actualidad – Septiembre 2013-

3) Análisis del **seguimiento y aplicación de las recomendaciones realizadas en la evaluación intermedia de 2010**, correspondiente al período 1-1-2007 al 31-3-2010. Al analizar las acciones realizadas se tendrá en cuenta si se han seguido las recomendaciones realizadas en la evaluación intermedia.

Análisis de **la aplicación de las medidas de Información y publicidad**, para conocer el grado de cumplimiento de los objetivos marcados de las distintas acciones. Se han analizado las acciones de comunicación del período señalado información y datos de las acciones realizadas, tanto el material impreso, audiovisual o gráfico, como los datos que se obtienen de la aplicación informática “Gestión de indicadores de comunicación”.

En este apartado, además, se ha valorado el grado de ejecución de las acciones a través del estudio de los **indicadores de realización y resultado**, la integración de las medidas de información en los informes anuales, repercusión de los sistemas de seguimiento en la calidad de la ejecución de las medidas y grado de incorporación del principio de igualdad de oportunidades.

Además se han analizado las incidencias detectadas en el proceso de verificación con relación a los aspectos de información y publicidad.

Los Indicadores de realización por tipo de actividad son los siguientes: nº de actividades y actos públicos, nº de acciones de difusión, nº de publicaciones externas realizadas, nº de páginas Web, nº de soportes publicitarios, nº de documentación interna distribuida y nº de redes de información y publicidad.

En cuanto a los indicadores de resultado son: nº de asistentes, % publicaciones distribuidas y editadas y nº de puntos de distribución, nº de visitas a la/s páginas Web, % de organismos cubiertos por la documentación interna distribuida, nº de reuniones y de asistentes a las redes de información y publicidad.

En el estudio de los indicadores se expone el resultado desde la evaluación intermedia hasta el fin del período evaluado –2010-2013–así como el resultado de los indicadores en el conjunto del periodo de programación.

4) **Realización de entrevistas personales** con la Autoridad de Gestión, organismos intermedios y los gestores de los fondos –sus responsables de comunicación en el caso de que tengan-, en relación al detalle de las acciones de comunicación realizadas, así como una primera valoración de las mismas. También se ha considerado importante la valoración de los responsables de comunicación del Gobierno de Navarra. Por último se ha entrevistado a beneficiarios finales de los fondos –entidades, empresas y autónomos- y a expertos en comunicación.

Las entrevistas han consistido de una descripción de las actuaciones, una valoración en cuanto al grado de eficacia de las mismas, y en definitiva si dichas acciones han contribuido a la mejora en la comunicación de los programas operativos. También se ha preguntado por la opinión sobre el impacto de dichas acciones y si son o no suficientes para los objetivos de comunicación propuestos.

Por último, se ha solicitado que cumplimenten el cuestionario que se detalla en la Guía Metodológica, tanto al responsable del Organismo Intermedio –cuestionario Anexo 3- como a los Órganos Gestores –cuestionario Anexo 4-.

5) **Realización de encuestas con los beneficiarios últimos de los fondos** –empresas, autónomos, responsables de centros de inserción social (CIS), de centros asociados a los programas de cualificación profesional inicial (PCPI) y población general-. En el caso de encuestas a beneficiarios de los fondos, se ha volcado la información sobre conocimiento de los fondos realizada a los beneficiarios últimos de FEDER y FSE en la evaluación intermedia de dichos programas operativos realizada por CIES. En el caso de la población general se ha realizado una encuesta telefónica asistida por ordenador (Sistema CATI) a una muestra de 493 ciudadanos mayores de 15 años residentes en la Comunidad Foral de Navarra, según indica la Guía Metodológica.

6) **Análisis del Impacto** del Plan de Comunicación, con el fin de medir los efectos a más largo plazo de las actuaciones en materia de información y publicidad y si esos efectos son atribuibles a dichas intervenciones.

Para ello, se han medido los Indicadores de Impacto:

- Grado de conocimiento de las obligaciones existentes en la programación, gestión, seguimiento, control, evaluación e información y publicidad medido en %
- Tasa de satisfacción que indique la valoración de los beneficiarios, organismos intermedios y /o gestores respecto a la información facilitada, medida en %.
- Tasa de utilidad de las actuaciones, medida en %.

7) A modo de evaluación final se han celebrado dos **Grupos de discusión** para conocer las valoraciones y propuestas de los responsables de comunicación del Organismo Intermedio y Órganos Gestores y Beneficiarios de los fondos. Para ello se ha partido de los componentes de la Red Regional de Coordinación para el Plan de Comunicación existente en Navarra y se ha invitado a algunos responsables de comunicación del Gobierno de Navarra y entidades beneficiarias. Con todas las entrevistas y grupos de discusión se ha tratado de hacer una evaluación participativa que redunde en beneficio de la mejora de la comunicación de los fondos entre Autoridad de Gestión, Organismo Intermedio, Órganos Gestores, Beneficiarios y público en general.

8) Relación de Buenas Prácticas ya identificadas y análisis de las nuevas propuestas.

9) Elaboración de la **Evaluación final**, incluyendo conclusiones y recomendaciones.

### 1.3. Valoración de la metodología utilizada.

La metodología utilizada sigue las recomendaciones de la Guía Metodológica, si bien se aplica a la realidad de la Comunidad Foral.

En efecto, en primer lugar la metodología del análisis documental permite confrontar si los objetivos marcados en el Plan de Comunicación de los Programas Operativos FEDER y FSE de Navarra están en sintonía con los objetivos marcados por los Reglamentos de la Comisión Europea números 1828 y 1083 de 2006, las pautas marcadas por el GERIP, las instrucciones de la Autoridad de Gestión y por supuesto la propia Guía Metodológica, confeccionada para concertar la metodología de las evaluaciones de comunicación.

En cuanto a los Indicadores de realización y de resultados, a través de la herramienta informática que se ha puesto a disposición de los Órganos Gestores, se determina el grado de cumplimiento de las obligaciones de comunicación. Esta herramienta informática ha facilitado la tarea de medición de los indicadores, tras un inicio de dudas, y se ha mejorado con la introducción de los códigos del órgano gestor.

También es determinante para conocer el grado de realización de las obligaciones de comunicación los cuestionarios a responsables de la Autoridad de Gestión, órganos intermedios y Órganos Gestores, dado que sus respuestas se contemplan también como indicadores fiables.

Como **Indicadores de impacto** son de gran utilidad las encuestas realizadas a Órganos Gestores, Beneficiarios finales de los programas operativos, así como la encuesta realizada a la población general. Las mediciones respecto al grado de conocimiento de las obligaciones existentes, tasa de satisfacción respecto a la información facilitada y tasa de utilidad de las actuaciones y en el caso de la población y de los beneficiarios el grado de conocimiento de las ayudas europeas así como de la denominación de los programas operativos.

Para los indicadores de impacto relativos a los beneficiarios finales de los fondos, se han tomado los datos de las encuestas a empresas beneficiarias de fondos de I+D, autónomos, centros de inserción social y centros de formación PCPI, de la evaluación intermedia de los PO,s FEDER y FSE de Navarra realizada en 2012. Al realizarse además la encuesta en un período más próximo al momento de la percepción de las ayudas, el recuerdo es más próximo. Esta metodología de aprovechamiento de recursos, nos suministra una información privilegiada sobre el conocimiento de la procedencia de las ayudas y su grado de utilidad de prácticamente todos los beneficiarios finales tanto del FEDER como del FSE.

En cuanto a la población general se ha realizado la encuesta durante junio del presente año con lo que la información respecto al impacto es todavía más reciente.

Con la medición de los indicadores de impacto se pretende conseguir satisfacer los objetivos 1 y 2 del Plan de Comunicación de los Programas Feder y FSE de Navarra: 1. Incrementar el grado de visibilidad y concienciación del papel desempeñado por la Unión Europea y 2. Difundir ampliamente los programas operativos entre la ciudadanía navarra.

Por último está la valoración cualitativa de los actores y beneficiarios a través de entrevistas y grupos de discusión, de manera que los participantes nos informan de las mejoras que han visto en el desarrollo de las tareas de comunicación así como de las dificultades, encaminados a una mejor gestión en el futuro. Esta metodología cumplimenta de manera satisfactoria el objetivo 3 del Plan de comunicación: “transparentar la ejecución de los programas operativos, garantizando que todos los agentes intervinientes en el proceso de gestión disponen de una información clara y detallada sobre los aspectos que les afectan, de manera que puedan cumplir con sus obligaciones y tareas eficaz y eficientemente”.

Así, a través de los grupos de discusión se ha informado por los coordinadores del grupo del proceso evaluador, de las mejoras e insuficiencias encontradas y del resultado de los distintos indicadores. Con estas técnicas se ha informado y se han recogido sugerencias y posibles mejoras, las cuales se incluyen en las conclusiones y recomendaciones, siempre que el equipo evaluador las haya considerado como tal.

La evaluación participativa garantiza por tanto mayor información en todas las direcciones: de arriba abajo informando de obligaciones y métodos hacia los gestores y beneficiarios, de manera horizontal entre los propios gestores comunicándose métodos de actuación y de abajo a arriba a través de sugerencias y mejoras propuestas por gestores y beneficiarios a la Autoridad de Gestión y Organismo Intermedio.

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

El desafío de la visibilidad y concienciación de la ciudadanía europea acerca de los beneficios de la política regional comunitaria cofinanciada por los Fondos Estructurales se ha constituido como un reto prioritario para la Comisión Europea en este periodo de programación. Los requisitos de la normativa vigente en esta materia establecen entre otros “la necesidad de destacar el papel desempeñado por la Comunidad y de garantizar la transparencia de la ayuda procedente de los Fondos” (Artículo 69 del Reglamento 1083/2006) e incorpora la obligación de “que se evalúen los resultados de las medidas de información y publicidad en cuanto al grado de visibilidad y concienciación de los programas operativos (PO), así como del papel desempeñado por la Comunidad” (artículo 4.2.c del Reglamento (CE) 1828/2006).

La evaluación de los aspectos de comunicación se centra en los planes de comunicación elaborados y finalmente “aceptados” por la Comisión Europea o, si se hubiesen producido modificaciones en los mismos, el último Plan de Comunicación vigente. Por ello, las evaluaciones tendrán por objeto analizar el grado de ejecución y resultados e impactos logrados por los planes de comunicación, existiendo un informe de evaluación distinto para cada uno de ellos.

La Reglamentación comunitaria establece la necesidad de realizar dos evaluaciones de los aspectos de comunicación, una en el año 2010 y otra al final del período. El resultado de estas evaluaciones deberá ser un capítulo del informe anual de ejecución del año 2010 y del informe final. Por ello, las personas responsables de la comunicación en España han decidido llevar a cabo dos evaluaciones de los planes de comunicación, una en el año 2010 y otra en el año 2013, que deben estar disponibles antes del mes de septiembre de dichos años, para su remisión a la Comisión.

La evaluación del año 2010 analizó las medidas y actuaciones ejecutadas entre el 1 de enero de 2007 y el 31 de marzo de 2010 y la referida al año 2013, las que se realicen desde la evaluación intermedia al final del período de programación. En todo caso, esta última evaluación tomará siempre en cuenta las conclusiones y recomendaciones de la anterior.

A partir de la información cuantitativa y cualitativa analizada, en el informe de La Evaluación Intermedia de Comunicación de los Programas Operativos de FEDER y del FSE de la Comunidad Foral de Navarra se formulan las principales conclusiones y una propuesta de medidas a adoptar en los años siguientes con la finalidad de obtener la máxima eficiencia del Plan de Comunicación.

En esta evaluación intermedia del año 2010 se formulan conclusiones sobre la adecuación y la pertinencia de la estrategia de comunicación, sobre la calidad de la ejecución y el seguimiento y una descripción de la situación a fecha del cierre del informe de evaluación, y realiza una estimación de las expectativas de cumplimiento de la planificación realizada. En base a estos resultados, se realizan las siguientes recomendaciones oportunas:

- R1\_ Se recomienda la constitución formal de una red regional entre los Órganos Gestores y/o Beneficiarios dentro de la Comunidad Foral de Navarra para favorecer el entendimiento entre la totalidad de personas implicadas en el Plan de Comunicación.**
  
- R2\_ Para propiciar la mejora en el intercambio automático de información se recomienda seguir la labor que se viene desarrollando en los últimos meses respecto a la mejora en el acceso y gestión de la aplicación. En todo caso, están previstas mejoras que permitirán perfeccionar el uso de la misma.**
  
- R3\_ Se recomienda para futuras actuaciones, continuar con el seguimiento realizado para cada actuación. La consideración, a la hora de publicitar una actuación, de los diferentes medios utilizados por la población en función de las variables de sexo y edad y por lo tanto de su diferente impacto. Así, se pueden considerar acciones de corrección en función de los colectivos destinatarios de las medidas de Información y Publicidad en la ciudadanía.**

En cuanto a la **R1 -Constitución formal de una red regional-**, esta red se constituyó el 27 de Noviembre de 2012. Tras la creación de las redes europeas INFORM e INIO y en la que vienen participando de forma muy activa los responsables de comunicación de las autoridades de gestión y los responsables de comunicación regionales que pertenecen a las redes GERIP y GRECO-AGE, parecía óptimo que una última red se crease a escala regional, lo que implicaría no solo al Organismo Intermedio sino también a los Órganos Gestores y/o Beneficiarios colaboradores con la misma en un trabajo de consenso.

El desarrollo de esta Red Regional de Navarra se considera positivo a la hora de disponer de una red común que permite la coordinación de sus participantes para el establecimiento de una estrategia conjunta, el intercambio de ideas, la creación de foros de discusión así como la toma de decisiones y orientaciones consensuadas. Además, esta red local establece un puente informativo hacia los participantes de las redes españolas y las redes europeas de la Comisión, INIO e INFORM. Esta red local ha supuesto a sus diferentes agentes integrantes, una mayor conciencia de la importancia de esta materia y por lo tanto garantiza la pertinencia de las estrategias seguidas y la eficacia del sistema del seguimiento de las mismas.

Un aspecto muy importante que se ha detectado es que durante el tiempo del periodo de programación varían las personas responsables de los órganos de gestión de los programas operativos y de sus responsables de comunicación. El contar con esta red regional supone para todos los agentes implicados en la comunicación tener una vía de actualización y traspaso de información que a veces de otro modo no se da o se da de forma incompleta.

La implementación de la estrategia emprendida en materia de comunicación, tanto en la Comunidad Foral de Navarra como en el conjunto de planes a escala estatal, se está realizando con gran esfuerzo para trabajar de forma coordinada y constante y esto se ha detectado en el desarrollo de esta evaluación final que ya está marcando las líneas de un trabajo más efectivo.

La constitución de esta red regional ha supuesto un importante trabajo al incluir a todos los Órganos Gestores de los POs FEDER y FSE de la Comunidad Foral de Navarra y puesto que lleva constituida muy poco tiempo se han detectado algunas mejoras para optimizar los resultados y beneficios.

**Las recomendaciones o mejoras** para optimizar los resultados de esta red local en el futuro son:

- Establecer al año al menos 2 reuniones.
- Redefinir los integrantes de esta red local: los Órganos Gestores con muchas actividades de los fondos cofinanciados deben seleccionar a la persona encargada de los temas de comunicación de los programas operativos.
- Se ha detectado que en esta red no está presente ningún miembro del Servicio de Comunicación de Gobierno de Navarra y resulta totalmente conveniente.
- Actualmente la red regional de la Comunidad Foral de Navarra está integrada por distintos Órganos Gestores de los programas operativos así como miembros del Instituto de Igualdad pero se cree conveniente la inclusión de algún beneficiario final para aportar otros puntos de vista.

Las autoridades de gestión crearon una aplicación informática específica que almacena la información requerida para el seguimiento de los indicadores en materia de Información y Publicidad de todas las Comunidades Autónomas. Esta aplicación informática ha estado disponible para los organismos intermedios desde el 21 de Septiembre de 2009. Dicha aplicación recoge los indicadores de realización y resultado de las actuaciones emprendidas. En este contexto, se realiza la **R2- mejoras tanto en el acceso como en la gestión de la aplicación informática**-. Esta herramienta está permitiendo la grabación de cada actividad concreta realizada de manera que se acumula a la ejecución de los indicadores de seguimiento asociados, así de esta manera están identificadas de manera exhaustiva todas las acciones de publicidad que se han llevado a cabo. Son las autoridades de gestión los responsables del correcto funcionamiento y operatividad del sistema informático de seguimiento mientras que las diferentes administraciones deben completar la información en base a cada una de las actuaciones realizadas de forma periódica.

Desde la evaluación intermedia se han realizado mejoras como por ejemplo la incorporación de códigos para la identificación de los Órganos Gestores que han realizado la actuación, así se obtienen informes de ejecución más completos y eficaces.

También desde el año 2010 se ha modificado el número de veces al año que se realiza el volcado de indicadores, actualmente es de dos veces al año como mínimo por parte de los organismos intermedios.

Durante el período de programación, principalmente al inicio, se ha ido aclarando cualquier duda sobre la correcta recopilación de indicadores de comunicación, criterios y la clarificación de qué incluir y cómo en la aplicación.

Se puede decir que hay dos periodos diferenciados: hasta el año 2010 un periodo de estructuración interna y de aclaración y definición de medidas e indicadores y a partir de ese año, el segundo periodo, etapa en la cual al estar los criterios definidos, el Organismo Intermedio (GN) se ha centrado más en comunicar la información sobre cómo transmitir los datos de las acciones de comunicación a los Órganos Gestores.

La evaluación intermedia del año 2010 mostró en la encuesta dirigida a la ciudadanía navarra que había diferencias en el impacto que produce la publicidad entre hombres y mujeres. En términos generales, las mujeres manifestaban tener menor conocimiento del papel de la UE a través de los fondos, especialmente de FEDER, lo que contrastaba con el mayor conocimiento que demostraban al preguntarles sobre proyectos concretos. También se señalaba en esta evaluación que según los datos más relevantes en la explicación del impacto de las medidas en materia de información y publicidad sobre la población navarra, el factor edad marcaba diferencias en torno a varios aspectos, siendo los jóvenes el grupo menos informado. Ante esta situación, el equipo evaluador del año 2010 hacía la **R3- Analizar la repercusión que tienen los medios según las variables sexo y edad-**.

Por grupos de edad, se muestran diferencias en los recursos que se utilizan para obtener información acerca de las ayudas cofinanciadas. Las personas más mayores observan más que otros grupos la prensa, radio y TV. La utilización de este recurso es menor conforme disminuye la edad y al contrario, va aumentando el conocimiento a través de internet.

Por tanto, se recomendaba en el año 2010 tomar conciencia para determinar y diseñar para cada proyecto el tipo de soporte que mejor pueda llegar al conjunto de la población.

Esta recomendación se ha tenido en cuenta en el resto del período de programación, de tal manera que se sigue trabajando en colaboración con el Instituto Navarro de Familia e Igualdad así como utilizando canales abiertos a las personas con independencia del género.

Aunque se tiene en cuenta esta recomendación, resulta difícil llevarla a cabo ya que cada una de las entidades gestoras enfoca sus actuaciones de información y publicidad en aquellos segmentos de la población interesados por los programas en los que desarrollan sus actuaciones. La posible persona beneficiaria sólo interioriza y retiene aquella información que le atañe directamente.

El aspecto positivo es la creciente utilización de Internet para comunicar, debido a su menor coste, como las páginas web por parte de los Órganos Gestores para informar a la ciudadanía. Ello hace que en el futuro se pueda llegar al sector más joven.

Al analizar los datos de conocimiento en la población navarra en esta evaluación final 2013 cabe destacar que el conocimiento de FEDER es similar en ambos sexos, mientras que el del FSE es 4,5 puntos superior entre las mujeres. En cuanto al conocimiento de que Navarra recibe dinero de la UE, sin embargo, es tres puntos superior entre los hombres que entre las mujeres. Con estos datos parece que se está trabajando en una buena línea para acortar la diferenciación de conocimiento por sexo.

Respecto a los datos por edad, siguen siendo los más jóvenes los que tienen un mayor desconocimiento y por lo tanto el impacto de la comunicación de los POs es menor.

Algunas ideas para conseguir un mayor impacto en los más jóvenes, según algunos expertos en comunicación son:

- Crear acuerdos con centros educativos para que desde pequeños se empiece a informar sobre estos temas en algún tipo de sesión donde expertos en fondos europeos les cuenten a su medida toda la información.
- Incentivar la participación de los escolares en concursos de redacción o expresión artística, utilizando las redes sociales.
- Street Marketing, o campañas en la vía pública, a través por ejemplo de algún autobús circulando por las principales localidades de Navarra.

En esta evaluación final, presentamos algunas recomendaciones que no se hicieron en la evaluación intermedia del año 2010 y se consideran de interés para el desarrollo óptimo del Plan de Comunicación:

- Mayor énfasis en las cifras de participación por sexo en la aplicación informática de indicadores.
- El Organismo Intermedio de la Comunidad Foral de Navarra no accede a indicadores de los otros organismos aunque los objetivos son comunes. En los comités se conoce el nivel de ejecución de los indicadores de todos pero debería haber una mayor coordinación entre los agentes implicados de una misma comunidad autónoma.
- Aglutinar la información en un espacio en internet especial para gestores.
- En el Plan de Comunicación debería aparecer de manera más clara y detallada los objetivos en referencia al principio de igualdad de oportunidades

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

El Plan de Comunicación de los Programas Operativos FEDER y FSE en Navarra para el período 2007-2013, que ahora se analiza, tiene los siguientes objetivos:

- *Objetivo 1: Incrementar el grado de visibilidad y concienciación del papel desempeñado por la Unión Europea a través de los programas operativos por parte de la población navarra.*
  
- *Objetivo 2: Difundir ampliamente los programas operativos entre la ciudadanía navarra y, en particular:*
  - *su contenido (objetivos, ejes prioritarios, tipología de operaciones, presupuesto,...);*
  - *las posibilidades de financiación y participación que ofrecen a los distintos agentes regionales;*
  - *los avances en la ejecución de las intervenciones;*
  - *los proyectos de mayor importancia;*
  - *los logros y resultados obtenidos con su implementación;*
  - *la cofinanciación comunitaria, autonómica y nacional;*
  - *y la contribución financiera del FEDER/FSE.*
  
- *Objetivo 3: Transparentar la ejecución de los programas operativos, garantizando que todos los agentes intervinientes en el proceso de gestión de los Fondos disponen de información clara y detallada sobre los aspectos que les afectan, de manera que puedan cumplir con sus obligaciones y tareas eficaz y eficientemente.*

Además de los objetivos expuestos con anterioridad, como señala la evaluación intermedia, el plan contiene también las siguientes cuestiones:

- a estrategia y contenido de las 27 medidas de publicidad previstas destinadas a los Órganos Gestores, Beneficiarios, potenciales Beneficiarios y público en general;
- el presupuesto indicativo para la ejecución del plan;
- los organismos responsables en la ejecución de las medidas previstas;
- y el control, seguimiento y evaluación de su aplicación

El Plan cumple con la normativa europea reflejada en los reglamentos y sigue las instrucciones y recomendaciones de La Red nacional de coordinación de los responsables de comunicación GERIP, la Red nacional GRECO- AGE, así como de las redes europeas INFORM – red de comunicación para los programas FEDER y Fondo de cohesión- e INIO, que agrupa a los responsables de de comunicación de las autoridades de gestión nacionales del FSE.

Los avances en la estrategia del Plan provienen de las actuaciones consensuadas dadas posteriormente por las Redes de coordinación de la información y publicidad nacionales, con la participación de la Autoridad de Gestión y organismos regionales, en la que se han detallado estrategias y directrices a través de reuniones, guías y manuales.

La creación también en Navarra de la Red regional de comunicación ha hecho posible que dichas instrucciones hayan sido transmitidas con eficacia.

También se ha avanzado en la aplicación de las medidas o actuaciones en materia de comunicación, al estar dirigidas en este período más concretamente a públicos específicos, teniendo en cuenta la orientación en torno a la igualdad de oportunidades y los objetivos en reorientar medidas poco eficaces y concretar otras.

En este período se han dado pasos adelante también en la definición de buenas prácticas al unirse las prácticas de comunicación a las buenas actuaciones bien gestionadas y eficaces en sus resultados.

Por último, señalar que se han reasignado más recursos económicos con posterioridad a la aprobación del Plan de comunicación, lo que ha supuesto mejorar la proporcionalidad entre objetivos de comunicación y medios disponibles.

### **3.1. Principales avances conseguidos respecto a la pertinencia del Plan.**

Tanto los objetivos como la estrategia en general del Plan de comunicación de los PO de Navarra 2007-2013, se corresponden con la normativa de la Comisión Europea, en cuanto a que se pretende dar a conocer tanto los contenidos de los PO, como en general el papel desempeñado por la Unión Europea, en cuanto a las ayudas para el progreso y desarrollo de los países.

Además, el plan detalla las medidas tomadas para cumplir con dichos objetivos, así como los sistemas de seguimiento y evaluación. En lo que se refiere a la pertinencia con las actuaciones consensuadas en las Redes GERIP y GRECO-AGE a nivel nacional e INFORM e INIO para la coordinación internacional, se han mejorado las estrategias contenidas en el Plan de Comunicación. Durante este período se han distribuido diversas publicaciones para mejorar la gestión de los fondos y en concreto de la comunicación como el manual práctico de la comunicación elaborado por el Servicio de Proyección Internacional del Gobierno de Navarra, la Guía metodológica de Seguimiento y evaluación de las autoridades de gestión en la que se ha introducido un nuevo capítulo y un Manual recopilatorio de cuestiones de tipo práctico en materia de comunicación elaborado por la DGFC.

A nivel regional, se ha creado en el período 2010- 2013 la red regional, que ha servido de instrumento para la correcta transmisión de los materiales para la gestión de los fondos, guías de comunicación y de debate sobre las medidas de comunicación a adoptar. Dicha red se constituyó en 2012 y ha servido para una coordinación mejor de las acciones de comunicación, si bien se encuentra en una etapa inicial.

Además, se ha distribuido por el Organismo Intermedio, guías prácticas de gestión de los programas operativos, específicamente para cada órgano gestor.

En este período se ha puesto especial hincapié en dar a conocer a los beneficiarios de los programas y actuaciones las características de los programas FEDER y FSE a través de los cuales se han beneficiado de las ayudas europeas y las obligaciones que conllevan en cuanto a publicidad de dichas ayudas. En materia de comunicación los gestores demandan una guía específica de información y comunicación que contenga de manera resumida las obligaciones y recomendaciones, principalmente destinada a personas que se incorporan a la gestión durante el período de programación y a beneficiarios de los fondos.

Al inicio del período de programación se estableció la introducción de indicadores en la base de datos, tanto de realización como de resultado, válidos para el seguimiento de las actuaciones. A partir de 2010 se han aclarado metodológicamente las dudas que existían sobre los distintos conceptos, se han introducido los códigos de cada órgano gestor y se ha establecido la obligatoriedad mínima de colocar los indicadores en dos momentos del año con carácter previo a los comités de seguimiento.

En cuanto a los retos del Plan de Comunicación de los programas FEDER y FSE de Navarra que estamos analizando sí nos parece oportuno para el futuro que se detallen los retos que se pretenden con las actuaciones de manera cuantificable, principalmente los indicadores de impacto.

En el capítulo de buenas prácticas en comunicación, en el período analizado 2010- 2013, debemos resaltar que se han propuesto 11 buenas prácticas de comunicación y 8 buenas prácticas de actuaciones cofinanciadas, lo que supone en ambos casos el 73% respecto al periodo completo 2007-2013.

En el total del periodo **2007/2013** se proponen 15 buenas prácticas de comunicación, 3 de ellas, ligadas a su vez a buenas prácticas de operaciones cofinanciadas en Navarra y 11 buenas prácticas de actuaciones cofinanciadas.

A destacar en el período 2010-2013 las buenas prácticas siguientes: elaboración de la “La Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de los planes de comunicación de los POS del FEDER, Fondo de Cohesión y FSE 2007-2013”, la constitución del GERIP, creación de la Red Social de Comunicación de Navarra en 2012, la edición y divulgación de los Manuales de gestión de los PO FEDER y FSE de Navarra individualizados para cada gestor y por parte del Ayuntamiento de Pamplona la Comunicación y participación interactiva en Facebook dentro del Programa de apoyo a las pequeñas empresas del barrio de la Milagrosa, iniciativa Urbana Milagrosa.

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

De acuerdo con los objetivos planteados en el Plan de Comunicación, las medidas del presente Plan de Comunicación tienen los siguientes destinatarios:

- ▣ *Público en general.* La ciudadanía navarra será receptora de la mayor parte de las medidas del Plan, con objeto de aumentar su concienciación sobre la labor desarrollada por la Unión Europea a través de la política de cohesión y darle a conocer los programas operativos (objetivos, contenido, avances en la ejecución, resultados,...). Se ha planificado 12 medidas: principalmente difusión de los POs a través de la página Web, Día de Europa, concurso Euroscola, notas de prensa, jornadas temáticas, acto institucional de presentación de los POs, acto de presentación de los avances en la ejecución de los PO y de sus resultados, izamiento de la bandera de la UE, publicación de la lista de los beneficiarios, placas explicativas en proyectos de infraestructuras (FEDER) carteles en determinadas obras e infraestructuras (FEDER), informar a todas las partes que intervengan en las operaciones de la cofinanciación del FEDER/FSE.

Muchas de las medidas son exigencias de los reglamentos respecto a la difusión de las acciones cofinanciadas, como la publicación de la lista de beneficiarios, izamiento de la bandera o placas explicativas, estando otras encaminadas a promover el conocimiento y la concienciación de la población, como la página web, las notas de prensa, el Día de Europa y las jornadas explicativas.

- ▣ *Órganos Gestores.* Los departamentos de la administración autonómica o central responsables de gestionar las operaciones, independientemente de que las ejecuten directamente o a través de otro órgano ejecutor de naturaleza pública o privada (beneficiario), serán destinatarias de una parte de las medidas del Plan encaminadas a garantizar la transparencia en la ejecución de los programas. Son 6 las medidas planificadas. Las medidas dirigidas a los Órganos Gestores son: comunicación escrita de las obligaciones y tareas, puesta a su disposición de la documentación y materiales que faciliten su gestión, elaboración de documentos de tipo metodológico sobre procedimientos de gestión sobre los PO, apoyo y asesoramiento en sus tareas de gestión, comunicación por escrito de los cambios en la normativa, organización de jornadas formativas.

A estas acciones encaminadas a incrementar el conocimiento e información de las obligaciones de los Órganos Gestores de los fondos incluidas en el Plan de Comunicación hay que añadir la creación de la Red de Comunicación de los Programas Operativos FEDER y FSE de Navarra para facilitar la coordinación entre los gestores en el ámbito de la comunicación.

Además, se han editado manuales de instrucciones gestión y control de operaciones cofinanciadas, específicas para cada gestor en los que se incluyen las obligaciones de los gestores y beneficiarios en cuanto a información y publicidad.

☐ **Beneficiarios.** *El Plan dirige un conjunto de medidas a los órganos encargados de ejecutar las operaciones de los programas, orientadas a hacer más transparente, eficaz y eficiente la gestión de las mismas. Se han diseñado 6 medidas: comunicar por escrito su inclusión en las listas de beneficiarios, comunicación por escrito de sus obligaciones en materia gestión, seguimiento, control, información y publicidad de las operaciones de su competencia, puesta a su disposición de documentación y materiales que faciliten sus tareas de gestión, elaboración de documentos de tipo metodológico sobre los procedimientos de gestión de los fondos, apoyo y asesoramiento continuo en sus tareas de gestión, comunicación por escrito de los cambios en la normativa o en los procedimientos de gestión.*

Al igual que los gestores existen organismos beneficiarios que necesitan ser informados y cuya gestión de los fondos exigen una serie de obligaciones en cuanto a información y publicidad. Las orientaciones por el Organismo Intermedio a los gestores han incidido especialmente en la necesidad de informar a los beneficiarios de la cofinanciación de las ayudas por fondos estructurales así como las obligaciones de difusión que conllevan dichas ayudas.

☐ **Potenciales Beneficiarios.** *Los organismos y empresas, públicos o privados que, dada la naturaleza de las intervenciones incluidas en los programas, sean susceptibles de optar a la financiación comunitaria y convertirse en órganos ejecutores de las operaciones recibirán información sobre las oportunidades financieras que la Unión Europea les ofrece a través de los Fondos Estructurales, los requisitos que han de cumplir para percibir la ayuda comunitaria, y las obligaciones que habrán de asumir si finalmente son seleccionados. 3 medidas implementadas como son: edición y distribución de material divulgativo sobre los PO y las oportunidades de financiación que ofrecen a los potenciales beneficiarios, mencionar las condiciones que deben cumplirse para acceder a la financiación y por último mencionar expresamente en la convocatoria las obligaciones que conllevará la percepción de la ayuda comunitaria a los beneficiarios, en materia de gestión, seguimiento y control, evaluación, información y publicidad de las intervenciones de su competencia.*

En este sentido, se ha puesto especial hincapié en informar adecuadamente a gestores y beneficiarios de las obligaciones y tareas que deben asumir en lo que respecta a la gestión de las intervenciones de su competencia y, en especial, a la información y publicidad de dichas intervenciones. Este aspecto se considera esencial para aumentar la transparencia en la ejecución de los programas operativos y hacer más eficaz y eficiente la gestión.

Las medidas dispuestas en el Plan de Comunicación son válidas y consistentes con los objetivos enumerados en el Plan puesto que cubren todos ellos, tanto en lo que se refiere a gestores y beneficiarios como a la población general. Los avances en el período a partir del 2010 hasta la actualidad, etapa en la que se han desarrollado la mayor parte de los mismos, se refieren a la aplicación y mejora de las medidas señaladas y que serán en futuros planes mejoradas.

El equipo evaluador a la vista de las opiniones de los entrevistados realizará alguna recomendación encaminada a mejorar la comunicación tanto con gestores y beneficiarios como con la población Navarra, en el sentido de coordinar y unificar criterios a la hora de comunicar las acciones desde el Gobierno de Navarra y su Departamento de Comunicación. Así, proponemos que los responsables de comunicación del Gobierno de Navarra, formen parte de la red de comunicación de los programas operativos, dado que centralizan la mayor parte de la comunicación de los departamentos del Gobierno de Navarra con la sociedad navarra. Por otra parte, recogeremos sugerencias destinadas a divulgar materiales a los beneficiarios más resumidos en los que se haga constar sus obligaciones, dar un mayor impulso a la red de comunicación e incluir medidas específicas para llevar a cabo la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres en el lenguaje y contenidos de la comunicación al exterior de los distintos Órganos Gestores y Beneficiarios.

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

La cantidad estimada a comunicación en todo el período asciende a 598.000 euros, de los cuales el 36% FSE y el 64% FEDER. La cantidad inicial de 100.000 Euros se modificó en el Comité de Seguimiento de 2010 debido a que el montante inicial se refería sólo al que se iba a cofinanciar con fondos estructurales y sólo incluía aquello que iba a poner en marcha la propia comunidad.

En la fecha de cierre de entrada de datos se había ejecutado el 71%. El conocimiento del gasto ejecutado se debe a la introducción de los montantes financieros, lo que supone una mejora en cuanto al conocimiento de la ejecución del monto financiero.

Además, con el fin de que se apliquen de manera correcta las normas y actuaciones recogidas en el plan de comunicación, tanto la Autoridad de Gestión como el Organismo Intermedio han designado a una persona responsable en materia de información y comunicación.

En concreto en el Organismo Intermedio (GN) hay un responsable de comunicación y otros tres técnicos dedicados a la gestión de los Fondos que prestan su apoyo a las tareas de comunicación cuando es preciso. Por último otros tres técnicos se dedican principalmente a la verificación de las actuaciones, parte de las cuales corresponden a las de comunicación.

En cuanto a los Órganos Gestores la responsabilidad de las tareas de comunicación es de las personas que realizan la gestión de los fondos, si bien están coordinados por la red de comunicación de Navarra, lo que garantiza que están informados de las obligaciones a la vez que pueden expresar dudas o sugerencias.

A nivel nacional el responsable de comunicación del Organismo Intermedio de Navarra pertenece a la red de responsables de comunicación de los fondos -GERIP-. Esta red ha hecho posible que se empiece a concienciar a los gestores de la importancia de la comunicación hacia los beneficiarios y población general.

Por último, los recursos técnicos; destaca la aplicación informática para el volcado de los datos de los Indicadores de comunicación que incluye en la actualidad el montante económico de cada actuación y el código del gestor, para facilitar la comprensión de los datos.

### **3.4. Consideración del principio de igualdad de oportunidades en la estrategia de comunicación.**

La igualdad entre mujeres y hombres y la no discriminación constituyen un principio horizontal de la actividad de los Fondos Estructurales que debe ser respetado en las diferentes etapas de planificación y gestión (tal y como se indica en el artículo 16 del Reglamento (CE) Nº 1083/2006). Por ello, este principio se debe incorporar también en las medidas de información y publicidad llevadas a cabo.

Para favorecer e impulsar la integración del principio de igualdad de oportunidades hay que tener en cuenta que el Gobierno de Navarra llegó a un acuerdo el 16 de Mayo de 2011, por el que se aprobaban las instrucciones para la elaboración del informe de impacto por razón de sexo en los anteproyectos de leyes forales, los proyectos de decretos forales legislativos, los proyectos de disposiciones reglamentarias, y en los planes y programas cuya aprobación sea competencia del Gobierno de Navarra. La consideración de este principio transversal está presente desde el origen de cada actuación.

En el marco de esta situación, tanto a nivel nacional como autonómico, se están llevando a cabo actividades enfocadas a lograr la transversalidad de género con la cofinanciación europea también a niveles de comunicación y publicidad.

En el seno de la Red Nacional de Políticas de Igualdad se realizó una Guía Práctica de Comunicación con perspectiva de género en las actuaciones cofinanciadas por los Fondos Estructurales y el Fondo de Cohesión. Esta guía se ha difundido en diferentes cursos y seminarios y se ha recordado su utilización en diversas comunicaciones.

En cuanto a las medidas de difusión y comunicación utilizadas en el marco de los Programas Operativos del FEDER y FSE en la Comunidad Foral de Navarra 2007-2013, se puede decir que, en general, se incorpora el principio de igualdad de oportunidades. Se observa cómo las medidas emprendidas cuidan la utilización de un lenguaje inclusivo y no sexista a través de la utilización de términos genéricos así como el grafismo, mostrando imágenes que refuerzan la igualdad de género.

El equipo evaluador determina que el Principio de Igualdad de Oportunidades está contemplado dentro de la estrategia emprendida del Plan de Comunicación de la Comunidad Foral de Navarra, sin embargo, se recomienda que el Plan de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER y del FSE de la Comunidad Foral de Navarra para el próximo periodo aparezcan más claros y detallados los objetivos en referencia al principio de igualdad de oportunidades .

## **4. ANÁLISIS DE LAS APLICACIÓN DE LAS MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD.**

### **4.1. Avances en la ejecución de las medidas.**

El Plan de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER y del FSE de Navarra 2007-2013 establece de 27 medidas de información y publicidad, clasificadas en función del público destinatario, Órganos Gestores y ejecutores de los programas, Beneficiarios y potenciales Beneficiarios de la ayuda de los fondos y a la ciudadanía navarra en general.

Las medidas dirigidas al público en general son 12:

1. Difusión de los PO a través de la página web del Europe Direct del Gobierno de Navarra y de las páginas web de las autoridades de gestión.
2. Celebración de actos con motivo del Día de Europa.
3. Celebración del concurso "Euroscola".
4. Elaboración y envío de notas de prensa periódicas a los principales medios de comunicación regionales.
5. Organización de jornadas temáticas sobre aspectos vinculados a los Fondos Estructurales.
6. Organización de un acto institucional de presentación de los PO.
7. Organización de un acto anual de presentación de los avances en la ejecución de los PO y de sus resultados.
8. Izamiento de la bandera de la UE durante una semana a partir del Día de Europa.
9. Publicación electrónica de la lista de beneficiarios, operaciones y fondos públicos asignados a cada operación, de conformidad con el art.7.2.d) del Reglamento de Aplicación.
10. Colocación de placas explicativas permanentes en determinados proyectos de infraestructuras y construcción (FEDER), de conformidad con el art.8 del Reglamento de Aplicación.
11. Colocación de carteles en los enclaves de determinados proyectos de infraestructuras y construcción (FEDER), de conformidad con el art.8 del Reglamento de Aplicación.
12. Información, a todas las partes que intervengan en las operaciones, de la cofinanciación del FEDER/FSE.

Las medidas dirigidas a los Órganos Gestores son 6:

13. Comunicación escrita a los Órganos Gestores de las obligaciones y tareas que se le atribuyen en el marco de los PO.
14. Puesta a disposición de los órganos gestores de documentación y materiales que faciliten sus tareas de gestión.
15. Elaboración de documentos de tipo metodológico sobre los procedimientos de gestión de los PO.
16. Apoyo y asesoramiento continuo a los Órganos Gestores en sus tareas de gestión.
17. Comunicación por escrito a los Órganos Gestores de los cambios en la normativa o en los procedimientos de gestión de los PO.
18. Organización de jornadas formativas dirigidas a los Órganos Gestores de los PO.

Las medidas dirigidas a los beneficiarios son 6:

19. Comunicación por escrito a los beneficiarios de su inclusión en la publicación de la lista de beneficiarios y operaciones de conformidad con el art.7.2.d) del Reglamento de Aplicación.
20. Comunicación por escrito a los beneficiarios de sus obligaciones en materia de gestión, seguimiento, control, evaluación, información y publicidad de las operaciones de los PO de su competencia.
21. Puesta a disposición de los beneficiarios de documentación y materiales que faciliten sus tareas de gestión.
22. Elaboración de documentos de tipo metodológico sobre los procedimientos de gestión de los Fondos y los PO.
23. Apoyo y asesoramiento continuo a los beneficiarios en sus tareas de gestión.
24. Comunicación por escrito a los beneficiarios de los cambios en la normativa o en los procedimientos de gestión de los programas.

Las medidas dirigidas a los órganos potenciales beneficiarios son tres:

25. Edición y distribución de material divulgativo sobre los PO y las oportunidades de financiación que ofrecen a los potenciales beneficiarios.
26. Mención expresa en las convocatorias de: las condiciones que deben cumplirse para acceder a la financiación; los procedimientos de examen de las solicitudes y sus tiempos; los criterios de selección de operaciones; los contactos que pueden ofrecer información adicional sobre los PO; y la publicación prevista en el art.7.2.d) del Reglamento de Aplicación.
27. Mención expresa en las convocatorias de las obligaciones que conllevará la percepción de la ayuda comunitaria a los beneficiarios, en materia de gestión, seguimiento, control, evaluación, información y publicidad de las intervenciones de su competencia.

Todas las actuaciones de información y publicidad han sido puestas en marcha. Una de las formas de medir el grado de avance en la ejecución de las medidas de información y publicidad se realiza a través del análisis de indicadores de las medidas programadas. Dichos indicadores se clasifican en dos tipos, de realización y de resultado, en función de si quieren medir la ejecución física a corto plazo o bien su repercusión en el público objetivo.

Por otra parte, se han reprogramado los objetivos de los indicadores en 2 ocasiones, se modificaron al alza los números 1 actividades y actos públicos y 6 documentación interna distribuida en 2009 y 2012 y se elevaron las previsiones de los indicadores 2 nº de acciones de difusión y 5 nº de soportes publicitarios en 2012.

El resultado de estos indicadores y especialmente *actividades y actos públicos* y *documentación interna distribuida* reflejan por un lado, el esfuerzo realizado en informar a unidades gestoras, potenciales beneficiarios y público en general, y por otro lado quizás una programación excesivamente conservadora.

A continuación, se muestran los valores de los indicadores de realización y resultado en el periodo 2010-2013.

**TABLA 1. Informe Global del Plan de Comunicación en Navarra de los PO FEDER y FSE desde el 01/01/2010 hasta el 10/09/2013.**

Tipo	Indicador	Indicador			Indicador	Indicador			Montante estimado
		Programación	Ejecución	%		Programación	Ejecución	%	
Actividad	realización				Resultado				
1	Nº actividades y actos públicos	270	141	52,2%	Nº de asistentes	75.000	3.408	4,5%	127.079
2	Nº de acciones de difusión	240	207	86,2%					15.936
3	Nº de publicaciones externas realizadas	80	67	83,8%	% publicaciones distribuidas / editadas	100%	98,2%		52.110
					Nº puntos de distribución	108	59	54,6%	
4	Nº de páginas Web	3	3	100%	Nº de Visitas	400.000	128.186	32%	3.540
5	Nº de soportes publicitarios	220	169	76,8%					21.463
6	Nº de documentación interna distribuida	180	96	53,3%	% de organismos cubiertos	100%	100%		6.498
7	Nº de redes de información y publicidad	5	5	100%	Nº reuniones	85	35	41,2%	4.368
					Nº asistentes	120	107	89,3%	
Datos Ejecución por realización de indicadores desde el <b>01/01/2010</b> hasta el <b>10/09/2013</b>									

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

Nota: La fecha de descarga de la información fue el 18 de Septiembre de 2013.

En este cuadro se detallan las acciones realizadas desde la evaluación intermedia, es decir de 2010 a 2013, correspondiendo a este periodo los datos que se incluyen. Posteriormente se expone en otro cuadro el resultado de todo el periodo de programación 2007-2013.

Como puede observarse, el avance en la ejecución de algunas de las actividades en el periodo 2010-2013 es importante, destacando aquellas que en el primer periodo de evaluación 2007-2010 habían quedado más retrasadas en su ejecución como son el nº de acciones de difusión, el nº publicaciones externas y el nº de soportes publicitarios.

La actuación nº de redes de información y publicidad se completa en este periodo, junto a la finalizada en el periodo anterior nº de páginas web, obtendríamos en ambas el cumplimiento del objetivo del 100%.

Respecto a las **actividades y actos públicos**, señalar que este indicador se ha reprogramado en 2 ocasiones, la primera en 2009 y posteriormente en 2012 como consecuencia del gran impulso dado a la actividad en este periodo.

Se han celebrado 141 eventos, el 52,2% de los previstos para todo el período, muchos de ellos han sido actos dirigidos en mayor medida a técnicos, responsables y personas implicadas en los programas y acciones determinadas y no al público general, destinatarios principales del periodo 2007-2010, en el que se alcanzó un 67,1% de ejecución.

El número de asistentes a estas actividades y actos públicos ha sido de 3.408 personas, el 4,5% de las programadas, cifra muy inferior a la del periodo 2007-2010 de 56.161 personas, el 75% del total programado. En la primera parte del periodo 2007-2010 las actividades fueron dirigidas en mayor medida al público en general mientras que a partir del año 2010 se celebraron actos dirigidos a públicos específicos.

El contenido de las actividades y actos públicos han sido principalmente actos inaugurales y de clausura, recepciones, jornadas técnicas, cursos de gestión y formación, foros y reuniones.

La mayor parte de estos eventos los han organizado la DGFC con un total de 56, el 21% y la Comunidad Foral de Navarra con 45 actos y un 17%, el FSE ha participado con 24 actos, 9%. El resto de organismos, ICEX con la presencia de stands en ferias, Ayuntamiento de Pamplona con las jornadas de presentación de sus iniciativas y Red.es con una jornada de empresas en red han contribuido en menor medida.

En cuanto al público asistente a las actividades y actos organizados por la CF de Navarra, el número total es de 2.611 personas, que suponen un 3,5% del total, al ser un público más selectivo.

Respecto a las **acciones de difusión**, el indicador también fue reprogramado en 2012 como consecuencia del nivel de realización alcanzado. El avance en la ejecución de la actividad puede considerarse muy satisfactorio, el número de acciones de difusión a partir de 2010 asciende a 207, el 86,2% del valor programado para todo el período y superior al periodo 2007-2010 en el que se ejecutó el 36%.

La mayor parte de estas actuaciones ha correspondido a la Comunidad Foral de Navarra 131 (55%), siendo principalmente publicaciones en la página web y Boletín Oficial de Navarra de convocatorias, actos, acciones cofinanciadas, noticias, etc. El resto de organismos, DGFC y FSE con la publicación de notas de prensa, Ayuntamiento de Pamplona, ICEX, Red.es y la DGIC han contribuido en menor medida.

En cuanto a las **publicaciones externas realizadas**, se han realizado 67 publicaciones, el 84% de todo el periodo programado, por lo que puede decirse que el avance en la ejecución es muy satisfactorio. Es un indicador que no ha sido reprogramado en ninguna ocasión y que se impulsa principalmente en esta segunda parte del periodo, (en el periodo 2007/2010 el porcentaje ejecutado fue del 14%). Los organismos que en mayor medida han participado en este periodo han sido el ICEX con la edición principalmente de catálogos expositores de ferias y la Comunidad Foral de Navarra con la edición de trípticos y folletos de operaciones de acciones cofinanciadas en un 26% y 25% respectivamente, el FSE en un 23% y el resto de organismos como la DGFC, Red.es y el Ayuntamiento de Pamplona en menor medida.

Los valores conseguidos en los indicadores de resultados de esta acción, confirman la implicación de los organismos en la distribución del material elaborado. La práctica totalidad de los ejemplares editados 98% se ha hecho llegar a sus destinatarios, porcentaje igual al periodo 2007-2010. Para ello, los puntos de distribución empleados han sido 59, algo más de la mitad de los programados (54,6%), e idéntico número al que se refleja en 2010, por lo que al no incrementarse el indicador en este periodo, todo parece indicar que difícilmente llegará a cumplirse el objetivo al final del periodo.

De los 59 puntos de distribución, 24 (22%) corresponden a la DGFC, 15 (14 %) al Ayuntamiento de Pamplona, 10 (9%) a la CFN y 7 (6%) el FSE entre otros.

Las 3 **páginas web** programadas inicialmente se realizaron en el periodo 2007-2010 por lo que el objetivo estaría cumplido al 100%. La DGFC, la UAFSE y la CFN son los organismos creadores de estas páginas, con constantes actualizaciones de contenidos.

La cobertura anual alcanzada por término medio es de 128.186 visitas, el 32% de las previstas para todo el periodo y muy por debajo de la media alcanzada en la primera mitad del periodo del 97%, por lo que parece ser insuficiente para conseguir el objetivo de 400.000 visitas anuales que se ha fijado para el conjunto del período. El menor nº de visitas del periodo actual viene motivado por un descenso acusado en el nº de visitas a la página web info-point-europa de la CFN. Al comienzo de la actividad existía una página muy completa gestionada por una oficina de información europea, la página se actualizaba constantemente, recibía información directa de Europa y material publicitario. Después de varios años la oficina cerró y la información de Europa pasó a estar en una web donde el apartado de la UE es menos accesible. Para futuras actuaciones se propone la mejora de hacerla más visible y con más contenidos.

El indicador de **número de soportes publicitarios** se reprogramó en 2012 como consecuencia del avanzado nivel de ejecución en ese momento. El periodo actual recoge el mayor número de acciones realizadas, 169 de las 220 (el 77%), frente al 21% del periodo 2007-2010. Los soportes principales han sido vallas publicitarias, carteles, placas, pegatinas.

El ICEX es el organismo que mayoritariamente (41%) las ha ejecutado, seguido de la CFN el 13%, el Ayuntamiento de Pamplona 8%, la UAFSE 7%, la DGFC 5% y otros organismos 2%.

Informe de Evaluación final del Plan de Comunicación de los PO FEDER Y FSE 2007-2013 de la Comunidad Foral de Navarra

El indicador **nº de documentación interna distribuida** se refiere a los documentos distribuidos a los organismos gestores y beneficiarios de las ayudas comunitarias con el fin de conseguir la máxima información y transparencia de las actuaciones a cofinanciar. Se ha reprogramado en 2 ocasiones, 2009 y 2012 como consecuencia del impulso dado a la actividad y por lo tanto del nivel de realización alcanzado. En el periodo inicial 2007-2010 se realizó una importante labor en este sentido con la distribución de 110 documentos y el 71% ejecutado. En el periodo actual se han distribuido 96 documentos, el 53% de total.

El compromiso del Organismo Intermedio y las autoridades de gestión ha sido muy destacado, elaborando y haciendo llegar diversos documentos de trabajo a todos los participantes en el proceso de la aplicación de los fondos. La CFN con un 22% y la DGFC con una 20%, han sido las principales responsables de la elaboración de informes, guías, instrucciones, recomendaciones, presentaciones y demás documentación que se ha hecho llegar a los destinatarios.

Respecto a la cobertura lograda de organismos que han accedido a dicha información, la valoración es totalmente positiva, puesto que toda la documentación ha llegado a todos los destinatarios a los que se dirigía 100%, porcentaje similar (99%) al periodo inicial 2007-2010.

Por último, el indicador de **número de redes existentes de información y publicidad** es de 5, por lo que el objetivo estaría cumplido al 100%. En noviembre de 2012 se creó una red de ámbito regional, la Red de Comunicación de los Programas Operativos FEDER y FSE de Navarra. A esta se suman las ya operativas en el anterior periodo del GERIP y GRECO-AGE en el ámbito nacional e INFORM e INIO en el internacional.

Desde 2010 y hasta la fecha, entre todas las redes de comunicación, se han celebrado 35 reuniones con una asistencia media de 107 personas, el 41% y el 89% respectivamente de lo programado para todo el periodo. Inicialmente, de 2007 a 2010 se celebraron similar número de reuniones 40 (47% del total programado) con menor asistencia media, 91 personas (76%).

A continuación se muestran los valores de los indicadores de realización y resultado en el periodo 2007-2013.

**TABLA 2. Informe Global del Plan de Comunicación en Navarra de los PO FEDER y FSE desde el 01/01/2007 hasta el 10/09/2013.**

Tipo	Indicador	Progra mación	Ejecución	%	Indicador	Program ación	Ejecución	%	Montante estimado
Actividad	realización				Resultado				
1	Nº actividades y actos públicos	270	262	97%	Nº de asistentes	75.000	50.003	66,7%	319.533
2	Nº de acciones de difusión	240	242	100,8%					16.136
3	Nº de publicaciones externas realizadas	80	83	103,8%	% publicaciones distribuidas / editadas	100%	97,8%		59.541
					Nº puntos de distribución	108	59	54,6%	
4	Nº de páginas Web	3	3	100%	Nº de Visitas	400.000	191.376	47,8%	3.976
5	Nº de soportes publicitarios	220	212	96,4%					35.458
6	Nº de documentación interna distribuida	180	180	100%	% de organismos cubiertos	100%	100%		6.551
7	Nº de redes de información y publicidad	5	5	100%	Nº reuniones	85	70	82,4%	11.014
					Nº asistentes	120	101	84,3%	
Datos Ejecución por realización de indicadores desde el <b>01/01/2007</b> hasta el <b>10/09/2013</b>									

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

Nota: La fecha de descarga de la información fue el 18 de Septiembre de 2013

La **valoración global** de la ejecución de los indicadores de realización es altamente **positiva** teniendo en cuenta el nivel de realización de los objetivos programados. De los 7 indicadores, 5 se han ejecutado al 100% y los 2 restantes están cerca de alcanzarlo, por lo que podemos afirmar que el cumplimiento de los objetivos programados para todo el periodo se realizará sin ningún problema.

En cuanto a los indicadores de resultado, es previsible que algunos de ellos no van a alcanzar los objetivos marcados. En la primera mitad del periodo programado se obtienen datos en línea con lo previsto o incluso superior, sin embargo en la segunda parte del periodo se obtienen cifras inferiores a las esperadas.

Por otra parte, y para realizar una correcta evaluación, hay que tener en cuenta las reprogramaciones realizadas a 4 de los 7 indicadores en 2 ocasiones, reflejando por un lado el esfuerzo realizado en la ejecución, pero también una programación excesivamente conservadora.

Más concretamente, y respecto a las **actividades y actos públicos**, se han celebrado 262 de los 270 eventos previstos (97%), por lo que es previsible el cumplimiento del objetivo.

La mayor parte de estos actos los han organizado la DGFC con un total de 123, el 46% y la Comunidad Foral de Navarra con 81 actos y un 30%. El FSE ha participado con 36 actos, 13% y el resto de organismos, Ayuntamiento de Pamplona, ICEX y Red.es con el 9% restante. Las actividades han consistido en jornadas, actos institucionales, celebraciones del comité de seguimiento, foros, ferias y reuniones destacando entre otras por su nivel de participación, la celebración del día de Europa con la iluminación en azul durante una semana de monumentos y fuentes participando cerca de 14.000 personas, la colocación de un stand de la Unión Europea en la Feria Navarra de Turismo con una participación de 6500 personas, dos partidos de balonmano del Portland e Itxako con reparto de balones de Europa y exaltación de la bandera y el himno de Europa con una participación de 5000 personas y una exposición itinerante "Europa una realidad construida por todos" con una participación igualmente de 5000.

El número de asistentes ha sido de 50.003 personas. En la evaluación intermedia refleja un nº de asistentes de 56.161 personas, cifra superior a la de todo el periodo 2007/2013. Esta diferencia es debida a correcciones posteriores ocasionadas por las dificultades iniciales en el volcado e interpretación de datos. El dato final supone el 67% de lo programado, muchos de ellos participaron al inicio del periodo de programación, siendo la población el principal destinatario de los actos públicos celebrados.

En cuanto a las posibilidades de alcanzar el objetivo de este indicador de resultado y ante la próxima finalización de la ejecución de los programas en el periodo 2007/2013, se estima que probablemente haya dificultades en cumplirlo, motivado fundamentalmente por la baja cifra alcanzada en el periodo 2010/2013 al tratarse de actos celebrados a públicos específicos y por tanto de menor dimensión.

El número de **acciones de difusión** es de 242, están realizadas incluso por encima de las programadas en un 100,8%. La mayoría se han efectuado desde la Comunidad Foral de Navarra 152 (63%), siendo principalmente publicaciones en la página web y Boletín Oficial de Navarra de convocatorias, actos, acciones cofinanciadas, noticias, etc. El resto de organismos, DGFC y FSE con la publicación de notas de prensa, Ayuntamiento de Pamplona, ICEX, Red.es y la DGIC han contribuido también en su realización.

En cuanto a las **publicaciones externas realizadas**, se han realizado 83 publicaciones, tres por encima de las programadas, el 103,8%. Es uno de los tres indicadores que no ha sido reprogramado, por lo que se valora muy positivamente el estudio y la planificación realizada en el establecimiento del objetivo. Se impulsa principalmente en la segunda mitad del periodo con la edición de material publicitario de las acciones cofinanciadas.

Los organismos que en mayor medida han participado han sido la Comunidad Foral de Navarra (31%) con la edición de trípticos y folletos de operaciones de acciones cofinanciadas, el FSE (30%) con la edición de informes y libros y el ICEX (26%) con la edición principalmente de catálogos expositores de ferias. En menor medida pero no por ello menos importantes han sido las ediciones de documentos de programación regional y la revista anual Infondo por parte de la DGFC 10%.

Los valores conseguidos en los indicadores de resultados de esta acción, indican la implicación de los organismos en la distribución del material elaborado. La práctica totalidad de los ejemplares editados 97,8% se ha hecho llegar a sus destinatarios. Para ello, los puntos de distribución empleados han sido 59, el 55% de los programados e idéntico número al que se refleja en la evaluación intermedia, por lo que al no incrementarse el indicador en este periodo, todo parece indicar que difícilmente llegará a cumplirse el objetivo al final del periodo.

De los 59 puntos de distribución, 24 (22%) corresponden a la DGFC, 15 (14 %) al Ayuntamiento de Pamplona, 10 (9%) a la CFN y 7 (6%) al FSE. El ICEX, Red.es y la Subdirección General de Fondos Europeos para la Investigación - D. G. de Innov. y Competitividad cuentan con un punto de distribución cada uno de ellos.

Las **páginas web** es uno de los tres indicadores que no ha sido reprogramado. Se han creado las 3 páginas web previstas en el periodo, por lo que el objetivo estaría cumplido al 100%. La DGFC, la UAFSE y la CFN son los organismos creadores de estas páginas, con constantes actualizaciones de contenidos.

La cobertura anual alcanzada por término medio es de 191.376 visitas, el 47,8% de las previstas. El alto nº medio de visitas alcanzado hasta 2009 (la evaluación intermedia marcaba un porcentaje de ejecución de 96,6%) desciende considerablemente en los sucesivos años (en el periodo 2010/2013 es del 32%), por lo que no parece probable conseguir el objetivo de 400.000 visitas anuales que se ha fijado para el conjunto del período. El menor nº de visitas viene motivado, por un descenso acusado en el nº de visitas a la página web que gestiona la CFN y que ya ha quedado explicado en el apartado del Informe Global del periodo 2010/2013.

El indicador de **número de soportes publicitarios** es de 212 (96,4%), por lo que es previsible el cumplimiento del objetivo. Estos últimos años recogen el mayor número de acciones realizadas, consistentes principalmente en la instalación de vallas publicitarias, carteles, placas, pegatinas y otros soportes. El ICEX es el organismo que mayoritariamente (46%) las ha ejecutado, seguido de la UAFSE 19%, la CFN 16%, el Ayuntamiento de Pamplona 8%, la DGFC 6% y otros organismos 2%.

El indicador **nº de documentación interna distribuida** refleja la distribución de 180 documentos, el 100% de total programado. El compromiso del Organismo Intermedio y las autoridades de gestión ha sido muy destacado desde el inicio, haciendo llegar durante todo el periodo documentos que faciliten el trabajo de todos los participantes en el proceso de la aplicación de los Fondos. La DGFC con una 53%, la CFN con un 23% y la UAFSE con un 19%, han sido las principales responsables de la elaboración de informes, guías, instrucciones, recomendaciones, presentaciones y demás documentación que se ha hecho llegar a los destinatarios.

Respecto a la cobertura lograda de organismos que han accedido a dicha información, la valoración es totalmente positiva, puesto que toda la documentación ha llegado a todos los destinatarios a los que se dirigía (100%).

Por último, el **número de redes existentes de información y publicidad** es el tercer y último indicador que no ha sido reprogramado en el periodo. Se han creado 5 redes de comunicación, GERIP y GRECO-AGE en el ámbito nacional, INFORM e INIO en el ámbito internacional y la Red de Comunicación de los Programas Operativos FEDER y FSE de Navarra en el ámbito regional por lo que el objetivo estaría cumplido al 100%.

Los indicadores de resultado de esta acción, hasta la fecha, establecen la realización de 70 reuniones con una asistencia media de 101 personas, el 82% de las reuniones y el 84% de los asistentes programados para todo el periodo, por lo tanto, las posibilidades de alcanzar los objetivos y ante la próxima finalización en la ejecución de los programas en el periodo 2007/2013, se estima que quizá haya alguna dificultad en cumplirlos motivado fundamentalmente por el retraso en la creación y puesta en marcha de la red de comunicación regional.

En resumen, podemos indicar que la valoración de las actividades realizadas en el Plan de Comunicación de los PO FEDER y FSE es altamente satisfactoria, como lo demuestran los indicadores de realización con cumplimientos de objetivos del 100% o similares, si bien hay que añadir que los valores alcanzados finalmente por encima de los programados en varios indicadores y las dos reprogramaciones realizadas durante la ejecución de los P.O., indican un exceso de prudencia inicial que nos dan pistas para próximas programaciones.

En cuanto a los indicadores de resultado, la valoración es desigual, dos de ellos se han cumplido, otros 2 han alcanzado valores de ejecución importantes sin llegar probablemente a completarse (en torno al 80%), dos más se mueven en porcentajes de ejecución media entre el 55% -puntos de distribución de las publicaciones externas- y el 67% -asistentes a actos públicos- y el último con un valor escaso del 48% -número de visitas a las páginas Web-.

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

El Reglamento 1828/2006 (CE) establece en el artículo 4.2 que los informes anuales de ejecución de un programa operativo a los que se refiere el artículo 67 del Reglamento (CE) nº 1083/2006 incluirán:

- a) Ejemplos de medidas de información y publicidad del programa operativo llevadas a cabo en el marco de aplicación del plan de comunicación.
- b) Las disposiciones relativas a las medidas de información y publicidad a las que se refiere el artículo 7, apartado 2, letra d), (publicación electrónica o por otros medios de la lista de beneficiarios, los nombres de las operaciones y la cantidad de fondos públicos asignada a las operaciones), incluida en su caso, la dirección electrónica en la que pueden encontrarse los datos en cuestión.
- c) El contenido de cualquier modificación importante del plan de Comunicación.

En los siguientes informes anuales de ejecución 2010, 2011 y 2012 de los PO FEDER y FSE se elabora un epígrafe específico de Información y Publicidad en el que se da información del avance en la ejecución del plan general de comunicación, se describen actuaciones de comunicación realizadas y se presentan ejemplos de casos de buenas prácticas.

Más concretamente, los **Informes Anuales de Ejecución FEDER y FSE 2010, 2011 y 2012** incluyen la siguiente información:

- Número de actividades realizadas en el año y en el periodo acumulado desde el inicio de la programación, a través de informes del estado de ejecución del programa (indicadores de realización y resultado).
- Descripción de las actuaciones concretas de comunicación llevadas a cabo por las distintas autoridades de gestión y organismos intermedios con ejemplos gráficos.
- Presentación de ejemplos de Buenas Prácticas en materia de comunicación siguiendo los criterios que se establecen en la Guía para el Seguimiento y la Evaluación de los Planes de Comunicación y que se publican en las páginas web de la Dirección General de Fondos Comunitarios.
- Información del cumplimiento de las obligaciones que las autoridades de gestión de los programas operativos tienen en materia de comunicación de acuerdo al artículo 7 del Reglamento (CE) 1828/2006:
  - Inclusión de la lista de beneficiarios de los programas operativos en la página web de las autoridades de gestión de los programas operativos, a medida que la información está disponible en la aplicación FONDOS 2007 y FSE 2007.
  - Celebración del día de Europa mediante el acto de izado de la bandera europea delante de la sedes de las autoridades de gestión de los programas FEDER y FSE, permaneciendo izada durante una semana.
  - Celebración de actividades informativas anuales importantes por parte de las autoridades de gestión, de acuerdo con lo establecido en el plan de comunicación, en la que se presenten los logros del programa o programas operativos, incluidos, en su caso, los proyectos importantes: Acto Anual de Política Regional y Fondos Europeos en España y Foro del FSE.

#### Además, el **Informe Anual de Ejecución FEDER y FSE 2010:**

- Incluye un capítulo con la evaluación llevada a cabo por un equipo externo del Plan de Comunicación en el periodo 1/1/2007 y 31/3/2010 según lo establece el artículo 4 apartado 2 del Reglamento 1828/2006 (CE).
- Presenta la modificación del montante estimado destinado a la comunicación que aparece en el documento inicial del Plan de Comunicación.

#### **El Informe Anual de Ejecución FEDER y FSE 2011:**

- Menciona el hecho de que en las actuaciones de comunicación llevadas a cabo durante el año, ya se han empezado a tomar en cuenta las recomendaciones realizadas en la Evaluación Intermedia.

#### **El Informe Anual de Ejecución FEDER y FSE 2012:**

- Informa de que a la hora de planificar las actuaciones de comunicación del año 2012, se han tenido en cuenta las recomendaciones realizadas en la evaluación intermedia.
- Informa de la creación de la Red de Comunicación de los Programas Operativos a nivel de la Comunidad Foral de Navarra con el fin de favorecer el entendimiento entre la totalidad de personas implicadas en el Plan de Comunicación, siguiendo la recomendación del equipo de evaluación intermedia realizado en 2010.
- Presenta la decisión de elevar la programación de los indicadores de realización números 1,2,5 y 6 como consecuencia del avanzado estado de ejecución en el periodo de programación.

#### La **valoración del periodo 2010-2013** que se realiza es la siguiente:

- La información recogida en los Informes Anuales de Ejecución 2010, 2011 y 2012 cumplen con el artículo 4.2 del Reglamento (CE) Nº1828/2006 en cuanto a información y publicidad se refiere.
- Incluyen información muy completa sobre las actividades realizadas con un importante apoyo gráfico.
- Las obligaciones generales que las autoridades de gestión deben asumir quedan perfectamente detalladas e igualmente documentadas con material gráfico.
- Se informa del contenido de cualquier modificación importante del Plan de Comunicación.
- Se concede una gran importancia a las buenas prácticas, describiéndolas con detalle, acompañadas de material gráfico y defendiendo su propuesta con los criterios establecidos.

#### En cuanto a la **valoración global del periodo 2007-2013:**

- La información recogida en los Informes Anuales de Ejecución 2007 a 2012 cumplen con el reglamento comunitario en cuanto a información y publicidad se refiere (para el periodo 2007-2009 lo constata la evaluación intermedia realizada en 2010).
- El contenido de los informes evoluciona de manera muy positiva. A partir de 2009 incluyen información detallada sobre las actividades de comunicación realizadas.
- También es a partir de 2009 cuando se comienza a dar importancia a las buenas prácticas en comunicación, presentándose anualmente ejemplos que cumplen con los criterios que establece la Guía General de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación.

### 4.3. Repercusión de los sistemas de seguimiento en la calidad de la ejecución de las medidas.

La gestión y ejecución de los programas operativos y más concretamente del plan de comunicación requiere el establecimiento de procedimientos adecuados que recojan y apliquen correctamente las disposiciones reglamentarias en materia de información y publicidad, la implantación de mecanismos que permitan la realización de las tareas de gestión y control ordinario, la revisión interna y la mejora continua.

El conocimiento de los procesos en la puesta en marcha y aplicación de los programas operativos y del plan de comunicación pueden ayudar a identificar factores de éxito u obstáculos que permiten comprender los niveles de realización alcanzados, así como los resultados e impactos globales.

Conforme a las indicaciones de la Guía Metodológica, se realiza un análisis de diferentes aspectos relacionados con los sistemas de seguimiento de los programas operativos.

#### En el periodo 2010-2013.

- *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:*

Las autoridades de gestión y los organismos intermedios continúan realizando tareas de asesoramiento e información, más concretamente, en este periodo se han realizado presentaciones sobre la Red Sectorial de Políticas de IDi financiadas y sobre Criterios de Buenas Prácticas de Actuaciones Cofinanciadas con Fondos Europeos para el Acto Anual sobre Política Regional y Fondos Europeos 2011 y ha enviado instrucciones relativas al uso de la Aplicación Informática Fondos 2007 a todos los organismos intermedios y beneficiarios.

De igual manera, el Servicio de Proyección Internacional ha asesorado y enviado instrucciones específicas y personalizadas a los órganos encargados de la gestión y ejecución de las actuaciones, facilitando la aplicación de las normas en publicidad y comunicación. También se han organizado cursos y talleres varios sobre gestión de proyectos europeos, procesos de control y certificación, presentación de proyectos y política europea, estas jornadas son excelentes ocasiones para intercambiar experiencias y puntos de vista entre participantes en distintos proyectos y regiones.

La mayor parte de la información que puedan requerir los agentes implicados y público en general está visible en la página Web del Gobierno de Navarra, información sobre los programas operativos FEDER Y FSE, criterios de selección, informes anuales, comunicación (Plan de Comunicación de Navarra, Guía de Seguimiento y Evaluación, Manual Práctico de Comunicación, Informe de Evaluación Intermedia e información sobre redes de comunicación y buenas prácticas), normativas, jornadas y eventos.

Las entrevistas realizadas a gestores de los programas operativos, reflejan relaciones fluidas con el Servicio de Proyección Internacional del Organismo, constatando el apoyo y asesoramiento continuo ante cualquier duda o consulta. Muchos de ellos utilizan textos y formatos estándar que han recibido en las instrucciones personalizadas.

- *Disposición de manuales específicos de gestión, seguimiento, control, evaluación e información y publicidad por parte de las autoridades de gestión, organismos intermedios y beneficiarios, así como la elaboración de instrucciones, orientaciones con la finalidad de garantizar la información y transparencia:*

A lo largo del año 2010 se han ido superando las dificultades iniciales de la puesta en marcha de los procedimientos reglamentarios. Las autoridades de gestión y los organismos intermedios, han terminado de implementar sus procedimientos de gestión y control, de acuerdo con sus propias descripciones y manuales de procedimiento, evaluados por la Intervención General de la Administración del Estado, y con las recomendaciones formuladas por ésta, por la Autoridad de Gestión y por la Comisión Europea.

La Dirección General de Fondos Comunitarios edita en diciembre de 2010 un breve manual recopilatorio de cuestiones de tipo práctico en materia de comunicación, muy útil y práctico que recoge los aspectos más relevantes de las acciones de información y publicidad relacionadas con las actuaciones cofinanciadas.

La Dirección General de Desarrollo Internacional de Gobierno de Navarra edita los *Manuales de Instrucciones de Gestión y Control de operaciones cofinanciadas*, con un apartado específico de comunicación y asociados a una aplicación informática. Estos manuales están dirigidos a las Unidades Gestoras del FEDER y FSE de la Comunidad Foral de Navarra con el fin de ayudar a desarrollar los sistemas de gestión y control de los programas operativos, de forma que faciliten la gestión de los mismos y además, garantizar el conocimiento de sus obligaciones pudiendo realizar el seguimiento de una manera sencilla. Los manuales están personalizados para cada una de las unidades gestoras, y además en el momento de su distribución estuvieron asociados a jornadas formativas en su manejo.

Específicamente, la Dirección General de Desarrollo Internacional de Gobierno de Navarra edita un tríptico del *Manual Práctico de Comunicación* donde se detallan las obligaciones en materia de Información y Publicidad, y más concretamente las responsabilidades de las autoridades de gestión, gestores y beneficiarios. El documento se puede consultar en la página web del Gobierno de Navarra.

En las entrevistas realizadas y cuestionarios cumplimentados por los Órganos Gestores del programa, todos ellos declaran conocer el Plan de Comunicación, algunos de forma básica y principalmente lo que a cada uno le afecta. La mayoría sigue las instrucciones que de manera personal les envían desde el Organismo Intermedio. A pesar del esfuerzo y seguimiento que realiza el Servicio de Proyección Internacional en transmitir la información personalizada, algunos de ellos dicen no conocer la existencia de manuales específicos (8%) y creen que les falta información.

Es un hecho que el cambio de personas que participa y gestiona las actuaciones es un factor a tener en cuenta, por lo que sería deseable garantizar de alguna manera que el nuevo gestor cuente con toda la información necesaria disponible al inicio de su gestión, en este sentido la participación en la red local ofrece la posibilidad de iniciarse o mantenerse informado de manera práctica y efectiva, intercambiar ideas y elaborar líneas de trabajo en equipo.

- *Calidad de los procedimientos establecidos:*

La realización de manuales específicos y el envío de instrucciones personalizadas, por adelantado a la puesta en marcha de la acción en muchas ocasiones, han permitido elevar el nivel de cumplimiento de las medidas en materia de información y publicidad. El proceso de control que se realiza siempre posteriormente verifica la correcta realización o en su caso, se aportan soluciones que permitan subsanar los errores detectados.

Aunque esta práctica es positiva tal y como se viene realizando, quizás convendría intentar aumentar el nivel de concienciación de los gestores en incrementar el nivel de conocimiento de sus obligaciones, en la medida en que su incumplimiento puede afectar al desarrollo adecuado de la acción.

La información aportada por los indicadores diseñados sigue siendo de gran importancia en el seguimiento que se realiza a las actividades de información y publicidad. Respecto a los indicadores de realización y resultado, las dificultades de interpretación de alguno de ellos en los primeros momentos de puesta en práctica, han ocasionado correcciones posteriores, solventándose de manera positiva, reforzando el sistema de detección y control de datos y el conocimiento de la aplicación a largo plazo.

En cuanto a la programación de indicadores, se realiza una nueva reprogramación en 2012 elevando las previsiones de 4 de ellos como consecuencia del gran impulso dado a las actividades de comunicación en general.

Las evaluaciones realizadas miden los indicadores de impacto a través de entrevistas a Órganos Gestores, Beneficiarios y población en general.

- *Asignación y adecuación de los recursos destinados a los aspectos de comunicación:*

Respecto a la dotación de recursos económicos se ha expuesto en el apartado 3.3 del presente informe las consideraciones valoradas al respecto.

Después de varias reuniones del GERIP y en los Comités de Seguimiento se establece modificar los montantes que aparecían en los distintos planes de comunicación para hacerlos homogéneos con la metodología decidida y subsanar diferentes erratas en la estimación de los mismos. En 2010 se presenta una modificación del montante estimado inicialmente en el Plan de Comunicación de Navarra, el cambio se produce porque el montante inicial se refería solo al que se iba a cofinanciar con fondos estructurales y solo incluía aquello que iba a poner en marcha la propia Comunidad.

El nuevo montante recoge todo lo que tiene previsto destinar a la comunicación del FEDER y FSE y del papel de la Unión Europea en Navarra por parte de todos los organismos y/o beneficiarios que participan en los programas operativos para los que se elabora el Plan de Comunicación se pase o no a cofinanciar con fondos europeos. La cantidad estimada refleja un presupuesto de gasto de 598.000 euros de los cuales el 36% va a corresponder a lo llevado a cabo para comunicar el FSE y el 64% para el FEDER.

En cuanto a los recursos humanos, tanto las autoridades de gestión del FEDER y del FSE como el Organismo Intermedio regional cuentan con una persona responsable de la gestión de la comunicación de los Fondos Europeos que vela por la puesta en marcha, coordinación y seguimiento del Plan de Comunicación, y que son la referencia para el resto de organismos gestores, colaboradores o beneficiarios de Fondos Europeos para la aportación de sugerencias, resolución de dudas, consultas, etc.

En el caso de los gestores, la mayor parte de ellos también son responsables de la comunicación, la información y publicidad y participan en las reuniones periódicas convocadas.

Por lo que respecta a la asignación y adecuación de recursos destinados a los aspectos de comunicación a juicio del equipo evaluador ésta es adecuada, tanto desde un punto de vista cualitativo como cuantitativo.

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

El seguimiento y evaluación del Plan de Comunicación se sigue realizando a través del volcado de datos a la aplicación informática *Indicadores de Comunicación* creada por la Autoridad de Gestión.

Actualmente el volcado de Indicadores se debe realizar al menos dos veces al año por parte de los organismos intermedios aunque en la realidad se realiza un número mayor de veces. La idea original era que cada gestor, poseedor de la documentación, lo efectuara en la aplicación fondos 2007 para extraer de ahí los datos para la aplicación de “Indicadores de Comunicación”, pero por cuestiones de diferente índole no se está realizando.

En la entrevista realizada al Organismo Intermedio, se valora la posibilidad de que cada gestor pueda efectuar el volcado de indicadores en una herramienta informática paralela, de manera que facilite la comunicación con el Organismo Intermedio y se simplifique y mejore el proceso de recogida de información, siendo el Organismo Intermedio el encargado de controlar la correcta realización de las acciones y del volcado definitivo a la aplicación informática Indicadores de Comunicación.

En 2010, el Organismo Intermedio actualiza la aplicación informática *Indicadores de Comunicación*, con la incorporación de mejoras en la obtención de información, mediante la asignación de códigos de identificación de los gestores de actuaciones, obteniendo de esta manera informes de ejecución más completos y eficaces.

El Servicio de Proyección Internacional ha activado una aplicación informática F7 2013, asociada a la edición de *Manuales de Instrucciones de Gestión y Control de operaciones cofinanciadas*, dirigida Unidades Gestoras del FEDER y FSE que facilita la gestión de las actuaciones.

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

Las redes GERIP y GRECO-AGE continúan siendo imprescindibles en la coordinación y dinamización de todas las tareas realizadas respecto a la información y publicidad, potenciando el intercambio de experiencias entre los asistentes y estimulando la presentación de buenas prácticas como tema fundamental en el periodo. En este sentido y hasta la fecha de redacción de este informe (incluida la de septiembre), el **GERIP** ha realizado doce reuniones donde se ha informado y debatido sobre los siguientes temas:

- Comités de Seguimiento, informes anuales, cuestiones relevantes.
- Indicadores de comunicación, problemática en el volcado de datos y cálculo de montantes.
- Evaluación Intermedia, situación, informes y recomendaciones.
- Evaluación Final, calendario y decisiones.

- Actos llevados a cabo, encuentros anuales y acto anual de comunicación.
- Informes sobre avances en los aspectos reglamentarios relacionados con la comunicación en el futuro período de programación 2014-2020.
- Información sobre las últimas y futuras reuniones de INFORM e INIO.
- Premios REGIO-STARS.

Por su parte, el **GRECO-AGE** ha realizado hasta la fecha de redacción de este informe 7 reuniones donde se debaten los siguientes temas:

- Comités de Seguimiento e informes anuales.
- Indicadores de comunicación.
- Evaluaciones de los Planes de Comunicación.
- Información sobre últimos eventos de comunicación.
- Informes sobre el futuro período de programación.
- Información sobre las últimas y futuras reuniones de INFORM e INIO.
- Buenas prácticas de actuaciones cofinanciadas (observaciones de la Comisión DG-Regio).

La **Red de Comunicación de los Programas Operativos FEDER y FSE 2007-2013 de Navarra**, constituida en Noviembre de 2012 y destacada como buena práctica en materia de información y publicidad, está formada por todos los agentes que intervienen en la gestión de operaciones cofinanciadas y la Dirección General de Proyección Internacional en su calidad de Organismo Intermedio. Pretende ser un foro de información, intercambio de opiniones y análisis y evolución del grado de cumplimiento del Plan de Comunicación. Hasta la fecha de realización de este informe se han reunido 3 veces donde se han tratado los siguientes temas:

- Análisis de indicadores de comunicación.
- Cumplimiento de obligaciones en materia de comunicación.
- Evaluación del Plan de Comunicación.

La red es un medio excelente para favorecer la comunicación interna entre los diferentes organismos y personas que intervienen en la gestión de los programas operativos, estimula el intercambio de ideas, es el lugar apropiado para exponer la importancia de mejorar la visibilidad de estos fondos entre los ciudadanos, empresas y beneficiarios y cumplir con las obligaciones en materia de información y publicidad. El Instituto para la Igualdad, asiste a las reuniones y colabora con los gestores realizando recomendaciones, asesoramiento y asistencia técnica.

Las entrevistas realizadas a gestores de los programas operativos reflejan variedad de opiniones. Algunos la consideran útil puesto que se tiene una visión regional y se conoce lo que hacen otros departamentos y como medio directo para conocer las obligaciones en materia de comunicación. Sin embargo, algún entrevistado sugiere que sería conveniente utilizar también otras vías de comunicación, concretamente la online a modo de foro de encuentro de gestores, donde se puedan exponer dudas o problemas.

El equipo de evaluación considera que la red de comunicación constituida tiene una estructura adecuada y está desarrollando las tareas correctamente aunque, quizás no se ha llegado a transmitir a los asistentes el sentido y la importancia de su formación, debido a su reciente creación y al cambio de personal en la gestión de varios órganos.

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

El seguimiento y coordinación de la evaluación de los programas operativos se realizan a través de los Comités de Seguimiento y el Comité Consultivo de Seguimiento Estratégico y Evaluación, foros en los que participan representantes de los organismos intermedios de los programas operativos regionales, así como las personas responsables de comunicación en las autoridades de gestión, asegurando dicha coordinación y complementariedad.

En los Comités de Seguimiento, las autoridades de gestión y los organismos intermedios de los PO así como la Comisión se reúnen anualmente para aprobar los informes de ejecución anual y evaluar la aplicación del Plan de Comunicación, aportando información detallada sobre la ejecución y las buenas prácticas seleccionadas.

El Comité Consultivo de Seguimiento Estratégico y Evaluación, coordina el proceso de evaluación de acuerdo a la normativa europea, asegurando dicha coordinación y complementariedad.

La conclusión que el equipo de evaluación obtiene sobre la repercusión que tiene el sistema de seguimiento sobre la calidad de la ejecución de las medidas de información y publicidad es positiva.

#### **En el periodo 2007-2013.**

- *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:*

La evolución a lo largo del periodo es positiva, se observa un aumento progresivo de envíos de instrucciones personalizadas y asesoramiento continuo a las unidades gestoras por parte del Servicio de Proyección Internacional, facilitando la aplicación de las normas en publicidad y comunicación y corrigiendo posibles irregularidades, también se han realizado jornadas y talleres de formación.

De la misma forma también la Red de Comunicación ayuda a los asistentes a recordar y apuntar las obligaciones en esta materia.

La designación de una persona encargada de los distintos aspectos de comunicación se valora de forma muy positiva como interlocutor con las unidades gestoras y enlace con el GERIP.

La página web del Gobierno de Navarra ofrece la información que puedan requerir los agentes implicados y público en general, información sobre los programas operativos FEDER Y FSE y concretamente aspectos relacionados con la comunicación, normativas, jornadas y eventos.

Los gestores entrevistados encuentran satisfactoria la relación con el Organismo Intermedio, su apoyo y asesoramiento continuo.

- *Disposición de manuales específicos de gestión, seguimiento, control, evaluación e información y publicidad por parte de las autoridades de gestión, organismos intermedios y beneficiarios, así como la elaboración de instrucciones, orientaciones con la finalidad de garantizar la información y transparencia:*

A lo largo del periodo se han redactado y distribuido manuales que ayudan tanto en la gestión y control de las operaciones como en el seguimiento de indicadores en materia de información y publicidad, siendo esenciales para que las personas responsables de las actuaciones alcancen una buena comprensión de los procedimientos y sistemas adoptados y los incorporen y apliquen en su gestión.

La Dirección General de Fondos Comunitarios (DGFC), del Ministerio de Economía y Hacienda, y la Unidad Administradora del Fondo Social Europeo (UAFSE), del Ministerio de Trabajo e Inmigración han elaborado 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***, con el objetivo de identificar los mecanismos necesarios en el seguimiento del cumplimiento de las actuaciones de información y publicidad y establecer las directrices para evaluar las mismas.

Por otra parte, la Dirección General de Investigación y Gestión del Plan Nacional de I+D+I de la Subdirección General de infraestructura Científica ha editado el manual ***Instrucciones para el cumplimiento del Plan de Comunicación FEDER 2007-2013 para proyectos cofinanciados***, está dirigido a los beneficiarios con el objetivo de evitar irregularidades en su gestión, potenciar las comunicación e incrementar la percepción concretamente del FEDER, en la sociedad.

La DGFC elabora un **Breve manual recopilatorio de cuestiones de tipo práctico en materia de comunicación** que recoge los aspectos más relevantes de las acciones de información y publicidad relacionadas con las actuaciones cofinanciadas.

La Dirección General de Desarrollo Internacional de Gobierno de Navarra edita los ***Manuales de Instrucciones de Gestión y Control de operaciones cofinanciadas***, con un apartado específico de comunicación y asociados a una aplicación informática. Estos manuales están dirigidos a las Unidades Gestoras del FEDER y FSE de la Comunidad Foral de Navarra con el fin de ayudar a desarrollar los sistemas de gestión y control de los programas operativos, de forma que faciliten la gestión de los mismos y además, garantizar el conocimiento de sus obligaciones pudiendo realizar el seguimiento de una manera sencilla. Los manuales están personalizados para cada una de las unidades gestoras, y además en el momento de su distribución estuvieron asociados a jornadas formativas en su manejo.

Específicamente, la Dirección General de Desarrollo Internacional de Gobierno de Navarra edita un tríptico del ***Manual Práctico de Comunicación*** donde se detallan las obligaciones en materia de información y publicidad, y más concretamente las responsabilidades de las autoridades de gestión, gestores y beneficiarios. El documento se puede consultar en la página web del Gobierno de Navarra.

El Ayuntamiento de Pamplona, en calidad de Organismo Intermedio, ha diseñado las herramientas y procedimientos más adecuados para garantizar el cumplimiento de sus obligaciones en materia de gestión y control, elaborando un **Manual de Procedimientos** que documenta de manera detallada y rigurosa los sistemas de gestión y control diseñados, con un apartado específico de comunicación. También pretende servir de guía y orientación a las áreas, departamentos y unidades implicados en la gestión de actuaciones cofinanciadas por los fondos europeos.

Las entrevistas realizadas a gestores de las actuaciones cofinanciadas reflejan un conocimiento básico del Plan de Comunicación, la mayoría sigue las instrucciones que de manera personal les envían desde el Organismo Intermedio, algunos de ellos dicen no conocer la existencia de manuales específicos y creen que les falta información.

Es un hecho que el cambio de personas que participa en la gestión de actuaciones es un factor a tener en cuenta, por lo que sería deseable que el nuevo gestor contara desde el inicio con toda la información necesaria disponible.

- *Calidad de los procedimientos establecidos:*

El sistema establecido proporciona información sobre el desarrollo y el nivel de ejecución del Plan y por lo tanto de los objetivos establecidos. La información aportada por los indicadores diseñados tiene gran importancia en el seguimiento que se realiza a las actividades de información y publicidad.

Respecto a los indicadores de realización y resultado, las dificultades de interpretación de alguno de ellos, en los primeros momentos de puesta en práctica, se han solventado de manera positiva.

En cuanto a la programación de indicadores, se realizan dos reprogramaciones durante el periodo 2007-2013, en el año 2009 se elevan las previsiones de dos de ellos puesto que en la mitad del periodo ya se había cubierto y sobrepasado lo previsto para todo el periodo de programación y en 2012 se elevan las previsiones de 4 de ellos como consecuencia del gran impulso dado a las actividades de comunicación en general.

Dado que además de reprogramar varios indicadores en el periodo, dos de ellos lo fueron en las dos ocasiones, parece necesario de cara al futuro y con información ya disponible, estudiar con más detalle su posible desarrollo y evolución y planificar de una manera más realista.

Además de los indicadores de realización y resultados, el sistema establece aquellos que miden el impacto del Plan de Comunicación. La evaluación intermedia realizada en 2010 y la actual evaluación final los analiza a través de estudios específicos, desarrollando un trabajo de campo con entrevistas a Órganos Gestores, Beneficiarios y población en general.

La elaboración de manuales específicos y personalizados para las unidades gestoras y la resolución de dudas o errores mediante el contacto permanente con el Organismo Intermedio, ha contribuido a asegurar la disposición de una información completa y útil que garantice el cumplimiento de las obligaciones y el seguimiento del Plan de Comunicación.

- *Asignación y adecuación de los recursos destinados a los aspectos de comunicación:*

En lo que se refiere a la dotación de recursos económicos se ha expuesto en el apartado 3.3 del presente informe las consideraciones valoradas al respecto.

En 2010 se presenta una modificación del montante estimado inicialmente en el Plan de Comunicación de Navarra, el cambio se produce porque el montante inicial se refería solo al que se iba a cofinanciar con fondos estructurales y solo incluía aquello que iba a poner en marcha la propia Comunidad. El nuevo montante recoge todo lo que tiene previsto destinar a la comunicación del FEDER y FSE y del papel de la Unión Europea en Navarra por parte de todos los organismos y/o beneficiarios que participan en los programas operativos para los que se elabora el Plan de Comunicación se pase o no a cofinanciar con fondos europeos. La cantidad estimada refleja un presupuesto de gasto de 598.000 euros de los cuales el 36% va a corresponder a lo llevado a cabo para comunicar el FSE y el 64% para el FEDER.

En cuanto a los recursos humanos, tanto las autoridades de gestión del FEDER y del FSE como el Organismo Intermedio regional cuentan con una persona responsable de la gestión de la comunicación de los Fondos Europeos que vela por la puesta en marcha, coordinación y seguimiento del Plan de Comunicación, y que son la referencia para el resto de organismos gestores, colaboradores o beneficiarios de Fondos Europeos para la aportación de sugerencias, resolución de dudas, consultas, etc.

En el caso de los gestores, la mayor parte de ellos también son responsables de la comunicación, la información y publicidad y participan en las reuniones periódicas convocadas.

Por lo que respecta a la asignación y adecuación de recursos destinados a los aspectos de comunicación, a juicio del equipo evaluador, ésta es adecuada, tanto desde un punto de vista cualitativo como cuantitativo.

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

La aplicación informática Indicadores de Comunicación registra al detalle la información de las actuaciones de comunicación. La grabación de los indicadores está relacionada con la actividad concreta realizada y con el beneficiario, permitiendo conocer en todo momento las acciones de publicidad realizadas.

A lo largo del periodo se han realizado mejoras en la aplicación informática *Indicadores de Comunicación* creada por la Autoridad de Gestión, mediante la incorporación de códigos de identificación de los beneficiarios, obteniendo de esta manera informes de ejecución más completos y eficaces.

El número de veces en que se realiza el volcado de Indicadores se ha modificado, realizándose actualmente al menos dos veces al año por parte del Organismo Intermedio. En la actualidad se valora la idea de que en un futuro próximo cada gestor, pueda efectuar el volcado de indicadores en una herramienta informática paralela, de manera que facilite la comunicación con el Organismo Intermedio y se simplifique y mejore el proceso de recogida de información, siendo el organismo Intermedio el encargado de controlar la correcta realización de las acciones y del volcado definitivo a la aplicación informática Indicadores de Comunicación.

En las reuniones del GERIP y el GRECO-AGE se ha facilitado información y resuelto las dudas a todos los usuarios de la aplicación

La aplicación informática F7 2013 asociada a la edición de *Manuales de Instrucciones de Gestión y Control de operaciones cofinanciadas*, dirigida a las Unidades Gestoras del FEDER y FSE facilita la gestión de las acciones cofinanciadas.

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

Las redes GERIP y GRECO-AGE han sido imprescindibles en la coordinación y dinamización de todas las tareas realizadas respecto a la información y publicidad, potenciando el intercambio de experiencias entre los asistentes y estimulando la presentación de buenas prácticas como tema fundamental en el periodo. En sus reuniones se han discutido y resuelto temas relevantes de los comités, problemas iniciales de volcado de datos, informado sobre evaluaciones, actos y avances de futuras programaciones y remarcado la importancia del establecimiento de buenas prácticas y consensuado los criterios para presentarlas.

**La Red de Comunicación de los Programas Operativos FEDER y FSE 2007-2013 de Navarra**, se constituye recientemente, noviembre 2012, como medio excelente para favorecer la comunicación interna entre los diferentes organismos y personas que intervienen en la gestión de los programas operativos. Su corta trayectoria no deja todavía traslucir las posibilidades que a priori se le otorgan y por lo tanto las entrevistas realizadas reflejan un escenario muy variado, con opiniones positivas pero también críticas (reflejadas con anterioridad).

Como se ha dicho con anterioridad el equipo de evaluación considera que la red de comunicación constituida tiene una estructura adecuada y está desarrollando las tareas correctamente, aunque quizás no se ha llegado a transmitir a los asistentes el sentido y la importancia de su existencia debido al escaso número de reuniones realizadas y al cambio de personal en la gestión de algunos Órganos Gestores.

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

El seguimiento y coordinación de la evaluación de los programas operativos se realizan a través de los Comités de Seguimiento y el Comité Consultivo de Seguimiento Estratégico y Evaluación.

En los Comités de Seguimiento, la Comisión, las autoridades de gestión y los organismos intermedios de los PO se reúnen anualmente para aprobar los informes de ejecución anual y evaluar la aplicación del Plan de Comunicación, aportando información detallada sobre la ejecución y las buenas prácticas seleccionadas.

El Comité Consultivo de Seguimiento Estratégico y Evaluación, coordina el proceso de evaluación de acuerdo a la normativa europea, asegurando dicha coordinación y complementariedad.

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

El Reglamento (CE) nº 1828/2006 en su artículo 13, establece que “a través de las verificaciones se comprobará que las operaciones y gastos cumplen las normas comunitarias y nacionales” e incluirán los procedimientos de verificaciones administrativas y verificaciones sobre el terreno.

En los artículos 2 al 9 del mismo Reglamento, se recoge la normativa sobre información y publicidad, cuyo cumplimiento debe comprobarse en las verificaciones anteriormente mencionadas.

Los organismos intermedios, Servicio de Proyección Internacional del Departamento de Economía, Hacienda, Industria y Empleo del Gobierno de Navarra, a través de su Unidad de Control de Fondos Europeos y la Unidad de Intervención, Contabilidad, Tesorería y Financiación Externa del Área de Hacienda Local del Ayuntamiento de Pamplona a través de la empresa de auditoría externa Grant Thornton, realizan las tareas de verificación y control previas a la declaración de gastos y acreditan el cumplimiento de la normativa exigible en general y más concretamente en materia de Información y publicidad.

Las verificaciones incluyen los procedimientos siguientes:

- **Verificaciones administrativas** de todas las solicitudes de reembolso de los beneficiarios comprobando, entre otros aspectos, el respeto de las normas nacionales y comunitarias sobre publicidad.

El Organismo Intermedio, analiza el 100% de las **Listas de Comprobación** emitidas por parte de las distintas Unidades Gestoras, a través de la aplicación informática de gestión F713 y de forma previa a la certificación de los gastos.

Las listas de comprobación incluyen una serie de preguntas en relación al cumplimiento de los Arts. 6, 8 y 9 del Reglamento (CE) 1828/2006:

¿Se ha cumplido lo establecido en el Art 8 del Reglamento (CE) 1828/2006) sobre responsabilidades de los beneficiarios relativas a las medidas de información y publicidad destinadas al público?

¿Se han establecido medidas al objeto de asegurar que las partes que intervienen en la operación han sido informadas de la cofinanciación con fondos FEDER?

¿Se ha anunciado claramente que la operación que se está ejecutando ha sido seleccionada en el marco del Programa Operativo FEDER de la Comunidad Foral Navarra?

¿Se han insertado referencias a la cofinanciación del FEDER en los documentos asociados a la operación tales como: Solicitud de aprobación del proyecto, publicaciones en Boletines Oficiales, orden de concesión de ayuda, documentación del expediente de contratación, notificación de concesión, certificados de asistencia, manuales, guías, etc. ? Especifique dónde.

¿Se ha informado de la ayuda obtenida de los Fondos a través de las medidas establecidas en el Plan de Comunicación?

Si ha sido necesaria la colocación de placas y/o carteles ¿se incluye la información a que se refiere el artículo 9 del R (CE) 1828/2006?: el emblema de la UE, la referencia al fondo en cuestión, una declaración y la tasa de cofinanciación?

Se han realizado actividades informativas (seminarios, conferencias, ferias o exposiciones) y en ellas se ha hecho alusión a la participación de la UE.

Para dicho análisis se sirve de “Check–List” o **Lista de Verificación Administrativa**, que contemplan el conjunto de elementos establecidos por la normativa comunitaria, nacional y regional aplicable a las operaciones cofinanciadas por Fondos Estructurales.

Mediante este listado se verifica la corrección formal y coherencia de la información suministrada por los Órganos Gestores mediante la aplicación F713 y la normativa aplicable, además de detectar incidencias, irregularidades y salvedades en las listas de comprobación.

Los resultados obtenidos en las comprobaciones efectuadas quedarán plasmados en el correspondiente **Informe de Verificación Administrativa**, que proporcionará la cuantificación del gasto certificable, el no certificable, así como todas aquellas correcciones y/o subsanaciones que deban realizarse o aquellas acciones de seguimiento que deban ponerse en marcha. Asimismo, se proporcionarán recomendaciones dirigidas a la mejora en los sistemas de gestión y control de las operaciones por parte de las Unidades Gestoras.

- **Verificaciones sobre el terreno** de operaciones concretas mediante muestreo.

Las verificaciones sobre el terreno tienen como objetivo comprobar entre otros aspectos, el respeto de las normas comunitarias sobre publicidad y el pleno cumplimiento de los procedimientos de contratación pública y que el beneficiario está facilitando información precisa en relación con la ejecución física y financiera de la operación.

Deben efectuarse de manera ex ante, en el emplazamiento de la obra o servicio o mediante prueba documental que acredite la realidad material.

El resultado de las pruebas de cumplimiento se refleja en un **Acta de Verificación Sobre el Terreno**, a la que se adjuntará un reportaje fotográfico llevado a cabo durante el desplazamiento y en el **Informe de Verificación in situ**.

**La evaluación de las actuaciones de verificación y control en materia de información y publicidad** se ha realizado a través de la selección de una muestra aleatoria representativa por organismo de la administración y eje. Se ha establecido un mínimo del 30% de todos los organismos y una representación por eje, dentro de cada eje se ha elegido aleatoriamente una actuación por organismo.

Por tanto la evaluación de las actuaciones de verificación y control ha analizado actuaciones de los organismos que gestionan fondos en Navarra: Gobierno de Navarra, Ayuntamiento de Pamplona y órganos dependientes de la Administración General del Estado según los criterios descritos en el párrafo precedente.

La muestra seleccionada según los criterios acordados con la Autoridad de Gestión, da como resultado la selección de 3 organismos, que el equipo evaluador amplía a 5 organismos, 6 ejes y 7 actuaciones.

Los Organismos seleccionados gestionan la práctica totalidad de las actuaciones cofinanciadas. Los ejes seleccionados son los números 1,3 y 4 en FEDER y 1,2, 3 en FSE. Las actuaciones seleccionadas se evalúan a lo largo de todo el periodo de ejecución y en base a las auditorías realizadas.

Finalmente y en base a criterios de representatividad, la muestra total de beneficiarios diferentes de ambos programas es de 5 organismos (55,6% de organismos de la administración, superando el 30% acordado inicialmente).

**La evaluación de las actuaciones de verificación y control** en materia de información y publicidad, se ha realizado siguiendo el siguiente proceso de revisión de documentos:

- Revisión de Listas de Verificación.
- Revisión de Informes de Verificación Administrativa.
- Revisión de Actas de visita.
- Revisión de Informes de verificación sobre el terreno.
- Revisión de Informes de auditoría y control financiero de operaciones.

Los documentos consultados se han realizado a lo largo de todo el periodo de ejecución de las actuaciones seleccionadas.

La evaluación realizada, constata el grado de cumplimiento de los requisitos de información y publicidad (art 8 y 9 del R (CE) 1828/2006 y del Plan de Comunicación y publicidad del Programa Operativo. Más concretamente se encargan de:

- ✓ Verificar si el órgano gestor ha comprobado que el beneficiario durante la ejecución de la operación ha colocado un cartel en el enclave de las operaciones cuando se cumplan las condiciones (art. 8.3):
- ✓ Verificar si el órgano gestor ha comprobado que el beneficiario ha sustituido el cartel anterior, por una placa explicativa permanente, visible y de gran tamaño, en el plazo de 6 meses a partir de la conclusión de la operación, o ha colocado la placa si la operación es la compra de un objeto físico con una contribución pública total de la operación de más de 500.000 euros (art 8.2).
- ✓ Verificar si en dicha placa (tanto la colocada durante la ejecución de la operación, como la colocada al final) se indica (ocupando como mínimo el 25% del cartel) (art.9):
  - El tipo y nombre de la operación (no para el cartel durante la ejecución).
  - El emblema de la Unión Europea según normas del anexo I del Reglamento 1828/2006 y referencia a la Unión Europea.
  - Referencia al Fondo, en ese caso "Fondo Europeo de Desarrollo Regional".
  - Declaración elegida por la Autoridad de Gestión en la que se destaque el valor añadido de la intervención de la Comunidad Europea: por ejemplo, "Invertimos en Futuro".
- ✓ Verificar si en la convocatoria se indica que dicha operación ha sido seleccionada en el marco de un programa operativo cofinanciado por el FEDER y FSE.
- ✓ Verificar que en cualquier documento de la operación se informa de que la subvención está cofinanciada por el FEDER y FSE.
- ✓ Verificar si el órgano gestor ha comunicado por escrito a los beneficiarios, tras ser seleccionados, que la aceptación de la ayuda comunitaria implica su aparición en la lista publicada por las autoridades de gestión con los nombres de los beneficiarios, los nombres de las operaciones y la cuantía asignada a cada operación, tal y como se establece en la medida 19 del Plan de Comunicación.
- ✓ Verificar si el órgano gestor ha comunicado a los beneficiarios, por escrito, tras la aprobación de sus proyectos, las funciones, obligaciones y tareas específicas que se le asignan, en los que respecta a la gestión, el seguimiento, la evaluación, el control, la información y la publicidad de las intervenciones de su competencia.

La muestra analizada de operaciones de verificación administrativas y sobre el terreno, constata con carácter general, el cumplimiento de manera satisfactoria del control de las obligaciones de información y publicidad.

Se han detectado omisiones menores en convocatorias públicas referidas a la cofinanciación europea que posteriormente se han subsanado como consecuencia del control realizado, por lo que se recomienda ser especialmente cuidadosos de manera que no sean precisas posteriores rectificaciones, así como dejar plena constancia en los controles de cualquier irregularidad que se detecte en el proceso de verificación y control.

Por tanto, se puede concluir que los beneficiarios de las actuaciones han cumplido correctamente con las exigencias en materia de información y publicidad establecidas en los artículos 8 y 9 del Reglamento (CE) 1828/2006 de la Comisión.

## **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.**

Tal y como indica la Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los POs del FEDER y FSE 2007-2013, se evaluará, al objeto de cumplir con el principio de igualdad de oportunidades en las medidas de información y publicidad recogidas en los distintos planes de comunicación, cómo la Autoridad de Gestión, los organismos intermedios jefe de fila regionales, representados en el GERIP y los restantes actores implicados contribuyen a través de sus actuaciones en esta materia a:

- 1) Visibilizar, de cara a la opinión pública, la contribución del Fondo Social Europeo a la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres.
- 2) Tener en cuenta que se repare sobre las necesidades de las mujeres en el acceso a los diferentes contenidos informativos.
- 3) Facilitar información a las mujeres sobre las posibilidades de participación como beneficiarias de los programas.

La incorporación de la perspectiva de género se debe establecer en las diferentes fases del proceso de gestión de las formas de intervención cofinanciadas por los Fondos Estructurales, tanto de forma específica como de forma transversal.

El Instituto Navarro para la Igualdad de la Comunidad Foral de Navarra colabora activamente en el diseño y seguimiento de los POs de la programación 2007-2013 a través de su participación tanto en los Comités de Seguimiento, en la revisión de informes anuales y en el asesoramiento y formación. Además forma parte de la Red de Políticas de Igualdad relacionada con todos los proyectos europeos.

A la hora de analizar el lenguaje utilizado en las medidas de información y publicidad, en la mayoría de los casos se ha utilizado un lenguaje que incorpora la perspectiva de género y la forma como aparecen reflejadas las referencias a las mujeres, respetando los objetivos de igualdad. Se tiene en cuenta el empleo de una redacción respetuosa con las recomendaciones del lenguaje no sexista como el uso de genéricos.

Respecto a los materiales de difusión, formación e información, se cuida el tratamiento de las imágenes con la finalidad de no caer en ideas estereotipadas que pudieran dificultar la visibilidad de las mujeres y la igualdad de oportunidades en los objetivos que se persiguen.

Se han analizado los archivos de publicidad, principalmente anuncios en prensa y páginas web. En la mayoría se utilizan sustantivos en femenino y masculino y en su defecto genéricos así como las imágenes que comunican roles no estereotipados y representativos de una información y comunicación igualitarias, no se escenifican roles tradicionales de género. Adjuntamos a continuación algunas imágenes que cumplen con lo anteriormente especificado.

Folleto sobre la oferta de programas para el curso 2011-2012 de los PCPIs del PO FSE.

### INFORMACIÓN GENERAL

**¿Qué son los Programas de Cualificación Profesional Inicial?**  
 Son programas que te preparan para alcanzar unas competencias profesionales propias de una cualificación de nivel 1, que te darán la posibilidad de lograr una cualificación reconocida satisfactoria, a la vez que amplían tus competencias básicas para proseguir estudios en las diferentes enseñanzas.

**¿Quiénes pueden realizar estos programas?**  
 Jóvenes mayores de 16 años y menores de 25 años, cumplidos antes del 31 de diciembre del año de inicio del programa, que no hayan obtenido el título de Graduado en Educación Secundaria Obligatoria (ESO).

**¿Qué ventajas ofrece el programa?**  
 Los alumnos, jóvenes de cualquier edad que, una vez cursado segundo, no estén en condiciones de promoverse a tercero y hayan repetido ya una vez en la etapa.

**¿Qué modalidades de PCPI hay?**  
 En Navarra existen varias modalidades:

- **Modalidad Básica:** Dirigida a quienes, además de adquirir competencias profesionales de nivel 1 orientadas a la inserción laboral, cursen los módulos relativos que les permitan obtener el título de Graduado en ESO.
- **Modalidad Taller Profesional (Graduado y Adaptado):** Dirigida a quienes desean principalmente adquirir competencias profesionales propias de una cualificación de nivel 1 del Catálogo Nacional, orientadas a la inserción laboral.
- **Modalidad Especial:** Dirigida a jóvenes con necesidades educativas especiales asociadas a discapacidad psíquica. Gestionada por el Centro de Recursos de Educación Especial de Navarra, CREENA. (Tfno.: 945 158 636, <http://centros.educacion.navarra.es/creena>).

**¿Dónde se imparten?**  
 En Centros Educativos Públicos, Convencidos o en Organizaciones sin ánimo de lucro con experiencia en atención a estos colectivos de jóvenes. Todos debidamente autorizados.

### FAMILIAS PROFESIONALES

- 1 Administración y Gestión
- 2 Agraria
- 3 Edificación y Obra Civil
- 4 Electricidad y Electrónica
- 5 Fabricación Mecánica
- 6 Hostelería y Turismo
- 7 Imagen Personal
- 8 Industrias Alimentarias
- 9 Informática y Comunicaciones
- 10 Instalación y Mantenimiento
- 11 Modas, Mueble y Cerchio
- 12 Servicios Socioculturales y a la Comunidad
- 13 Transporte y Mantenimiento de Vehículos

**Colaboraciones Institucionales en el desarrollo de los PCPI:**

Gobierno de Navarra  
 Departamento de Asuntos Sociales, Juventud y Deporte.

Administraciones Locales:  
 Ayuntamiento de Barañáin, Ayuntamiento de Tudela,  
 Ayuntamiento de Benicaz, Ayuntamiento de Azpey,  
 Ayuntamiento de Bermejo.

Más información en:  
 Tfno.: 945 426 616 - 945 426 400  
[www.navarra.es](http://www.navarra.es)  
[www.educacion.navarra.es/portaf/](http://www.educacion.navarra.es/portaf/)

Logo: Gobierno de Navarra, Departamento de Educación. FONDO EUROPEO.

### OFERTA PROGRAMAS CURSO 2011-2012

## PROGRAMAS DE CUALIFICACIÓN PROFESIONAL INICIAL

2012 CONTIGO AVANZAMOS

Logo: Gobierno de Navarra, FSE.

Información en página web sobre el Sello Reconcilia para la implantación de políticas de conciliación en el tejido empresarial navarro. Cofinanciado por FSE.

También hay que destacar la valoración de los parámetros de igualdad de oportunidades como uno de los criterios a la hora de identificar buenas prácticas en materia de comunicación.

El equipo de evaluación destaca que si bien tanto las autoridades de gestión como los actores implicados en la gestión o ejecución de los programas contribuyen a evitar comportamientos sexistas o roles asociados a un sexo en los elementos gráficos, todavía estamos en una fase donde se pueden desarrollar muchas mejoras ya que el principio de igualdad en comunicación no responde aún a las exigencias que marcan los reglamentos como por ejemplo desglose de indicadores por sexo. De todas formas, respecto a la evaluación intermedia del año 2010, se va mejorando y teniendo en cuenta cada vez más estos parámetros de Igualdad de Oportunidades.

Cabe destacar que en la encuesta realizada a la ciudadanía navarra sobre el conocimiento de los fondos provenientes de la Unión Europea, en cuanto al conocimiento de los proyectos e inversiones por la ciudadanía de la Comunidad Foral de Navarra, hay que decir que en último lugar aparecen las ayudas para disminuir las desigualdades sociales y entre hombres y mujeres. Por lo tanto, es importante trabajar en esta línea para poder mejorar los resultados para la próxima programación.

En este sentido se recomienda incidir más en mejorar los parámetros de igualdad de oportunidades buscando medidas alternativas que tengan mayor impacto en comunicación a través de su difusión en los medios o buscar la comunicación a través de redes sociales para llegar a ciertos grupos concretos.

A pesar de que este criterio se recoge en la normativa comunitaria y es conocida por todos los Órganos Gestores de los POs, el Plan de Comunicación de la Comunidad Foral de Navarra para el período 2007-2013 no incluye una definición específica de cómo aplicar este principio en las medidas llevadas a cabo, por lo que se recomienda que en próximos planes de comunicación se concrete este tipo de medidas.

Además, en la aplicación informática “Gestión de Indicadores de Comunicación” no hay información desagregada de participantes o asistentes por sexo, se recomienda que en las actividades que sean aplicables pueda incluirse dicha información.

Otra forma de mejorar la comunicación en este aspecto es la de dar datos desagregados por sexo en las ruedas de prensa cuando se disponga de ellos y en la difusión de los proyectos ya que se ha detectado que muchas veces se obvian.

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

En este capítulo se analizan los indicadores de impacto destinados a medir los efectos o consecuencias de las actuaciones en materia de información y publicidad a largo plazo así como verificar si dichos efectos son atribuibles a las intervenciones objeto de análisis.

Para el análisis de los logros y objetivos alcanzados establecidos en el marco del Plan de Comunicación del Programa Operativo del FEDER y FSE de la Comunidad Foral de Navarra para el período de programación 2007-2013, la Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de los Programas Operativos del FEDER y FSE propone los siguientes indicadores de impacto:

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

- **Grado de conocimiento de las obligaciones existentes** en la programación, gestión, seguimiento, control, evaluación e información y publicidad; unidad de medida: porcentaje (%).
- **Tasa de satisfacción**, que indique la valoración de los beneficiarios/organismos intermedios y/o gestores o partícipes respecto a la información facilitada; unidad de medida: porcentaje (%).
- **Tasa de utilidad** de las actuaciones; unidad de medida: porcentaje (%).

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

- **Grado de conocimiento de los distintos Fondos Estructurales** y del fondo de Cohesión; unidad de medida: porcentaje (%).
- **Grado de conocimiento del papel desempeñado por la Unión Europea**; unidad de medida: porcentaje (%).

Para la obtención de dichos indicadores se han utilizado diferentes metodologías y herramientas de trabajo. Para el primer grupo de tres indicadores de impacto, la información ha sido extraída de las diferentes entrevistas y cuestionarios realizados a los diferentes Órganos Gestores así como a los Beneficiarios finales. Por otro lado, para el segundo bloque de dos indicadores, la información utilizada es la resultante de la encuesta telefónica a la ciudadanía navarra.

Además de la valoración cuantitativa del impacto, también se ha tenido en cuenta un carácter más cualitativo a través de las aportaciones y recomendaciones hechas en los grupos de discusión realizados así como de las entrevistas a expertos en comunicación y publicidad y a la muestra de beneficiarios finales.

En lo que respecta a los Órganos Gestores del tramo regional, es el Organismo Intermedio (GN) a nivel regional el encargado de trasladar a los diferentes Órganos Gestores las responsabilidades tanto en materia de gestión, control, evaluación y comunicación que se adquieren al formar parte de un programa cofinanciado con Fondos Europeos. Con este fin, se ha elaborado y difundido una guía práctica para el cumplimiento de las obligaciones de información y publicidad de la Unión Europea, y se han creado diferentes redes tanto a nivel nacional como autonómico para facilitar esta información a los diferentes Órganos Gestores.

Hay que indicar que prácticamente la totalidad de los gestores y beneficiarios entrevistados han respondido adecuadamente al cuestionario si bien hay el caso de un gestor del que no se ha obtenido respuesta.

<b>INDICADORES DE IMPACTO DE LOS GESTORES</b>	<b>2013</b>	<b>2010</b>
<b>Grado de conocimiento de las obligaciones</b>	<b>92 %</b>	<b>62%</b>
<b>Tasa satisfacción respecto a la información facilitada</b>	<b>81 %</b>	<b>69%</b>
<b>Tasa de utilidad de actuaciones</b>	<b>90 %</b>	<b>73%</b>

**Grado de conocimiento de las obligaciones existentes en la programación, gestión, seguimiento, control, evaluación e información y publicidad.**

El indicador de impacto del grado de conocimiento de las obligaciones ha aumentado considerablemente respecto a la evaluación intermedia del año 2010. El desarrollo de la red local así como todas las reuniones y documentación referente a aspectos de cumplimiento en materia de publicidad y comunicación están teniendo su efecto positivo.

Todos los organismos gestores entrevistados afirman conocer el Plan de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER y FSE de la Comunidad Foral de Navarra 2007-2013. EL 92% afirma haber recibido instrucciones específicas y/o manuales de seguimiento de los planes de comunicación. El principal motivo de los que no han recibido estas instrucciones es debido al cambio del responsable del organismo gestor o por cambios de última hora en las actuaciones cofinanciadas.

El porcentaje también es óptimo -100%- en cuanto al nivel de aplicación correcta de las características técnicas exigidas reglamentariamente para las medidas de información y publicidad.

El 83% afirma haber participado en alguna jornada o sesión informativa en relación con los requisitos de comunicación en el periodo de programación.

En resumen, los valores obtenidos en cuanto al grado de conocimiento de las obligaciones existentes en la programación, gestión, seguimiento, control, evaluación e información y publicidad es elevado.

**Tasa de Satisfacción y de Utilidad que indique la valoración de los beneficiarios/organismos intermedios y/o gestores o partícipes respecto a la información facilitada.**

También respecto al año 2010, los indicadores de impacto de satisfacción y de utilidad han mejorado notablemente.

El hecho de asistir a actuaciones de formación e información generan actitudes proactivas entre los participantes generándose de esta forma un sistema de retroalimentación en cuanto a un mejor entendimiento de los procedimientos vinculados a los PO.

La tasa de utilidad de la información facilitada a los partícipes en los programas operativos, bien sean gestores, beneficiarios u organismos intermedios es alta en cuanto a los contenidos presentados en las distintas sesiones y jornadas.

El 90% de las personas entrevistadas considera que las sesiones/eventos formativos sobre el desarrollo del Plan de Comunicación han cubierto sus expectativas.

Se han obtenido unos resultados muy elevados y próximos entre ellos por lo que respecta tanto a la tasa de satisfacción como de utilidad.

Estos datos reflejan la conformidad de los Órganos Gestores y/o Beneficiarios con respecto a los distintos tipos de actos presenciados (gestión, control, evaluación y/o comunicación de los Fondos Estructurales). Sin embargo, esto no quiere decir que los propios Órganos Gestores y/o Beneficiarios en el estrato local no sigan proponiendo mejoras para futuras programaciones.

El equipo evaluador considera que los valores de estos tres indicadores anteriormente analizados son en términos generales elevados, por tanto, se recomienda seguir trabajando en el mismo sentido. Hay que destacar que muchos de los organismos del tramo regional y local de los Programas Operativos del FEDER y FSE de la Comunidad Foral de Navarra han declarado la falta de instrucciones comunes para la implementación de ciertas actuaciones en materia de comunicación, hecho que se manifestó durante el grupo de discusión realizado entre los organismos del tramo regional y local de los programas. Por ello, se recomienda la creación de un manual de estilo breve que incluya todos los logos, textos sobre cofinanciación y un kit de comunicación sobre cómo realizar cada paso para cumplir con las obligaciones al llevar a cabo una rueda de prensa o un folleto, así como un espacio digital en la página web de Gobierno de Navarra para cualquier material descargable.

#### **Conocimiento de la ciudadanía navarra de los fondos procedentes de la Unión Europea.**

Como se especifica en el anexo 6 de la Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los POs del FEDER y FSE 2007-2013, se ha realizado una encuesta a la población con el objetivo de dar cumplimiento a los requisitos de transparencia exigidos reglamentariamente.

La población a investigar ha sido las personas navarras mayores de 15 años y el método que se ha utilizado es la encuesta telefónica mediante el sistema CATI (Computer Assisted Telephone Interviewing). Hay que destacar que en todo momento se ha garantizado que la muestra represente las distribuciones poblacionales por sexo y edad en relación a los datos de población que representa.

Para saber el conocimiento que la ciudadanía navarra tiene de los fondos procedentes de la Unión Europea y del papel que juegan en la mejora de la calidad de vida de su territorio, se han analizado los siguientes indicadores:

<b>INDICADORES DE IMPACTO DE LA POBLACIÓN</b>	<b>2013</b>	<b>2010</b>
<b>Grado de conocimiento de los distintos Fondos Estructurales</b>	<b>FEDER-42%</b>	<b>38,5%</b>
	<b>FSE- 45%</b>	<b>48%</b>
<b>Grado de conocimiento del papel desempeñado por la Unión Europea</b>	<b>53%</b>	<b>60,5%</b>

Si tomamos como referencia los datos recogidos en la evaluación intermedia del año 2010, observamos que los datos han mejorado en el conocimiento de los fondos FEDER; sin embargo el conocimiento de los fondos FSE y grado de conocimiento del papel desempeñado por la Unión Europea ha disminuido.

Los resultados de la encuesta telefónica realizada refleja que el 53% de la ciudadanía navarra tiene conocimiento de que la Comunidad Foral de Navarra percibe dinero de la Unión Europea para contribuir a su progreso económico y social.

En cuanto a género, el 54% de los hombres y el 51% de las mujeres conocen la existencia de fondos provenientes de la Unión Europea.

Por grupos de edad, se puede afirmar que la población más joven sigue siendo la que menos conoce la existencia de fondos europeos frente al tramo de edad comprendido entre 55 a 74 años que es el que mayor conocimiento tiene.

El conocimiento de los fondos FEDER es de un 42% y el de FSE es de 45%, según muestran los resultados de la encuesta a la ciudadanía, se observa un considerable impacto en materia de conocimiento sobre los fondos. El conocimiento de los fondos FEDER es igual en cuanto a género mientras que son las mujeres (48%) las que conocen en mayor medida los fondos del FSE frente a los hombres (43%).

Ante estos datos, se puede decir que las medidas adoptadas en materia de comunicación y publicidad para el periodo 2007-2013 llevadas a cabo por los organismos que participan en los POs de Navarra no están siendo lo suficientemente eficaces y eficientes, ya que se ha disminuido el grado de conocimiento de los fondos europeos. Hay que tener en cuenta para valorar estos datos que durante el año 2012 disminuyeron las actuaciones de los fondos por la crisis económica que nos afecta y esto ha repercutido también en el descenso del conocimiento.

Sin embargo, hay que poner de relieve el potencial de mejora existente. En este sentido y de cara al **siguiente periodo de evaluación** se debería incidir más en mejorar el grado de conocimiento de los Fondos Comunitarios por parte de la población navarra, buscando medidas alternativas que tengan mayor impacto como por ejemplo: aumentar la difusión en medios de comunicación, principalmente en TV e internet; buscar si es posible la comunicación a través de redes sociales para poder llegar a colectivos o grupos concretos así como potenciar aquellos canales que salen mejor valorados.

Respecto a los canales mencionados como vía de conocimiento de los fondos por las personas entrevistadas cabe destacar los siguientes: anuncios en prensa/ radio / televisión -58%-, a través de terceras personas- 25%- y vallas en carreteras/placas en centros de formación- 21%-. No hay diferencias significativas en cuanto a sexo o edad.

Los proyectos e inversiones más conocidos por la ciudadanía de la Comunidad Foral de Navarra son las actuaciones de: formación y empleo (35,7%), ayudas a las empresas (34,7%) y las infraestructuras y equipamientos (33,1%). En el último lugar, se encuentran los proyectos de ayudas para disminuir las desigualdades sociales entre hombres y mujeres con un 19%.

El 63% cree que la aportación de los fondos europeos es positiva, muy beneficiosa o incluso absolutamente crucial para la Comunidad Foral de Navarra.

En relación al lema utilizado de FEDER “Una manera de hacer Europa”, el 31,5% de los que han oído hablar de los Fondos Europeos piensa que es adecuado, mientras que el lema de FSE “El Fondo Social Europeo invierte en tu futuro” tiene un 34,5%. Son principalmente los comprendidos entre 25 y 54 años los que consideran en menor medida que el lema sea adecuado.

Para aumentar el grado de conocimiento de la Unión Europea y fundamentalmente de los Fondos Estructurales, hay que mencionar las propuestas de mejora surgidas durante el grupo de discusión celebrado el día 17 de septiembre de 2013 entre distintos organismos gestores y/o beneficiarios del tramo regional y local de los Programas Operativos del FEDER y FSE de la Comunidad Foral de Navarra 2007-2013 junto con el Organismo Intermedio. También se mencionan las distintas **recomendaciones de los expertos en comunicación y publicidad entrevistados:**

- Fundamental crear sinergias en materia de comunicación; realizar actuaciones conjuntas buscando el mismo formato o idea para comunicar diferentes proyectos para de esta forma reducir costes y generar mayor número de acciones de difusión para poder aumentar el impacto.
- La presencia en medios de comunicación es primordial, hay que concienciar a los diferentes medios de la importancia de los Fondos Estructurales para la Comunidad Foral de Navarra.
- Adecuar y estructurar las medidas en función de grupos de edad para incrementar el impacto en el colectivo más joven a través del uso de las nuevas tecnologías.
- Desarrollar campañas dirigidas a la juventud a través de internet y las redes sociales a través de concursos donde se aúne ocio y conocimiento.
- Actividades de Street Marketing, autobús circulando por las principales calles de la capital de Navarra dando información sobre los Fondos Estructurales.

El análisis de los datos de las encuestas realizadas permite concluir al equipo evaluador que el porcentaje de personas que conocen los Fondos Europeos no es muy elevado pero muestran un conocimiento satisfactorio del papel de la Unión Europea teniendo en cuenta la temática tan específica de los Fondos Estructurales.

Estos datos obtenidos a partir de la encuesta a la ciudadanía resultan de gran ayuda y contribuirán a una todavía mejor difusión de los Fondos Europeos.

#### **Grado de conocimiento de los beneficiarios finales de los fondos procedentes de la Unión Europea.**

El grado de conocimiento por parte de los beneficiarios de ayudas del Programa Operativo FEDER de que las ayudas son cofinanciadas con Fondos Europeos es alto en empresas beneficiarias de ayudas a la I+D+i (84%) y en menor medida en empresas beneficiarias de ayudas a las nuevas tecnologías (55%).

Entre los beneficiarios finales de las ayudas del Programa Operativo FSE, el conocimiento es menor entre aquellas ayudas orientadas a beneficiarios individuales como son las ayudas a autónomos (51%). Sin embargo, hay un gran conocimiento superior al 90% entre aquellos centros de inserción laboral así como de educación, centros que reciben anualmente este tipo de ayuda y por tanto tienen un mayor conocimiento de las ayudas.

El nombre concreto de los Fondos Estructurales es menos conocido. Así el nombre del FEDER es conocido por el 81% de empresas beneficiarias de I+D, el 89% de centros de formación y empleo, el 44% de los beneficiarios de TIC y el 41% de los autónomos.

Las ayudas más conocidas son las relativas a la formación y empleo y a las empresas, mientras que las de contenido más social como las medidas contra las desigualdades y contra la exclusión lo son menos.

Para aumentar el conocimiento entre la población en general, beneficiarios finales y potenciales beneficiarios se recomienda la comunicación posterior, es decir, dar a conocer qué se ha hecho con esas ayudas como por ejemplo mostrar a un beneficiario final contando cómo ha empleado la ayuda de los Fondos Europeos.

Dentro de las acciones de comunicación de proyectos europeos tenemos que tener en cuenta no sólo al emisor de la información sino también al receptor de la misma. Se recomienda para una comunicación efectiva el incorporar al beneficiario final para saber cómo percibe el receptor esta comunicación. Se aconseja incluir en la red local algún beneficio final (entidad o empresa) para que colabore y así trabajar en la participación más activa de los beneficiarios finales.

## 8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

El Servicio de Proyección Internacional del Gobierno de Navarra ha encargado la realización de la presente Evaluación Final del Plan de Comunicación de los Programas Operativos FEDER y FSE 2007-2013 en la Comunidad Foral de Navarra.

Cumpliendo la reglamentación se realizó en 2010 una evaluación intermedia del Plan de Comunicación de los Programas Operativos 2007- 2013 de la Comunidad Foral, que incluía unas conclusiones y recomendaciones. En la actualidad se presenta el Informe que tiene como objetivo la realización de la evaluación final del plan de comunicación de dichos programas operativos.

La evaluación final analiza el desarrollo del plan de comunicación, teniendo en cuenta las recomendaciones de la evaluación intermedia, siguiendo la metodología que marca la “Guía metodológica de seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los POs del FEDER, Fondo de cohesión y FSE 2007- 2013” realizada por el Dirección General de Fondos comunitarios del Ministerio de Hacienda y Administraciones Publicas y la Unidad Administradora del FSE.

Para ello se ha realizado una evaluación **con carácter participativo**, tanto de los órganos que gestionan los fondos operativos en Navarra,- Autoridad de Gestión, organismos intermedios –en el caso de Navarra el Gobierno de Navarra Servicio de proyección Internacional y Ayuntamiento de Pamplona para FEDER y Gobierno de Navarra para FSE-, Órganos Gestores, como de los Beneficiarios finales de los mismos –empresas y autónomos principalmente-, expertos en comunicación y población general.

La evaluación del plan de comunicación tiene por objeto, por tanto, según la guía metodológica citada, “analizar el grado de ejecución y resultados e impactos logrados por los planes de comunicación”. En el caso de Navarra al ser el plan de comunicación común para los dos programas operativos, se realiza una única evaluación.

### AVANCES EN LA APLICACIÓN

Tanto los objetivos como la estrategia en general del Plan de Comunicación de los PO de Navarra 2007-2013, se corresponden con la normativa de la Comisión Europea, en cuanto a que se pretende dar a conocer tanto los contenidos de los PO, como en general el papel desempeñado por la Unión Europea, en cuanto a las ayudas para el progreso y desarrollo de los países

Además, el Plan detalla las medidas tomadas para cumplir con dichos objetivos, así como los sistemas de seguimiento y evaluación. En lo que se refiere a la pertinencia con las instrucciones de la Autoridad de Gestión gracias a las Redes GERIP y GRECO-AGE a nivel nacional e INFORM e INIO para la coordinación internacional, se han mejorado las estrategias contenidas en el plan de comunicación.

Durante este período se han distribuido diversas publicaciones para mejorar la gestión de los fondos y en concreto de la comunicación como el Manual Práctico de la Comunicación, elaborado por el Servicio de Proyección Internacional del Gobierno de Navarra, la Guía metodológica de Seguimiento y Evaluación de las autoridades de gestión en la que se ha introducido un nuevo capítulo y un Manual recopilatorio de cuestiones de tipo práctico en materia de comunicación elaborado por la DGFC.

A nivel regional, se ha creado en el período 2010- 2013 la red regional, que ha servido de Instrumento para la correcta transmisión de los materiales para la gestión De los fondos, guías de comunicación y de debate sobre las medidas de comunicación a adoptar. Dicha red se constituyó en 2012 y ha servido para una coordinación mejor de los programas operativos, específicamente para cada órgano gestor.

Además, se ha distribuido por el Organismo Intermedio (GN), guías prácticas de gestión de los programas operativos, específicamente para cada órgano gestor.

En este período, además, se ha hecho especial hincapié en dar a conocer a los beneficiarios de los programas y actuaciones las características de los programas FEDER y FSE a través de los cuales se han beneficiado de las ayudas europeas y las obligaciones que conllevan en cuanto a publicidad de dichas ayudas.

Al inicio del período de programación se estableció la introducción de indicadores en la base de datos, tanto de realización como de resultado, válido para el seguimiento de las actuaciones. A partir de 2010 se han aclarado metodológicamente las dudas que existían sobre los distintos conceptos, se han introducido los códigos de cada entidad gestora y se ha establecido la obligatoriedad de colocar los indicadores al menos en dos momentos del año con carácter previo a los comités de seguimiento.

En el total del periodo **2007/2013** se proponen 15 buenas prácticas de comunicación, 3 de ellas ligadas a su vez a buenas prácticas de operaciones cofinanciadas en Navarra y 11 buenas prácticas de actuaciones cofinanciadas.

A destacar en el período 2010- 2013 las buenas prácticas siguientes: creación de la Red Social de Comunicación de Navarra en 2012, la edición y divulgación de los manuales de gestión de los PO FEDER y FSE de Navarra individualizados para cada gestor y por parte del Ayuntamiento de Pamplona la comunicación y participación interactiva en Facebook dentro del programa de apoyo a las pequeñas empresas del barrio de la Milagrosa, iniciativa Urbana Milagrosa.

En cuanto a las actuaciones de información y publicidad expuestas en el plan de comunicación, todas ellas han sido puestas en marcha. Una de las formas de medir el grado de avance en la ejecución de las medidas de información y publicidad se realiza a través del análisis de indicadores de las medidas programadas. Dichos indicadores se clasifican en dos tipos, de realización y de resultado, en función de si quieren medir la ejecución física a corto plazo o bien su repercusión en el público objetivo.

## RESULTADOS INDICADORES

El resultado de estos indicadores y especialmente *actividades y actos públicos* y *documentación interna distribuida* reflejan por un lado, el esfuerzo realizado en informar a unidades gestoras, potenciales beneficiarios y público en general.

Por otra parte, se han reprogramado los objetivos de los indicadores en dos ocasiones, se modificaron al alza los números 1 actividades y actos públicos y 6 documentación interna distribuida en 2009 y 2012 y se elevaron las previsiones de los indicadores 2 nº de acciones de difusión y 5 nº de soportes publicitarios en 2012, lo que indica que inicialmente se programó de manera excesivamente prudente.

En resumen, podemos indicar que la valoración de las actividades realizadas en el Plan de Comunicación de los PO FEDER y FSE es altamente satisfactoria, como lo demuestran los indicadores de realización con cumplimientos de objetivos del 100% o similares, si bien hay que añadir que los valores alcanzados finalmente por encima de los programados en varios indicadores y las dos reprogramaciones realizadas durante la ejecución de los P.O., indican un exceso de prudencia inicial que nos dan pistas para próximas programaciones.

En cuanto a los indicadores de resultado, la valoración es desigual, dos de ellos se han cumplido, otros 2 han alcanzado valores de ejecución importantes sin llegar probablemente a completarse (en torno al 80%), dos más se mueven en porcentajes de ejecución media entre el 55% - puntos de distribución de las publicaciones externas- y el 67% - asistentes a actos públicos- y el último con un valor escaso del 48% - número de visitas a las páginas Web-.

## VERIFICACIONES

En relación a las **verificaciones sobre el terreno** los informes de auditoría consultados, establecen la constatación de que en la edición de carteles, pegatinas y folletos publicitarios del proyecto consta el logo de la Unión Europea, y se hace mención a la participación de FEDER en la financiación de la misma.

También se ha verificado la colocación de vallas informativas en las zonas de intervención, en las que se especifica la participación del FEDER en la financiación de las mismas y en cumplimiento con las especificaciones establecidas en los artículos 8 y 9 del Reglamento (CE) 1828/2006 de la Comisión. Al finalizar la construcción del proyecto, la colocación de placas informativas en sustitución de las vallas donde se especifique la cofinanciación del proyecto con fondos europeos, incluida la cuantía de la cofinanciación recibida por parte del Fondo Europeo de Desarrollo Regional cumpliendo con las especificaciones establecidas en los artículos 8 y 9 del Reglamento (CE) 1828/2006 de la Comisión.

En cuanto a las **verificaciones administrativas**, de los 16 informes consultados, en 11 de ellos (69%) se realizan recomendaciones derivadas de algún incumplimiento, 10 son recomendaciones menores y 1 es recomendación media. En 2 informes se hace alguna referencia sin recomendación expresa y en 3 informes (19%) no se detectan incumplimientos al respecto.

## INDICADORES DE IMPACTO

Por último, los indicadores de Impacto muestran un gran conocimiento de las obligaciones en cuanto a la comunicación de los gestores– 92%-, una tasa de satisfacción para con la información recibida del 81%- y un tasa de utilidad de las actuaciones del 90%-.

En cuanto a la ciudadanía el grado de conocimiento del papel desempeñado por la Unión Europea es del 53%, aspecto este mejorable, siendo el conocimiento de FEDER del 42% y del FSE del 45%.

En cuanto a género, el 54% de los hombres y el 51% de las mujeres conocen la existencia de fondos provenientes de la Unión Europea.

Por grupos de edad, se puede afirmar que la población más joven sigue siendo la que menos conoce la existencia de fondos europeos frente al tramo de edad comprendido entre 55 a 74 años que es el que mayor conocimiento tiene.

## RECOMENDACIONES

El equipo evaluador a la vista de las opiniones de los entrevistados realiza alguna recomendación encaminada a mejorar la comunicación tanto con gestores y beneficiarios como con la población Navarra, en el sentido de coordinar y unificar criterios a la hora de comunicar las acciones desde el Gobierno de Navarra y su Departamento de Comunicación.

Así, proponemos que los responsables de comunicación del Gobierno de Navarra, formen parte de la Red Local de Comunicación de los Programas Operativos, dado que centralizan la mayor parte de la comunicación de los Departamentos del Gobierno de Navarra con la sociedad navarra. Por otra, parte recogemos sugerencias destinadas a divulgar materiales a los beneficiarios más resumidos en los que se haga constar sus obligaciones, dar un mayor impulso a la red de comunicación e incluir medidas específicas para llevar a cabo la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres en el lenguaje y contenidos de la comunicación al exterior de los distintos Órganos Gestores y Beneficiarios.

**Las recomendaciones o mejoras** para optimizar los resultados de la red local creada en 2012 son:

- Establecer al año al menos 2 reuniones.
- Redefinir los integrantes de esta red local: los Órganos Gestores con muchas actividades de los fondos cofinanciados deben seleccionar a la persona encargada de los temas de comunicación de los programas operativos.
- Se ha detectado que en esta red no está presente ningún miembro del Servicio de Comunicación de Gobierno de Navarra y resulta totalmente conveniente.
- Actualmente la Red Regional de la Comunidad Foral de Navarra está integrada por distintos Órganos Gestores de los programas operativos así como miembros del Instituto de Igualdad pero se cree conveniente la inclusión de algún beneficiario final para aportar otros puntos de vista.

- Creación de un foro interno en internet para los miembros de la red regional donde se resuelvan dudas y se intercambien opiniones y materiales.

Algunas ideas para conseguir un mayor impacto en los más jóvenes, según algunos expertos en comunicación son:

- Crear acuerdos con centros educativos para que desde pequeños se empiece a informar sobre estos temas en algún tipo de sesión donde expertos en fondos europeos les cuenten a su medida toda la información.
- Incentivar la participación de los escolares en concursos de redacción o expresión artística, utilizando las redes sociales.
- Street Marketing, o campañas en la vía pública, a través por ejemplo de algún autobús circulando por las principales localidades de Navarra.

En esta evaluación final, presentamos algunas recomendaciones que no se hicieron en la evaluación intermedia del año 2010 y se consideran de interés para el desarrollo óptimo del plan de comunicación:

- Mayor énfasis en las cifras de participación por sexo en la aplicación informática.
- El Organismo Intermedio de la Comunidad Foral de Navarra no accede a indicadores de los otros organismos aunque los objetivos son comunes. En los Comités se conoce el nivel de ejecución de los indicadores de todos pero debería haber una mayor coordinación entre los agentes implicados de una misma comunidad autónoma.
- Aglutinar la información en un espacio en internet especial para gestores.
- En el Plan de Comunicación de Navarra debería aparecer de manera más clara y detallados los objetivos en referencia al principio de igualdad de oportunidades.

Es un hecho que el cambio de personas que participa y gestiona las actuaciones es un factor a tener en cuenta, por lo que sería deseable garantizar de alguna manera que el nuevo gestor cuente con toda la información necesaria disponible al inicio de su gestión, en este sentido la participación en la red local ofrece la posibilidad de iniciarse o mantenerse informado de manera práctica y efectiva, intercambiar ideas y elaborar líneas de trabajo en equipo.

En lo que se refiere a los procesos de verificación y control se recomienda al Órgano gestor que siga insistiendo a los Beneficiarios en la importancia del cumplimiento de la normativa europea en lo que respecta a información y publicidad

Además el Equipo evaluador recomienda incidir más en mejorar los parámetros **de Igualdad de Oportunidades** buscando medidas alternativas que tengan mayor impacto en comunicación a través de su difusión en los medios o buscar la comunicación a través de redes sociales para llegar a ciertos grupos concretos

Por último, para aumentar el grado de conocimiento de la Unión Europea y fundamentalmente de los Fondos Estructurales, hay que mencionar las propuestas de mejora surgidas durante el grupo de discusión celebrado el día 17 de septiembre de 2013 entre distintos organismos gestores y/o beneficiarios del tramo regional y local de los Programas Operativos del FEDER y FSE de la Comunidad Foral de Navarra 2007-2013 junto con el Organismo Intermedio. También se mencionan las distintas **recomendaciones de los expertos en comunicación y publicidad entrevistados:**

- Fundamental crear sinergias en materia de comunicación; realizar actuaciones conjuntas buscando el mismo formato o idea para comunicar diferentes proyectos para de esta forma reducir costes y generar mayor número de acciones de difusión para poder aumentar el impacto.
- La presencia en medios de comunicación es primordial, hay que concienciar a los diferentes medios de la importancia de los Fondos Estructurales para la Comunidad Foral de Navarra.
- Adecuar y estructurar las medidas en función de grupos de edad para incrementar el impacto en el colectivo más joven a través del uso de las nuevas tecnologías.
- Desarrollar campañas dirigidas a la juventud a través de internet y las redes sociales a través de concursos donde se aúne ocio y conocimiento.
- Publicitar a través de jornadas las actuaciones que se van a realizar en el marco de los programas operativos, mostrando también testimonios y ejemplos de beneficiarios finales anteriores.

## 9. BUENAS PRÁCTICAS.

El establecimiento de buenas prácticas es una herramienta eficaz en la gestión y desarrollo de los programas operativos y más concretamente en el seguimiento y mejora de las propias actuaciones.

Según se establece 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, toda actuación que responda a alguno/os de los siguientes criterios podrá considerarse buena práctica de comunicación:

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

La propuesta de actuación cofinanciada se propone como una buena práctica según los siguientes criterios de identificación y selección de actuaciones acordados en el seno del GERIP.

1. La actuación ha sido convenientemente difundida entre los beneficiarios, beneficiarios potenciales y el público en general.
2. La actuación incorpora elementos innovadores.
3. Los resultados obtenidos con la misma se adaptan a los objetivos establecidos.
4. Contribuye a la resolución de un problema o debilidad regional.
5. Tiene un alto grado de cobertura sobre la población a la que va dirigido.
6. Se han tenido en cuenta los criterios horizontales de igualdad de oportunidades y de sostenibilidad ambiental.
7. Sinergias con otras políticas o instrumentos de intervención pública.

En los capítulos siguientes analizaremos las buenas prácticas presentadas por el Organismo Intermedio regional en los Comités de Seguimiento y que han quedado reflejadas en los correspondientes informes anuales. Se incorporarán además una buena práctica de comunicación y dos buenas prácticas de operaciones cofinanciadas, manteniendo los criterios establecidos junto con una breve descripción de las mismas.

### 9.1. Valoración de las Buenas Prácticas ya identificadas.

A continuación, se presenta un resumen de las buenas prácticas identificadas hasta la fecha distribuidas en tres listados, el primero recoge las buenas prácticas de comunicación realizadas, el segundo las buenas prácticas de operaciones cofinanciadas FEDER y el tercero las buenas prácticas de operaciones cofinanciadas FSE.

La relación de **buenas prácticas de comunicación** presentadas hasta la fecha es la siguiente:

1	Presentación de la estrategia I+D+i del PO de Competitividad de Navarra en la I Cumbre de la Innovación en Bruselas.	2009
2	Comunicación de Europa a la ciudadanía navarra a través de distintas actividades organizadas en torno al día de Europa con múltiples actos desarrollados durante la semana del 9 de mayo de 2009.	2009
3	Constitución de la RED GERIP "Grupo Español de Responsables de Información y Publicidad". (Buena práctica genérica)	2009
4	Guía General de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los Programas Operativos FEDER, Fondo de Cohesión y FSE 2007-20013. (Buena práctica genérica)	2009
5	Elaboración de manuales de gestión personalizados para cada órgano gestor.	2010
6	Creación de una red social con los organismos gestores de fondos de la Comunidad Foral, surgida en la jornada "Participación de las regiones en la Política Europea".	2010
7	Nueva revista anual INFONDO que la Autoridad de Gestión ha puesto en marcha en 2010. (Buena práctica genérica)	2010
8	Jornada de Reflexión sobre "El futuro del FSE y la Política de Cohesión" llevada a cabo por la Autoridad de Gestión del FSE.	2010
9	Presentación del primer autobús 100% eléctrico de Europa.	2011
10	Comunicación y participación interactiva en Facebook dentro del programa de apoyo a las pequeñas empresas del barrio de la Milagrosa. Iniciativa urbana del Ayuntamiento de Pamplona.	2011
11	Clausura por la Presidenta del Gobierno de Navarra del acto de entrega de los sellos Re-Concilia de la Asociación de Mujeres Empresarias y Directivas de Navarra, actuación cofinanciada por FSE.	2011
12	Las ediciones de apoyo al seguimiento de información y publicidad "La evaluación de los Planes de Comunicación FSE" y "Buenas Prácticas en Comunicación", presentada por la Autoridad de Gestión del FSE.	2011
13	Creación de la Red de Comunicación de los Programas Operativos a nivel de la CFN.	2012
14	Visita de la Consejera de Economía acompañada por la alcaldesa de Baztan al campus empresarial de Lekaroz.	2012
15	Seminario "Resultados de la Transnacionalidad 2007-13 organizado por UAFSE.	2012

La relación de **buenas prácticas de operaciones cofinanciadas FEDER** presentadas hasta la fecha es la siguiente:

1	El impulso al sector TIC y los contenidos digitales.	2007
2	El régimen de ayudas a la Investigación y desarrollo e innovación.	2008
3	La microrred de eficiencia energética.	2009
4	El centro de investigación biomédica de Navarra. CIB.	2010
5	El foro de inversiones y cooperación empresarial (ICEX)	2010
6	Pilavesa, el autobús urbano 100% eléctrico de Pamplona	2011
7	El campus empresarial de Lekaroz.	2011
8	La feria de pabellón oficial Bio International Convention 2011(ICEX).	2011
9	Los proyectos e inversiones del centro nacional de energías renovables (CENER)	2012

La relación de **buenas prácticas de operaciones cofinanciadas FSE** presentadas hasta la fecha es la siguiente:

<b>10</b>	Programas de cualificación profesional inicial (PCPI)	2011
<b>11</b>	Aumento de la masa crítica investigadora en el ámbito de la salud. Miguel Servet.	2012

En el **periodo 2010/2013** se han propuesto 11 buenas prácticas de comunicación y 8 buenas prácticas de actuaciones cofinanciadas, el 73% respecto al total a fecha de realización de este informe.

En el periodo **2007/2013** se proponen 15 buenas prácticas de comunicación, 3 de ellas “El régimen de ayudas a la Investigación y desarrollo e innovación, “El campus empresarial de Lekaroz” y “Presentación del primer autobús 100% eléctrico de Europa”, ligadas a su vez a buenas prácticas de operaciones cofinanciadas en Navarra y 11 buenas prácticas de actuaciones cofinanciadas.

El equipo evaluador considera que todas las buenas prácticas presentadas están defendidas en general adecuadamente, siguiendo los criterios establecidos en la Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER y FSE 2007-2013, además en trece de las quince acciones de comunicación propuestas se justifican todos los criterios para ser consideradas buenas prácticas. Sin embargo se considera necesario ampliar las defensas de algunos criterios en las prácticas de comunicación números 2 y 10 detalladas en la descripción correspondiente.

Para poder defender los criterios de las buenas prácticas es fundamental entender perfectamente en qué han consistido esas actuaciones consideradas como buenas prácticas. Al revisarlas, el equipo evaluador echa en falta en algunas una introducción que sirva para explicar la actuación mientras que en otras se considera que la introducción realizada es muy escueta y por lo tanto insuficiente para entenderla. El equipo evaluador ha incluido las introducciones pertinentes en aquellas buenas prácticas que se han considerado necesarias, como son las números 2 y 6.

En definitiva, el equipo evaluador considera que en general las buenas prácticas de actuaciones están bien defendidas y desarrolladas además de estar muchas de ellas ligadas a buenas prácticas de comunicación.

Seguidamente pasamos a describir las **BUENAS PRÁCTICAS EN COMUNICACIÓN** señaladas.

### ***PRÁCTICA 1: Presentación de la estrategia I+D+i del PO de Competitividad de Navarra en la I Cumbre de la Innovación en Bruselas.***

El 13 de octubre de 2009 Navarra presentó la estrategia de I+D+i del PO de Competitividad de Navarra en la I Cumbre de la Innovación Europea, celebrada durante dos días en el Parlamento Europeo en Bruselas.



Se considera esta actuación como una “buena práctica” porque en lo que respecta **al uso de recursos innovadores en la presentación, organización y/o desarrollo** de esta presentación, consideramos que la utilización de la sede del Parlamento Europeo para la difusión de una actuación prevista en un programa operativo supone el uso de un recurso innovador, así como el hecho de que sea la primera edición de una Cumbre de Innovación Europea.

En materia de **adecuación de los contenidos a los objetivos perseguidos**, estos contenidos se refieren expresamente a las actuaciones que en materia de i+D+i contiene el PO Navarra 2007-2013. El equipo evaluador considera que se puede mejorar la defensa de éste criterio señalando que Navarra aprovechó su presencia en la cumbre para dar difusión al proyecto Euroinnova Navarra, gracias al cual se trabajaron los perfiles regionales en nanotecnología, biotecnología y energías renovables. Así mismo, difunde los principales retos de Navarra en 2011 dentro de su tercer Plan Tecnológico centrado en forzar la cooperación e incrementar la participación en el 7º Programa Marco de Investigación de la Comisión Europea. Finalmente Navarra aprovechó su presencia en la cumbre para abogar por una mayor presencia de las PYMES en proyectos de I+D+i.

En relación con **la incorporación de criterios de igualdad de oportunidades**, el hecho de que la estrategia de I+D+i en Navarra recaiga sobre una representante femenina, con una sensibilidad especial respecto a la difusión de los fondos europeos, que asume personalmente, da idea del nivel de incorporación de este criterio en la actuación propuesta.

La **adecuación al objetivo general de difusión de los fondos**, el “DRAFT 06-10-2009” sobre la comunicación de la Comisión Europea al Parlamento y al Consejo, de la reforma del futuro presupuesto de Europa, ha sido un documento altamente discutido que plantea el riesgo de que regiones de competitividad como Navarra se queden fuera de la política de cohesión, tema que con referencia a esta buena práctica propuesta fue altamente debatido en la mesa de esta cumbre. Como mejor defensa de este criterio se puede añadir que la Dirección General de Empresa del Gobierno de Navarra presente en la cumbre resaltó los esfuerzos de la Comisión Europea para mejorar la participación de las PYMES en estos proyectos.

En relación al alto **grado de cobertura sobre la población objetivo** de la acción de comunicación, señalar que la presencia mediática que cubrió la cumbre en el Parlamento Europeo conlleva un efecto cascada en los medios de comunicación.

*El grado de calidad* está garantizado ya que se referencia a una actuación real con resultados reales que supone una seguridad de los gestores de fondos europeos a la hora de transmitirlo.

Por último, se han *utilizado las nuevas tecnologías de información* para su difusión, porque el video de la presentación está disponible en la página web de la organización de la I Cumbre de Innovación.

***PRACTICA 2: Comunicación de Europa a la ciudadanía navarra a través de distintas actividades organizadas en torno al día de Europa con múltiples actos desarrollados durante la semana del 9 de mayo de 2009.***

El equipo evaluador considera necesario incluir una breve introducción que ayude en mayor medida a entender la variedad de actuaciones realizadas en torno al día de Europa. Indicar que estos actos se organizaron pensando tanto en la actualidad más inminente que se desarrolla en la Unión Europea, como en el reto que se ha constatado que existe de difundir el conocimiento de Europa, su historia y su unión a la población más joven que desconoce lo que ha supuesto el proceso de integración europea y en especial de España.

La actuación que se presenta ha consistido en una serie de actuaciones como son:

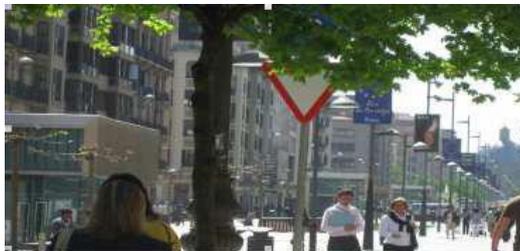
- El Acto conmemorativo en el Palacio del Condestable dedicado a la República Federal de Alemania presidido por el Presidente del Gobierno de Navarra y la Alcaldesa de Pamplona.
- La inauguración de la exposición: "El nuevo Berlin 1990-2010. Urbanismo y arquitectura".
- La Conferencia: "Algunas cuestiones de actualidad de la Unión Europea: Elecciones al Parlamento Europeo."
- La Conferencia: "El proceso de Bolonia".
- La IV Jornada de Cooperación Local Europea en Peralta (Navarra).
- El ciclo de talleres infantiles: " De visita por Europa".



Se considera esta actuación como "una buena práctica" porque:

En relación a la ***adecuación de los contenidos a los objetivos*** perseguidos, la variedad y actualidad de exposiciones, conferencias y talleres motivó que los ciudadanos navarros participaran en los actos organizados, conociendo mejor Europa: su historia, su participación en la política europea y las reformas educativas puestas en marcha.

En materia de **incorporación de criterios de igualdad de oportunidades**, la presidencia y presentación del acto conmemorativo, así como la invitación que se cursó corrió a cargo del Presidente del Gobierno de Navarra, y la Alcaldesa de Pamplona, manifestándose de esta forma que Navarra y sus máximos responsables participan en condiciones de igualdad en materia de género en la política europea y su difusión.



En relación al **alto grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción de comunicación**, señalar que los actos realizados se dirigieron a toda la ciudadanía, con actos específicos para niños y jóvenes.

El equipo evaluador considera además, mejorar la defensa de éste criterio señalando el alto grado de cobertura por la amplia difusión en los medios de comunicación, con lo cual el número de personas informadas y sensibilizadas sobre Europa es mayor. Fundamental el papel ejercido por los propios ciudadanos participantes a la hora de difundir a través del boca a boca al resto de la población navarra el día de Europa.

**El grado de calidad** está garantizado ya que se referencia a actividades de gran interés cultural y diversificadas en materias de continua actualidad en los medios.

Señalamos también como mejor defensa de este criterio, el interés demostrado por los asistentes, así como el alto grado de participación en las conferencias y actos organizados y por la transmisión de conocimientos adquiridos sobre Europa por los asistentes.

Se han **utilizado las nuevas tecnologías de información** para su difusión combinadas con la difusión en los medios tradicionales, junto a la publicación de los actos que se celebraron en la prensa local y televisión, los actos se difundieron en la página web del Gobierno de Navarra.



El equipo evaluador incorpora 2 nuevos criterios en la defensa de la buena práctica de comunicación:

**El uso de recursos innovadores** puesto que el Gobierno de Navarra y el Ayuntamiento de Pamplona dedican por primera vez a un país europeo, Alemania, los actos del Día de Europa, dada su relevancia económica y su relación con Navarra. Al acto institucional acudió, entre otras autoridades, el embajador del país germano en España, Wolf Ruthart Born.

El **criterio de adecuación con el objetivo general de difusión de los fondos**, garantizado, puesto que va dirigido a la ciudadanía y es visible a través de distintos soportes como la exposición de la bandera europea en la sede del Gobierno de Navarra y estandartes colocados en distintas zonas de la ciudad.

### ***PRÁCTICA 3: Constitución de la RED GERIP “Grupo Español de Responsables de la Información y Publicidad”.***

El GERIP es una red constituida por las personas responsables de información y publicidad de las autoridades de gestión del FEDER, FSE y Fondo de Cohesión y de los responsables de comunicación de cada uno de los planes de comunicación regionales. Nace de una iniciativa de las autoridades de gestión para establecer un cauce de comunicación adecuado que permitiese diseñar la estrategia de comunicación conjunta para todos los fondos europeos de la política regional y todas las administraciones participantes en su gestión. Asimismo, esta red iba a permitir y adecuar el desarrollo de diferentes opciones de planes de comunicación – conjunta o separadamente entre los fondos- a las exigencias reglamentarias en materia de comunicación.



Su objetivo fundamental es, por lo tanto, el establecimiento de una estrategia de comunicación conjunta, la coordinación de sus participantes a la hora de aplicar esta estrategia, el intercambio de ideas, la creación de un foro de discusión y la plataforma para la toma de decisiones y orientaciones consensuadas en beneficio de las funciones que los representantes de comunicación de los planes tienen que desarrollar. Asimismo, establece un puente informativo entre los participantes de la red española y las redes europeas de la Comisión, INIO e INFORM.

Los criterios de consideración como “buena práctica” son:

Por el **uso de recursos innovadores en la presentación, organización y/o desarrollo**, ya que es la primera vez que se nombran responsables de comunicación, uno para cada uno de los distintos planes de comunicación, y que a través de este cauce se diseña una estrategia conjunta de comunicación y se consensuan entre todos los fondos y administraciones todos los aspectos de la comunicación.

Por la **adecuación de los contenidos a los objetivos perseguidos**, ya que desde su inicio ha ido aportando soluciones a todos los planteamientos presentados: pautas para la elaboración de los planes de comunicación, respuesta a las observaciones de la Comisión, definición de metodología a seguir para la evaluación, indicaciones para la elaboración de los informes anuales, resolución de dudas y problemas, etc.

Por haber incorporado **criterios de igualdad de oportunidades**, tanto en sus planteamientos de funcionamiento de la red, como de representatividad y posibilidades futuras.

Por la **adecuación con el objetivo general de difusión de los fondos**, puesto que el fundamento base de las reuniones que se llevan a cabo siempre es la discusión, planteamientos y consenso sobre aspectos relacionados con la difusión de los Fondos.

Por el **alto grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción de comunicación**. Los trabajos del GERIP, van más allá de los organismos participantes en la red, porque a su vez la AGE y el organismo responsable del plan de comunicación regional actúan de intermediarios y trasvasan las decisiones tomadas en su seno al resto de los participantes (organismos gestores y/o beneficiarios) de sus planes de comunicación.

Por la evidencia de un **alto grado de calidad en el funcionamiento** y trabajos generados en el seno del grupo, como se ha venido demostrando en los productos, pautas y decisiones derivadas de los trabajos de la red.

Por el **uso de nuevas tecnologías de la información**, todas las actas de las reuniones y los documentos repartidos se cuelgan en la página web de la Autoridad de Gestión.



***PRACTICA 4: Elaboración en la red GERIP de la “Guía General de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los Programas Operativos FEDER, Fondo de Cohesión y FSE 2007-2013”.***

Se trata de una publicación surgida de una iniciativa de las autoridades de gestión, elaborada por ellas y consensuada por la totalidad de las regiones españolas en el seno del GERIP, para poner a disposición de todos los actores responsables de la aplicación de los fondos de la política regional en España (desde las propias autoridades de gestión y los responsables de los planes de comunicación regionales, hasta los organismos gestores y/ o beneficiarios), una metodología adecuada, a fin de poder realizar el seguimiento y la evaluación de las medidas que vayan desarrollando de sus respectivos planes de comunicación. Asimismo, es una herramienta que va a servir a los evaluadores externos que van a llevar a cabo las evaluaciones exigibles por la reglamentación comunitaria, que tendrán lugar en los años 2010 y 2013.

Es, pues, una herramienta de comunicación, dirigida a todos los participantes en la aplicación de los fondos, incluidos los beneficiarios de los mismos y a los equipos evaluadores, en el logro de una mayor transparencia en las tareas de seguimiento y evaluación que dichos colectivos tienen que asumir.



Los criterios para su consideración como buena práctica son:

Por el **uso de recursos innovadores** en su aplicación, de manera indirecta, al dar lugar al diseño de una aplicación específica para la introducción de los indicadores, que permite obtener informes del estado y evolución de las acciones de comunicación realizadas en cualquier momento.

Por la **adecuación de los contenidos a los objetivos perseguidos**, ya que se han tenido en cuenta las características concretas que presentan tanto la programación de los distintos programas operativos y planes de comunicación como la realidad de las distintas comunidades y ciudades autónomas españolas, manteniendo un principio de proporcionalidad en las actuaciones que deben llevar a cabo unas y otras.

Por haber incorporado **criterios de igualdad de oportunidades**: además de utilizar un lenguaje de género adecuado en su redacción, la guía introduce en el documento del informe final a presentar por los evaluadores, un apartado que analice la contribución de las medidas de comunicación en el principio de igualdad de oportunidades

Por la **adecuación con el objetivo general de difusión de los fondos**: La posibilidad de elaborar informes sobre el seguimiento de las actuaciones facilita la difusión que de las actuaciones cofinanciadas por los fondos pueden realizar los organismos que utilizan y aplican la metodología en ella descrita.

Por el **alto grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción de comunicación**. La guía se ha difundido entre todos los organismos intermedios y se ha hecho llegar a los gestores de las ayudas de los fondos, colectivo al que va dirigida la publicación,.

Por la **evidencia de un alto grado de calidad en el diseño de la guía**, como lo demuestra el hecho de la buena aceptación de la misma por parte de la Comisión y de la mayoría de los estados miembros y la utilización que de ella han decidido hacer otros países para su evaluación.

Por el **uso de nuevas tecnologías de la información** al haberse colgado en la web de la Autoridad de Gestión, que ha credo un apartado específico en la misma para comunicación, sino también en la de los organismos intermedios responsables de los planes de comunicación regionales AGE, para la necesaria puesta en marcha de los contenidos de la misma.

***PRÁCTICA 5: Elaboración del Manual de Instrucciones de gestión y control de operaciones cofinanciadas dirigido a las Unidades Gestoras del FEDER de la Comunidad Foral de Navarra para el periodo 2007-2013.***

Una buena práctica realizada dentro del Servicio de Acción Europea es la elaboración de unos manuales de gestión personalizados para cada órgano gestor.

La innovación principal es haber conjugado la información requerida para la gestión y ejecución de operaciones con una presentación individualizada según las tareas de cada órgano gestor. Estas fichas-manual están relacionadas con una aplicación informática de uso sencillo y con acceso para todas las personas implicadas.



De esta forma, los check-list de cada operación están recogidos junto al listado de operaciones específicas e interrelacionado con otras bases de datos de certificación, pero cada persona únicamente ve sus propias tareas.

A través de esta práctica se persigue garantizar el conocimiento por parte de los Órganos Gestores y/o Beneficiarios de sus obligaciones y poder realizar el seguimiento de una manera sencilla.

Los criterios que permiten calificar esta actividad como buena práctica son:

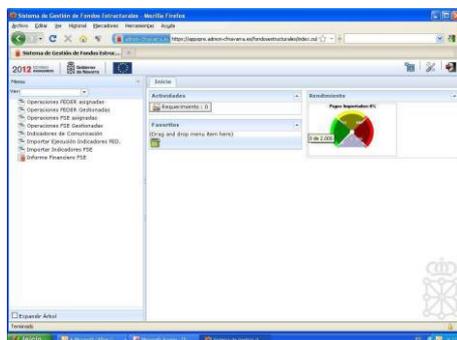
En cuanto al **uso de recursos innovadores en la presentación, organización y/o desarrollo**, lo innovador de esta práctica es que se ha elaborado de manera personalizada adecuando las tareas de gestión a lo que cada órgano gestor realiza. Además se trabaja mediante una aplicación informática que ayuda en dichas tareas.

En lo referido a la **adecuación de los contenidos a los objetivos perseguidos**; el objetivo de transmisión de las obligaciones y requerimientos para la medida de comunicación por escrito a los Órganos Gestores y/o Beneficiarios se materializa en este manual y en la aplicación informática. Además, su carácter práctico quedó demostrado en las sesiones formativas realizadas.

Los **criterios de igualdad de oportunidades** están incorporados ya que para poder cerrar las operaciones, necesariamente es preciso completar el check-list referente a igualdad de oportunidades.

El **objetivo general de la difusión de los fondos** está en sintonía con esta práctica ya que se busca el compromiso de las entidades al respecto.

Concerniente el criterio referido al **grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción de comunicación** explicar que la población objetivo de esta acción son los Órganos Gestores y/o Beneficiarios. El grado de cobertura es del 100%.



En cuanto al criterio de **evidencia de un alto grado de calidad** conviene remarcar que es una práctica que simplifica y facilita la labor de gestión diaria. Además ha habido una buena acogida por parte de las personas gestoras y se prevé que suplirá complicaciones anteriores.

**El uso de nuevas tecnologías de la información** va asociada a esta práctica y se basa en una aplicación informática, sencilla y compartida.

***PRÁCTICA 6: Creación de una red social con los organismos gestores de fondos de la Comunidad Foral, surgida en la jornada "Participación de las regiones en la Política Europea".***

El equipo evaluador destaca la importancia de incluir la siguiente introducción para entender mejor en qué consiste esta actuación. El objetivo de esta jornada fue reunir a todos los agentes que de una forma u otra, han participado o participan en la actualidad en los programas y proyectos europeos, que aunque sean de temáticas diferentes y se nutran de distintos fondos, tienen mucho en común. Además también se pretende tantear el interés que suscita la participación regional en las políticas de la Unión Europea para constituir una red social.

Se realizaron dos talleres y una mesa redonda cuyo lema fue: "La política europea, protagonistas las regiones".

Se considera esta actuación como "una buena práctica" porque:

En lo que respecta al **uso de recursos innovadores** en la presentación, organización y/o desarrollo de esta presentación, se considera innovador que la acción de concienciación y asesoramiento llevada a cabo a partir de 2007 por el Servicio de Acción Europea haya conseguido hacer aflorar una base de datos con más de 450 agentes participantes en acciones cofinanciadas por la UE en el ámbito público y privado, de los que 130 asistieron a la jornada "La Política Europea: protagonistas las regiones". Esta reunión fue el punto de partida para la creación de una "Red Social" que va a tratar de seguir poniendo en común todas las inquietudes surgidas en el día a día de la gestión de los fondos europeos.

En materia de **adecuación de los contenidos a los objetivos perseguidos**, con la celebración de la jornada se ha conseguido que la capacidad de cada uno de los participantes de manera individual para difundir la Unión Europea se haya multiplicado, gracias al intercambio de experiencias llevado a cabo. Esto se pretende continuar con los mecanismos e instrumentos que habilite la Red Social.

En materia de **incorporación de criterios de igualdad de oportunidades**, al margen de una participación igualitaria de los ponentes, el Instituto Navarro para la Igualdad que estuvo presente en el acto va a formar parte y aportar su experiencia en esta materia a la "Red Social".

Referido a la **adecuación al objetivo general de difusión de los fondos**, está garantizada porque los miembros de la "Red Social" son gestores de fondos de la Política Regional Europea, con lo que el efecto multiplicador de esta "Red Social" en este sentido es muy importante.



En relación **al alto grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción de comunicación**, señalar que la propia jornada tuvo su cobertura informativa no sólo en Navarra sino también en otros territorios como Francia y Andorra, puesto que los participantes en ella gestión también fondos en el Objetivo de Cooperación Territorial.

**El grado de calidad** es tan manifiesto que el Servicio de Acción Europea tiene previsto presentarse al "Premio a la Calidad de los Servicios Públicos" concedido por el Gobierno navarro.

Por último, se han utilizado las **nuevas tecnologías** de información para su difusión, porque además de la propia página web del Servicio de Acción Europea, se están haciendo pruebas también para utilizar "facebook" y "linkedin" en la gestión de la "Red Social".

**PRÁCTICA 7: La nueva revista anual INFONDO que la Autoridad de Gestión ha puesto en marcha en el año 2010.**



Después de casi 25 años desde la incorporación de España a la entonces Comunidad Económica Europea, los beneficios derivados de su participación en este proyecto han sido incuestionables. España ha sido el estado miembro que ha recibido más fondos de la Política de Cohesión destinados a fomentar el desarrollo, la convergencia y la competitividad regional y se puede decir que estos fondos han contribuido a reducir las diferencias en los niveles de renta y riqueza de nuestro país y han permitido avanzar en la mejora de los factores clave de competitividad, como el capital humano, la innovación o la dotación de infraestructuras.

Este progreso ha hecho de las Comunidades Autónomas españolas espacios más prósperos y de crecientes oportunidades dentro del mapa de las regiones europeas y por primera vez en el período de programación 2007-2013, el número de regiones españolas que forman parte del grupo de las más avanzadas de Europa es mayor que el de las incluidas entre las más desfavorecidas. Con ello, España y sus regiones se encuentran en mejores condiciones para afrontar con éxito los grandes desafíos, en materia de investigación y desarrollo tecnológico, espíritu empresarial, medio ambiente, energía, desarrollo local sostenible o servicios sociales, a los que se deben enfrentar en los próximos años.



Los logros conseguidos con la ayuda de los fondos procedentes de la Política Regional Europea, que son el reflejo del acierto en el diseño y aplicación de las políticas apoyadas por ellos, no deben pasar desapercibidos. Con este propósito nace esta revista de la Dirección General de Fondos Comunitarios del Ministerio de Economía y Hacienda, cuya voluntad de acercamiento de los temas europeos al conjunto de la ciudadanía constituye un compromiso más dentro de la gestión habitual de las ayudas comunitarias.

Se considera que es una “buena práctica”:

Por el **uso de recursos innovadores** en la presentación, organización y/o desarrollo, ya que es la primera vez que desde la Autoridad de Gestión se elabora una publicación destinada a acercar el FEDER y el Fondo de Cohesión a la ciudadanía. Dando voz en la misma a beneficiarios de estos fondos para que se hagan eco de la importancia de los mismos y dando cabida también a espacios divulgativos de distintas actuaciones cofinanciadas por alguno de estos fondos.

**Por la adecuación de los contenidos a los objetivos perseguidos**, ya que el fin perseguido es acercar los fondos europeos a la ciudadanía y a los posibles beneficiarios de estos fondos, con un lenguaje sencillo y accesible. Además, se intenta una difusión muy masiva, por lo que no sólo se edita en papel, sino también en formato en electrónico y se difunde a través de la página web de la Autoridad de Gestión [www.dgfc.sggp.meh.es](http://www.dgfc.sggp.meh.es)

Por haber **incorporado criterios de igualdad de oportunidades**, porque en el primer número de la revista se entrevista a mujeres en su calidad de beneficiarias de los fondos y se cuida de manera exquisita el uso del lenguaje, para que no haya un uso inadecuado del lenguaje sexista y porque ese comportamiento se va a seguir vigilando de forma muy directa en los próximos números de la misma.



Por la **adecuación con el objetivo general de difusión de los fondos**, puesto que nace con esa finalidad, acercar los fondos europeos a los potenciales beneficiarios y a la ciudadanía.

Por el **alto grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción** de comunicación. La divulgación de la revista se hace a través de un canal tan extensivo como es Internet y a través de la edición en papel de un número significativo de ejemplares, que se van a distribuir en aquellos actos públicos en los que se vea oportuno por el tipo de público al que se dirijan.

Por la **evidencia de un alto grado de calidad**, según han puesto de manifiesto aquellas personas que ya han tenido la oportunidad de leerla y por la relevancia de los asuntos tratados en el primer número, muy volcado hacia la I+D+i y las actuaciones en materia de transportes y medioambiente.

**Por el uso de nuevas tecnologías de la información**, porque, como ya se ha indicado, se ha difundido a través de la página web de la Autoridad de Gestión, la Dirección General de Fondos Comunitarios.

**PRÁCTICA 8: La jornada de reflexión sobre “El futuro del FSE y la Política de Cohesión”, llevada a cabo por la Autoridad de Gestión del FSE, la UAFSE**, que ha servido para mostrar las líneas actualmente en discusión para el horizonte que se abre en 2014 y señalar las pautas a seguir para participar en el debate europeo de construcción de la política de cohesión.

Tras la decisión en marzo de 2010, por parte del Consejo Europeo, en que se acordó poner en marcha la nueva estrategia a favor del empleo y el crecimiento, conocida como “Europa 2020”, con el objetivo de promover el crecimiento inteligente, inclusivo y sostenible y la competitividad en Europa, se han fijado las metas de la UE, que constituyen objetivos comunes para orientar la actuación a nivel nacional de los estados miembros (dicha estrategia se aplica conjuntamente a autoridades nacionales, pero también regionales, locales e interlocutores sociales y representantes de la sociedad civil); y también, tras la publicación de las directrices que los distintos estados europeos tenemos que adoptar a la hora de diseñar nuestras políticas de empleo, incorporándolas a los Programas Nacionales de Reformas, la UAFSE se planteó la iniciativa de esta jornada, adelantándose a las propuestas de la revisión del presupuesto de la Unión para el futuro periodo y para facilitar y animar a la participación de los organismos españoles en el proceso de consulta pública que culminaría con el 5º Foro de la Cohesión a celebrar en Bruselas el 31 de enero y 1 de febrero de 2011.

Se considera que es una “buena práctica”:

Por el **uso de recursos innovadores** en la presentación y desarrollo del evento, que ha supuesto un auténtico intercambio de opiniones y de participación entre los organismos asistentes al mismo, y del que se ha hecho eco a través de notas de prensa y medios de la Secretaría de Estado de Empleo y de la UAFSE, además de su difusión online en las web de estas entidades.



Por la **adecuación de los contenidos a los objetivos perseguidos**, ya que ha permitido abordar desde el inicio las necesidades y proyectos de futuro para el FSE. Ello ha permitido dar a conocer los planteamientos presentados: pautas para la participación en la “Estrategia Europea 2020”, respuesta a las observaciones del V informe de la Comisión sobre la Cohesión Económica Social y Territorial, revisión del presupuesto de la Unión, etc.

Por haber incorporado **criterios de igualdad de oportunidades**, tanto en los contenidos documentales, como en la parte organizativa del evento.

Por la **adecuación con el objetivo general de difusión de los fondos**, puesto que el fundamento básico de la reunión era el de dar a conocer el FSE, desde una perspectiva del papel futuro que le va a corresponder desempeñar en el próximo periodo de programación.

Por el **alto grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción de comunicación**. Los trabajos desarrollados en el evento han abarcado a todos los organismos en principio susceptibles de participar en las políticas y programas del FSE: representantes institucionales de la Comisión Europea y de la Administración General del Estado responsables de los fondos

Comunitarios; representantes de las CC.AA y de organismos actualmente implicados en el desarrollo y la gestión del FSE, ONGs e interlocutores sociales.

Por la evidencia de un **alto grado de calidad** en el funcionamiento y trabajos generados en el seno de la jornada, como se ha podido comprobar por las conclusiones y resultados alcanzados.

Por el **uso de nuevas tecnologías de la información**, porque se ha difundido a través de la página web de la Autoridad de Gestión.

**PRÁCTICA 9: Presentación del primer autobús 100% eléctrico de Europa** con 60 asientos, que empezó a circular por la comarca de Pamplona el 1 de agosto de 2011.

Este autobús mediante el uso de 10 baterías recargables no contamina, genera el mínimo ruido posible y está adaptado a las personas discapacitadas. Este autobús empezó a circular a prueba durante todo el mes de agosto de 2011, siendo presentado por la Presidenta del Gobierno de Navarra el 1 de agosto de 2011, quien en compañía de otras autoridades realizó un recorrido de 10 minutos por la ciudad. El autobús fue utilizado como refuerzo de las líneas existentes en los meses posteriores.

En la presentación de esta nueva tecnología aplicada al transporte urbano comarcal, la mancomunidad ya expresó su apuesta por incorporarla a la flota del futuro. Con los resultados que se obtengan una vez finalizadas las pruebas, se adoptarán decisiones en cuanto a futuras compras, que corresponderán al siguiente plan de transporte.

Se considera esta actuación como una “buena práctica” porque:

En cuanto al **uso de recursos innovadores** en la presentación, organización y/o desarrollo, lo innovador de esta práctica es la circulación en vacío y durante su período de pruebas por la comarca de Pamplona, de esta forma y por su rotulación con el logotipo del Fondo Europeo de Desarrollo Regional, toda la ciudadanía Navarra pudo apreciar que se trata de un proyecto cofinanciado por este fondo

En lo referido a la **adecuación de los contenidos a los objetivos perseguidos**, el objetivo de transmisión de la información de la ayuda que la Unión Europea presta a los ciudadanos a través de las operaciones cofinanciadas queda ampliamente cubierto mediante la rotulación del logotipo de FEDER y su circulación por la ciudad y su comarca.

Los **criterios de igualdad de oportunidades** están incorporados ya se trata de una actuación destinada a todos los ciudadanos y ciudadanas presentada por la Presidenta del Gobierno de Navarra.



**El objetivo general de la difusión de los fondos** se cumple totalmente al presentar el autobús eléctrico el logotipo de FEDER visible al circular por toda la comarca de Pamplona concerniente al criterio referido **al grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción** de comunicación, señalar que el objeto de esta acción está constituido por la ciudadanía en general, y el grado de cobertura es del 100%.

En cuanto al criterio de **evidencia de un alto grado de calidad** conviene remarcar que es una rotulación que frente a otras posibles actuaciones queda impresa de forma permanente en este vehículo.

El **uso de nuevas tecnologías de la información** va asociada a esta práctica y se basa en una impresión sencilla que ha aparecido fotografiada en la web del Gobierno de Navarra.

***PRÁCTICA 10: Comunicación y participación interactiva en Facebook dentro del Programa de apoyo a las pequeñas empresas del barrio de la Milagrosa. Iniciativa Urbana del Ayuntamiento de Pamplona.***

El Ayuntamiento de Pamplona ha puesto en marcha desde el año 2009 un conjunto de medidas dirigidas a la revitalización económica y social del barrio de La Milagrosa. Una de ellas se dirige a la mejora de las condiciones del pequeño comercio y actividades de servicios de la zona objeto de la intervención.

En el planteamiento de difusión y comunicación de las acciones que van realizándose con dicha medida se pensó en una estrategia que atrajera la atención del barrio en su conjunto y no sólo la de los agentes económicos. Es por ello que se han combinado un gran número de actividades destinadas a la formación y asesoramiento especializados para los empresarios de la zona con distintas actividades promocionales y de divulgación dirigidas a la participación de todo el vecindario.

Todas estas actuaciones necesitaban un soporte de comunicación y participación online y la fórmula en que se pensó fue abrir un perfil específico en Facebook. ¿Por qué Facebook? Facebook es un sitio web de redes sociales. Las nuevas tendencias en marketing 2.0, estrategias de marketing más relacional hacen propicio la utilización de este tipo de recursos en programas en los que se quiere fomentar la participación.

En abril de 2010 se decidió crear un perfil específico en Facebook “La Mila Emprende Contigo” su lanzamiento coincidió con el lanzamiento del Concurso de Ideas de Negocio “La Mila Emprende Contigo ¿qué negocio montarías? donde se solicitó la colaboración y opinión de la ciudadanía para aportar ideas para el barrio.

Desde entonces, durante los años 2010 y 2011 se han ido publicando en las diferentes secciones de “La Mila Emprende Contigo” lo siguiente:

- Eventos previstos en el marco del programa: concursos, jornada, cursos,...
- Convocatorias de subvención: comercio, wifi, jóvenes emprendedores,...
- Desarrollo de las acciones: datos de participación, fotos de los cursos, escaparates,...
- Ejemplos de innovación en comercio y otros sectores de actividad.
- Noticias publicadas en prensa en relación al programa o al barrio de la Milagrosa, etc.



La dirección web para entrar en la página es la siguiente:  
<http://esla.facebook.com/pages/La-Mila-emprende-contigo/116249631727268>

Se considera esta actuación una “buena práctica” por:

El **uso de recursos innovadores** como son la aplicación a un proyecto de revitalización económica de un barrio, de las técnicas de marketing 2.0 basadas en recursos web que facilitan las relaciones sociales, el sentimiento de red y la participación e interactividad, aportando mucho más valor añadido que las clásicas webs corporativas o institucionales que tradicionalmente se elaboran desde el Ayuntamiento.

**La adecuación de los contenidos a los objetivos perseguidos** se hace patente a través de las distintas secciones del perfil Facebook, donde puede verse la actualidad de todas las actuaciones programadas, informaciones útiles, reportajes, noticias, etc. Es por lo tanto una herramienta de difusión exhaustiva de cuanto comerciantes, pequeños empresarios, Ayuntamiento y vecinos están haciendo en y por su barrio y que ayuda enormemente al objetivo de dinamización y revitalización que se busca.

La **incorporación de criterios de igualdad de oportunidades** ya que el sistema está totalmente abierto a todas las personas no existiendo ningún tipo de restricción. Se constata una participación muy equilibrada entre personas de ambos sexos (si acaso algo más utilizada por mujeres) y supone una herramienta de comunicación especialmente útil para personas con dificultades de movilidad y con dificultades para desplazarse por razón de horarios.

La **adecuación al objetivo general de difusión de los fondos** que se ha tenido muy en cuenta en el diseño del perfil, incluyendo una completa sección de información donde se da cuenta de la cofinanciación por el FEDER de las acciones de la Iniciativa Urbana Milagrosa y dejando también constancia en cada página del emblema europeo y el lema “una manera de hacer Europa” que permite una rápida identificación y asociación de las actividades e iniciativas de “La Mila emprende contigo” con los fondos europeos.

El alto **grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción de comunicación** ya que la página facebook es una herramienta abierta a la participación de todos los agentes sociales y económicos de la zona de intervención, de todas las personas residentes en el barrio y del conjunto de la ciudad. El link de acceso al perfil Facebook se encuentra también dentro de la página web del Ayuntamiento de Pamplona permitiendo el acceso desde esta página a cualquier persona que acceda a ella.

El equipo evaluador considera ampliar la defensa de este criterio insistiendo que al utilizar las nuevas tecnologías se accede a un target de la población muy difícil como es el de la población más joven.

**El grado de calidad** de la herramienta se garantiza si la información es buena, útil y permanentemente actualizada, si la interacción entre actores existe y si la participación se produce. Para lograr estos objetivos de calidad se ha contratado un community manager que mantiene siempre viva y actualizada la información e interacción del perfil facebook “La Mila emprende contigo”. Tras casi un año de funcionamiento se ha consolidado como un lugar dinámico, con más de 175 fans que interactúan.



**El uso de las nuevas tecnologías de información** para su difusión constituye la esencia misma de esta actuación. Se ha considerado que junto a los métodos tradicionales de comunicación y participación resulta imprescindible hacer uso de estas herramientas web 2.0 que permiten sin gran esfuerzo la interactividad y la relación entre actores en pro de un objetivo de revitalización y mejora. Gran parte de las actuaciones formativas dirigidas a comerciantes y pequeños empresarios de la zona se dirigen a capacitar a las personas en el uso de las nuevas tecnologías como herramientas encaminadas a mejorar los negocios y a potenciar el trabajo en red. Un ejemplo práctico de la potencialidad de estas herramientas es el perfil facebook “La Mila emprende contigo” que aquí se presenta como una buena práctica.

***PRÁCTICA 11: Clausura por la Presidenta del gobierno de Navarra del acto de entrega de los sellos Re-Concilia de la Asociación de Mujeres Empresarias y Directivas de Navarra, actuación cofinanciada por FSE.***

El objetivo del sello Re-Concilia es implantar políticas de conciliación en el tejido empresarial navarro para promover modelos de gestión que impulsen la conciliación, ya que está demostrado que suponen una mejora real de la productividad y un valor añadido para toda la sociedad.

La Presidenta del Gobierno de Navarra señaló en el discurso de entrega de premios que el empleo es la prioridad para este Gobierno: Un empleo de calidad que garantice la igualdad de oportunidades, incidiendo en la importancia de apostar hombres y mujeres por la conciliación de la vida personal, familiar y laboral.

Al acto asistieron, así mismo, el Alcalde del Ayuntamiento de Pamplona, el director gerente del Servicio Navarro de Empleo, el presidente de la Confederación de Informe de Evaluación final del Plan de Comunicación de los PO FEDER Y FSE 2007-2013 de la Comunidad Foral de Navarra

Empresarios de Navarra y las empresas participantes.

El sello Re-Concilia se inscribe dentro del convenio suscrito entre el Gobierno de Navarra, a través del Servicio Navarro de Empleo, y la Confederación de Empresarios de Navarra con la cofinanciación del Fondo Social Europeo.



Se considera esta actuación como una “buena práctica” porque:

En lo que respecta al **uso de recursos innovadores** en la presentación, organización y/o desarrollo, se considera innovador reunir a representantes del Gobierno de Navarra, Ayuntamiento de Pamplona, Confederación de Empresarios de Navarra y empresas, participando en un acto de entrega de premios en el que intervienen los sectores implicados en adoptar medidas de conciliación mediante la entrega de un sello a 10 empresas, que constata que las mismas llevan a cabo políticas de conciliación.

En materia de **adecuación de los contenidos a los objetivos perseguidos**, con la celebración de la jornada de entrega de premios se consigue la difusión de las actuaciones de la Unión Europea a través de los fondos en todas las empresas asistentes al acto, y especialmente en cada uno de los receptores de manera singular, difusión que tiene un efecto multiplicador por el intercambio de experiencias entre empresas realizado en la jornada y la publicidad dada a estos premios.

En relación con la incorporación de **criterios de igualdad de oportunidades**, la gestión de esta actuación por parte de la Asociación de Mujeres Empresarias y Directivas de Navarra, así como la finalidad perseguida de propiciar la conciliación de la vida familiar y laboral, manifiestan el propósito de que la igualdad esté siempre presente en el tejido empresarial navarro.

Referido a la **adecuación al objetivo general de difusión de los fondos**, la difusión está garantizada porque la jornada de entrega de premios fue difundida a través de la prensa local, de la página web del Gobierno de Navarra, la web de la Asociación de Mujeres Empresarias y Directivas de Navarra y las páginas web de las empresas participantes y ganadoras.

En relación al **alto grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción** de comunicación, señalar que en la misma estuvieron presentes la Confederación de Empresarios de Navarra y las empresas participantes, por lo que la cobertura puede considerarse del 100% del sector empresarial navarro, sector al que se dirige esta actuación.

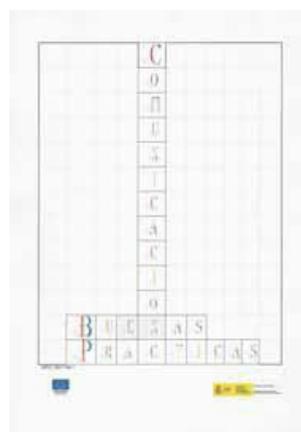
El **grado de calidad** se manifiesta en el interés del sector empresarial navarro y la Confederación de Empresarios en concurrir a estos premios así como la asistencia de las autoridades del Gobierno de Navarra y el Ayuntamiento de Pamplona al acto de entrega de los mismos.

Por último, se han utilizado las **nuevas tecnologías** de información para su difusión, a través de las páginas web del Gobierno de Navarra, de la Asociación de Mujeres Empresarias y Directivas de Navarra y de las empresas participantes.

**PRÁCTICA 12: Ediciones de apoyo al seguimiento de información y publicidad “La Evaluación de los Planes de Comunicación FSE” y “Buenas Prácticas en Comunicación”**, presentada por la Autoridad de Gestión del FSE que han servido para difundir y sistematizar los trabajos realizados en comunicación por los organismos responsables de los planes de comunicación.

Se considera que es una “buena práctica”:

Por la **adecuación de los contenidos a los objetivos perseguidos**, ya que desde su inicio se pretendía realizar una recopilación de los trabajos realizados, desde la evaluación hecha a los Planes de Comunicación FSE y sobre la experiencia de productos y acciones de comunicación de éstos desarrolladas en este periodo.



Por haber **incorporado criterios de igualdad de oportunidades**, tanto en los contenidos documentales como en la distribución de ambas publicaciones.

Por la **adecuación con el objetivo general de difusión de los fondos**, puesto que el objetivo básico de las ediciones ha sido el de ofrecer un producto de difusión sobre las herramientas de comunicación utilizadas por los organismos que implementan el FSE, cuyo objetivo último es el dar a conocer la labor de los fondos.

Por el **alto grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción de comunicación**.

Los trabajos desarrollados versan sobre las actuaciones realizadas por todos los organismos que participan en las políticas y programas del FSE y son de utilidad a representantes institucionales de la Comisión Europea y de la Administración General del Estado responsables de los Fondos Comunitarios; representantes de las CC.AA y de organismos actualmente implicados en el desarrollo y la gestión del FSE, ONGs e interlocutores sociales.

Por el uso de **nuevas tecnologías de la información**, al haberse difundido a través de la página web de la Autoridad de Gestión.

### **PRÁCTICA 13: Creación de la Red de Comunicación de los Programas Operativos a nivel de la Comunidad Foral de Navarra.**

Esta red constituida en 2012 e integrada por representantes de la Dirección de Servicio de Desarrollo Internacional y todos los gestores que participan en los programas operativos de Navarra pretende ser un foro de información, intercambio de opiniones y de análisis del Plan de Comunicación de la Comunidad Foral de Navarra y la evolución de su grado de cumplimiento.

A estos efectos se han designado representantes de cada uno de los servicios que están implicados en la gestión de fondos comunitarios. Esta red servirá, asimismo, para que los acuerdos adoptados en el GERIP, Grupo Español de Responsables en materia de información y comunicación de nivel nacional, y al que asiste la representante designada por la Dirección del Servicio de Proyección Internacional, traslade los acuerdos adoptados en el seno de esta red a los gestores autonómicos, de forma que todos participemos con mayor información en la gestión de la comunicación.

Esta red nace con vocación de permanencia, por lo que pretende que sus miembros participen en la estrategia de comunicación de Navarra que se desarrollará en el período de programación 2014-2020.

Se considera esta actuación como una “buena práctica” porque:

En cuanto al **uso de recursos innovadores** en la presentación, organización y/o desarrollo, lo innovador de esta práctica es acercar la estrategia de comunicación a Navarra, de forma que los gestores de operaciones financiadas de Navarra, puedan aportar sus opiniones, criterios e iniciativas en la elaboración y desarrollo de la estrategia de comunicación. De igual forma conocen el sistema informático de volcado de indicadores y el grado de ejecución de dichos indicadores en esta comunidad de forma continua.



En lo referido a la **adecuación de los contenidos a los objetivos perseguidos**, el objetivo de transmisión de la información de la ayuda que la Unión Europea presta a los ciudadanos a través de las operaciones cofinanciadas queda ampliamente cubierto mediante la mayor y más inmediata información que se transmite a los gestores, y que éstos transmiten a personas beneficiarias, y posibles beneficiarias.

Los criterios de **igualdad de oportunidades** están incorporados ya que se trata de una red integrada por las personas gestoras de fondos y cuya actuación está destinada a todos los ciudadanos y ciudadanas, y cuya representante en el GERIP, red nacional, es una funcionaria adscrita al Servicio de Proyección Internacional encargada de transmitir la información de esta red a las personas destinadas a la gestión de fondos a nivel autonómico.

El objetivo general de la **difusión de los fondos** se cumple totalmente al ser un foro de debate y un cauce importante de transmisión y difusión de información a toda la ciudadanía mediante la participación de miembros de la administración obligados al cumplimiento de la normativa europea en esta materia.



Concerniente al criterio referido al **grado de cobertura sobre la población** objetivo de la acción de comunicación, señalar que el objeto de la creación de esta red está constituido en principio por la elaboración de la estrategia de comunicación en Navarra en coordinación con el Estado, y al participar en la misma tanto el Organismo Intermedio como los gestores de fondos, el grado de cobertura es del 100%.

En cuanto al criterio de evidencia de un **alto grado de calidad** conviene remarcar que es una red con representantes designados con vocación de permanencia para el próximo período de programación y que incrementa, trasladando a un nivel más inmediato, el número de redes en la que esta comunidad participa.

El uso de **nuevas tecnologías de la información** va asociado a esta práctica y se basa en el conocimiento de la herramienta informática de volcado de indicadores existente en la Dirección General de Fondos Comunitarios del Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas. Por otra parte, está previsto que los gestores realicen el volcado de sus datos en la aplicación informática existente en el Servicio de Proyección Internacional, de forma que estos datos sean recogidos para su posterior y definitivo volcado por la persona responsable de comunicación de este servicio en la página del Ministerio.

***PRÁCTICA 14: Visita de la Consejera de Economía, Hacienda e Industria del Gobierno de Navarra acompañada por la alcaldesa de Baztán y por representantes de los grupos municipales del Ayuntamiento al campus empresarial de Lekaroz***, actuación cofinanciada por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional. Participaron también representantes de las empresas implicadas en el proyecto.

El Campus Empresarial de Lekaroz, que albergó el célebre colegio Lekaroz, es de construcción pública y gestión privada por parte de la empresa CIL-Lekaroz (formada por Sedena y Red Leaf), que lo alquila con opción a compra, y pretende desarrollar un área para la puesta en marcha de iniciativas culturales, educativas y económicas, mediante la instalación de empresas del sector servicios con alto valor añadido en el valle de Baztán.

El Gobierno de Navarra adquirió en el año 2007 el antiguo colegio de Lekarotz, y en el año 2009 firmó un convenio con el valle de Baztán y la asociación de antiguos alumnos para crear un foco de actividad económica y cultural. La urbanización finalizó en mayo de 2012 con la reurbanización de un ámbito de 120.000 m<sup>2</sup>, y destina 28.000 m<sup>2</sup> edificables al alojamiento de empresas. Este proyecto está en consonancia con la estrategia del Plan Moderna, que es el nuevo Modelo de Desarrollo Económico de Navarra a medio y largo plazo, y las empresas que se instalen en el campus empresarial estarán en condiciones de acceder al sello Moderna de calidad, con acceso a la línea de financiación BEI-Moderna, y al resto de herramientas de financiación del Plan.



El campus contará con servicios adecuados para las empresas a las que está destinado. Así, Telefónica, en colaboración con el Gobierno de Navarra, ha dispuesto una conexión a internet móvil de 42 megas, la más alta de Navarra, y que duplica a la que se comercializa en Pamplona.

Un boulevard central con orientación norte-sur, que parte del entorno de la iglesia, vertebra la trama urbana en torno a la antigua regata, que ha sido recuperada.

La ordenación del espacio es flexible para favorecer las edificaciones de modo libre, sin cerramientos, y el tráfico rodado se limita a los viales perimetrales dotados de aparcamientos.

La primera dotación en ponerse en marcha ha sido el centro de inmersión lingüística que aspira a formar en inglés a más de 3.000 jóvenes, profesionales y profesores al año.

Se considera esta actuación como una “buena práctica” porque:

En lo que respecta al **uso de recursos innovadores** en la presentación, organización y/o desarrollo, se considera innovador reunir a representantes del Gobierno de Navarra, Ayuntamiento de Baztán y empresarios que han participado en la construcción, reconociéndose de este modo el esfuerzo conjunto realizado por todos ellos, y que ha hecho posible su inauguración en 2012, así como la participación público privada en su construcción y gestión. La presentación pública se hizo tanto del propio campus empresarial, como del centro de inmersión lingüística, primera instalación puesta en marcha.

En materia de **adecuación de los contenidos a los objetivos perseguidos**, con la visita de la Consejera recogida en la página web del Gobierno de Navarra, en las ediciones digitales de los periódicos locales y en las ediciones digitales de prensa de ámbito nacional se informa a la ciudadanía que esta actuación ya ha finalizado y está incluida en el Plan Navarra Moderna 2012 de nuevo desarrollo económico, suponiendo una inversión cercana a los 12 millones de euros, cofinanciados con fondos europeos FEDER.

En relación con la incorporación de **criterios de igualdad de oportunidades**, queda garantizada con la asistencia al acto de la Consejera de Economía, Hacienda, Industria y Empleo y la Alcaldesa de Baztán, localidad donde se ubica el Campus Empresarial de Lekaroz. Así mismo, la propia concepción de este espacio empresarial y cultural va dirigida a la ciudadanía en general.



Referido a la **adecuación al objetivo general de difusión de los fondos**, la difusión está garantizada porque la visita fue difundida a través de la página Web del Gobierno de Navarra, y las ediciones digitales de la prensa local, autonómica y nacional.

En relación al **alto grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción** de comunicación, señalar que en la misma fue ampliamente difundida y estuvieron presentes cargos políticos y empresas, por lo que la cobertura puede considerarse del 100% del sector empresarial navarro y la ciudadanía, sectores a los que se dirige esta actuación, en cuanto espacio empresarial y cultural.

El **grado de calidad** se manifiesta en el interés que para el sector empresarial navarro representa la construcción de esta infraestructura de 28.000 metros cuadrados edificables destinados al alojamiento de empresas, y el continuo seguimiento que ha merecido por los medios de comunicación, así como la puesta en marcha del centro de inmersión lingüística.

Por último, se han utilizado las **nuevas tecnologías de información** para su difusión, a través de las páginas web del Gobierno de Navarra y de las ediciones digitales de los periódicos locales, autonómicos y nacionales.

Asimismo, y en cuanto a la propia actuación, Telefónica, en colaboración con el Gobierno de Navarra, ha dispuesto una conexión a internet móvil de 42 megas, la más alta de Navarra, y que duplica a la que se comercializa en Pamplona.

**PRÁCTICA 15: Seminario “Resultados de la Transnacionalidad 2007-13” organizado por el equipo de Transnacionalidad de la UAFSE**, que tuvo lugar el 30 de octubre de 2012, con ánimo de facilitar y dinamizar la colaboración Transnacional, y que estuvo dirigido a todos los gestores de FSE a nivel nacional, cuyo objetivo era compartir los resultados más relevantes de la actividad transnacional.

En estas jornadas, se difundieron las experiencias transnacionales más exitosas llevadas tanto en el marco de los programas operativos regionales y plurirregionales como en las Redes Transnacionales puestas en marcha a instancia de la Comisión Europea.

Se considera que es una “buena práctica” por:

El **uso de recursos innovadores en su aplicación**. Desde el punto de vista de la innovación social, el Seminario tuvo en cuenta las necesidades de las personas participantes atendiendo a su diversidad. En esta línea dos ponentes tenían necesidades especiales por razones de discapacidad y por tanto el espacio físico y los medios audiovisuales utilizados para su presentación se adaptaron a las necesidades de accesibilidad de las mismas.



Por la **adecuación de los contenidos a los objetivos perseguidos**, ya que las presentaciones y experiencias mostradas fueron coherentes con la finalidad del Seminario de presentar resultados obtenidos en el ámbito de la transnacionalidad a lo largo del periodo actual de programación.

Por haber **incorporado criterios de igualdad de oportunidades**, tanto en la selección de los contenidos como en la selección de participantes. A la hora de seleccionar a las personas ponentes que expusieran la buena práctica se buscó un equilibrio en la participación de hombres y mujeres.

Por la **adecuación con el objetivo general de difusión de los Fondos**, puesto que el objetivo básico del seminario ha sido mostrar los resultados de la cooperación transnacional desarrollada en el periodo 2007-13, en cumplimiento con las expectativas recogidas en los reglamentos de los fondos y, más concretamente, del FSE.

Por el **alto grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción** de comunicación. Los trabajos desarrollados versan sobre las actuaciones realizadas por todos los organismos que participan en la Transnacionalidad y han aportado un valor añadido a las actuaciones FSE puestas en marcha en el marco de los programas operativos. Los resultados han sido útiles tanto a representantes institucionales de la Comisión Europea y de la Administración General del Estado responsables de los Fondos Comunitarios, como a representantes de las CC.AA, ONGs e interlocutores sociales y de organismos actualmente implicados en el desarrollo y la gestión de la cooperación transnacional y de las redes transnacionales.



La evidencia de un **alto grado de calidad** en el diseño. A la hora de diseñar al dinámica de las mesas de trabajo se intentó rentabilizar al máximo la escasez de tiempo disponible por lo que se procuró que la mayoría del público asistente tuviera la oportunidad de participar al menos en mesas de 45 minutos. Para ello, se conjugó por un lado el interés del participante a la hora de elegir la primera mesa y, para asegurar un número equilibrado de participantes, se dirigió desde el personal de la organización (siguiendo un modelo de carteles indicativos por colores) a una segunda mesa, atendiendo a criterios de relevancia y competencia de las personas asistentes en relación con la buena práctica expuesta.

Por otra parte, con ánimo de sacar el máximo provecho de las discusiones, se elaboró previamente un guión de dinámica de las mesas con una serie de preguntas pertinentes en relación a la temática de la buena práctica abordada en la mesa de debate.

Por el uso de **nuevas tecnologías de la información**, al haberse difundido a través de la página web de la Autoridad de Gestión.

## 9.2. Identificación adicional de Buenas Prácticas.

Seguidamente se proponen una nueva buena práctica de comunicación, la nº 16 y dos buenas prácticas de acciones cofinanciadas, números 12 y 13, según los criterios que se establecen 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 y según los criterios de identificación y selección de actuaciones acordados en el seno del GERIP.

La identificación adicional de **buena práctica de comunicación** es la siguiente:

- |           |  |      |
|-----------|--|------|
| <b>16</b> | Presentación del proyecto diseño, desarrollo e implantación de microrredes en Navarra, cofinanciado por FEDER. Esta actuación la realiza el Departamento de Innovación y Empresa en colaboración con CENER (Centro Nacional de Referencia en Energías Renovables). | 2013 |
|-----------|--|------|

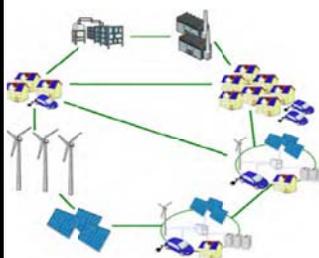
La identificación adicional de **buenas prácticas de operaciones cofinanciadas FEDER** es la siguiente:

- |           |  |      |
|-----------|--|------|
| <b>12</b> | Construcción y puesta en marcha de la Escuela Infantil de la Milagrosa”, promovida por el Ayuntamiento de Pamplona y cofinanciada por el FEDER | 2013 |
| <b>13</b> | Proyecto de “Mejora y desarrollo del tejido económico de la Milagrosa”, promovida por el Ayuntamiento de Pamplona y cofinanciada por el FEDER  | 2013 |

### BUENAS PRÁCTICAS DE COMUNICACIÓN

#### **PRÁCTICA 16: Presentación del proyecto diseño, desarrollo e implantación de microrredes en Navarra, cofinanciado por FEDER con la participación de CENER y la UPNA.**

La Universidad Pública de Navarra y CENER (Centro Nacional de Energías Renovables) participan en un proyecto conjunto de investigación sobre energías renovables basado en microrredes eléctricas, que permiten mejorar la eficiencia energética, reducir emisiones contaminantes, incrementar la seguridad en el suministro y minimizar las pérdidas eléctricas. Las microrredes son sistemas independientes de la red general de energía, donde se produce energía, se almacena y posteriormente se consume en un punto cercano. Permiten ahorrar costes y mejoran la eficiencia energética de las empresas y comunidades.



El proyecto de Microrred de eficiencia energética de Navarra tiene como objetivo potenciar el sector empresarial energético a través de la generación de tecnología y conocimiento propio. Se está llevando a cabo sendos proyectos piloto en el Polígono Industrial de Rocaforte, en la localidad de Sangüesa, y en la Universidad Pública de Navarra, en Pamplona.

Los avances en este proyecto, cofinanciado por el Gobierno de Navarra y la Unión Europea a través de los Fondos FEDER, se presentaron en una jornada, celebrada el 1 de febrero de 2012, en la Escuela Técnica Superior de Ingenieros Industriales y de Telecomunicación (ETSIIT), en la que estuvieron presentes Jorge San Miguel Induráin, Director General de Empresa e Innovación del Gobierno de Navarra; Alfonso Carlosena García, Vicerrector de Investigación de la Universidad y José Javier Armendáriz Quel, Director General de CENER.

En la sesión, también participaron dos de los investigadores principales del proyecto: Luis Marroyo Palomo, responsable del Grupo de Investigación en Ingeniería Eléctrica, Electrónica de Potencia y Energías Renovables (INGEPER) y profesor del Departamento de Ingeniería Eléctrica y Electrónica de la Universidad Pública; y Mónica Aguado Alonso, Directora del Departamento de Integración en Red de Energía de CENER.

La presentación ha concluido con una visita a las dos microrredes instaladas en la UPNA y en CENER-Sangüesa.

Se considera esta actuación una “buena práctica” por:

En lo que respecta al **uso de recursos innovadores**, por reunir a personas relevantes en el sector, investigadores, representantes del Gobierno de Navarra, UPNA y CENER en la presentación del proyecto y complementarlo con visitas de los asistentes a las dos instalaciones. Esta actuación vino precedida por la organización de una jornada de presentación del proyecto en Bruselas, con asistencia de representantes del sector energético europeo.

**La adecuación de los contenidos a los objetivos perseguidos** puesto que la presentación y visitas se realizaron expresamente para dar a conocer los resultados y estado actual del proyecto, dirigido a las empresas navarras. El equipo evaluador considera además, mejorar la defensa de éste criterio señalando que se visitaron dos microrredes instaladas en la Universidad Pública de Navarra y en la localidad de Sangüesa.



La **incorporación de criterios de igualdad de oportunidades** queda demostrada al participar en la jornada la investigadora del proyecto Mónica Aguado Alonso, Directora del Departamento de Integración en Red de Energía de CENER.



La **adecuación al objetivo general de difusión de los fondos** que se ha tenido muy en cuenta en la comunicación realizada, páginas web y diseño del cartel que ocupaba un lugar principal y visible junto a la mesa de participantes con la referencia a la cofinanciación europea y emblema de FEDER.

Por otro lado, constatar que se ha logrado ampliamente, ya que el objetivo final perseguía reforzar e informar al sector empresarial y profesional de Navarra. Cumpliéndose este objetivo, también las empresas navarras tienen en sus manos la transmisión a otros beneficiarios o colaboradores del papel que juega la Unión Europea en esta actuación cofinanciada.

El alto **grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción de comunicación** queda demostrado por la amplia difusión realizada a través de diferentes páginas web, empresariales como Navarra Innova, Universidad, CENER y Gobierno de Navarra, artículos de prensa y periódico del estudiante y por la libre participación empresarial en el acto.



El **grado de calidad** se manifiesta en el interés que para el sector energético y empresarial representa, así como la asistencia de autoridades, expertos y principales investigadores al acto de presentación.



El uso de las **nuevas tecnologías de información**, al haberse difundido a través

de las diferentes páginas web tanto institucionales como empresariales y educativas.

**Por último destacar, que esta propuesta de buena práctica en comunicación está asociada a una buena práctica de operación cofinanciada FEDER realizada en 2009.**

## BUENAS PRÁCTICAS DE OPERACIONES COFINANCIADAS FEDER

### PRÁCTICA 12 “Construcción y puesta en marcha de la Escuela Infantil de la Milagrosa”, promovida por el Ayuntamiento de Pamplona y cofinanciada por el FEDER dentro del PO de Navarra 2007-2013.

Breve descripción de la actuación.

El Ayuntamiento de Pamplona ha puesto en marcha desde el año 2009 un conjunto de medidas dirigidas a la revitalización económica y social del barrio de La Milagrosa. Dentro del conjunto de medidas y en el área temática “Integración Social”, se ha llevado a cabo la construcción y puesta en marcha de una Escuela Infantil.

La nueva Escuela Infantil supone una nueva dotación para la zona con una superficie de 1.629,16 m<sup>2</sup> construidos y que desde septiembre de 2011 viene ofreciendo servicio a más de 100 familias del barrio de la Milagrosa.

Un equipo educativo integrado por 13 personas se responsabiliza del funcionamiento de este servicio educativo destinado a niños y niñas caminantes de hasta 3 años de edad.

Los niños y niñas que son acogidos en este servicio tienen distintos orígenes étnicos con predominancia de sudamericanos y autóctonos.

Una completa ficha descriptiva de este proyecto junto a la información fotográfica de seguimiento de las obras puede consultarse en la siguiente dirección web: <http://www.pamplona.es/VerPagina.asp?IdPag=954&Idioma=1>.



Esta actuación cofinanciada se propone como una buena práctica pues cumple los siguientes criterios de identificación y selección de actuaciones acordados en el seno del GERIP.

Se considera esta actuación una “buena práctica” por:

#### ***Elevada difusión entre los beneficiarios, beneficiarios potenciales y el público en general.***

El proyecto de construcción y puesta en marcha de la Escuela Infantil de la Milagrosa ha tenido una amplia difusión tanto en su fase constructiva como en la fase de puesta en marcha de sus servicios. En numerosas ocasiones, la prensa local así como los soportes web municipales, han prestado información puntual de la marcha de esta actuación destacando el siguiente sitio web: <http://www.pamplona.es/>.

El perfil facebook “La Mila emprende contigo” también ha dado cuenta puntual de las noticias que se han ido produciendo respecto a este proyecto: <https://www.facebook.com/lamilaemprendecontigo>.

También puede verse una reseña del proyecto terminado en la memoria 2011 del Área de proyectos (pág. 58) descargable en la siguiente dirección web: <http://www.pamplona.es>.

De igual modo, hay que decir que se han adoptado las medidas de publicidad reglamentarias y que han facilitado la difusión del proyecto y han dado cuenta de la contribución de los fondos FEDER y la ayuda de la UE. Básicamente estas medidas han consistido en la colocación de un gran cartel durante la obra en un lugar central de la plaza que acoge la escuela infantil, y la sustitución a la finalización de la obra del cartel por una placa informativa con el emblema europeo de acuerdo a las especificaciones establecidas en el art. 8 del R (CE) 1828/2006, colocada en un lugar visible de la entrada a la escuela y que permite que pueda ser vista por la totalidad de las personas visitantes de la escuela.

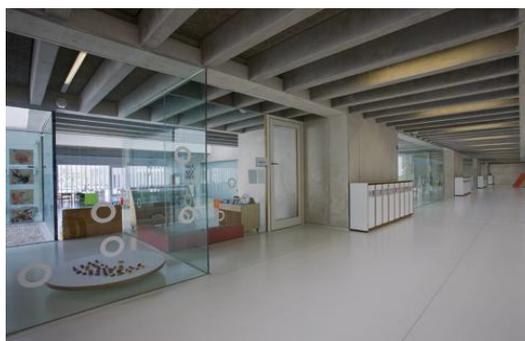
Hay que decir que el proyecto ha tenido un gran impacto mediático para el público en general debido a que ha sido objeto de varias menciones y premios por la calidad constructiva y el enfoque urbanístico de la dotación y por su planteamiento energético eficiente, destacando los siguientes:

- Finalista Premios FAD Arquitectura 2012.
- Premio ENDESA 2012 a la construcción más sostenible no residencial en España.
- Premio Arquitectura Students Award 2011-2012 del MDA Universidad de Navarra.
- Accésit premios COAVN (Colegio Oficial Arquitectura 2013).

#### ***Incorporación de elementos innovadores.***

El proyecto permite identificar varios elementos innovadores en tres ámbitos diferenciados:

- La solución urbanística y constructiva realizada en una parcela difícil y que ha conseguido un diseño innovador que responde de manera muy adecuada al lugar, a la función a la belleza y el uso.
- El comportamiento bioclimático y la calificación energética del edificio con aplicaciones innovadoras respecto de la forma del edificio, vidrios de control solar, aumento considerable del aislamiento por encima de los niveles exigidos en el CTE, control térmico a través de las ventilaciones cruzadas, iluminación natural y la creación de una cubierta vegetal. Así mismo dispone de climatización mediante geotermia e instalación eléctrica de bajo consumo.
- La calidad de la distribución espacial y el equipamiento para la estancia de los niños/as y de los/las profesionales del Centro educativo habiéndose proyectado el programa de usos con la estrecha colaboración entre arquitectos y equipo educativo.



***Adecuación de los resultados obtenidos a los objetivos establecidos.***

La escuela infantil permite cumplir con los objetivos de integración establecidos en el proyecto de la Iniciativa urbana Milagrosa:

- Proporcionando una dotación educativa y social de calidad a una zona desfavorecida de la ciudad.
- Fomentando la interculturalidad entre personas autóctonas e inmigrantes de diferentes etnias.
- Facilitando la incorporación al mercado de trabajo de los padres y las madres de los niños y niñas que acuden a la Escuela.

***Contribución a la resolución de un problema o debilidad regional.***

La actuación permite afrontar alguno de los problemas principales encontrados en el análisis socioeconómico inicial:

- Por una parte, la necesidad de contar con una escuela infantil con las suficientes plazas y con la capacidad de atender un proyecto educativo intercultural, habida cuenta del elevado número de familias inmigrantes asentadas en la zona objeto de la intervención.
- Por otra parte la necesidad de prevenir de una manera efectiva las amenazas de segregación y de dificultades de integración socioeconómica que el colectivo de familias inmigrantes afrontan a su llegada a la zona de intervención.



***Alto grado de cobertura sobre la población a la que va dirigido.***

La totalidad de familias con hijos menores de tres años son las principales beneficiarias directas de esta dotación educativa. La dotación permitirá que entre 100 y 113 niños y niñas al año sean acogidas en un programa educativo de calidad. La demanda de matrículas encontrada en sus dos primeros años de funcionamiento ha sido superior a las 100 sin llegar al máximo disponible de 113 por lo que la oferta responde al objetivo inicial de cubrir el 100% de la demanda existente de este tipo de servicio en la zona de intervención.

Es preciso señalar que la presencia en la zona de intervención de una dotación de calidad contribuye de forma notable a acrecentar el atractivo de la misma satisfaciendo a sus habitantes y a sus potenciales pobladores. En estos momentos la zona de intervención cuenta con cerca de 16.000 habitantes.



***Consideración de los criterios horizontales de Igualdad de oportunidades y de sostenibilidad ambiental.***

La actuación propuesta como buena práctica es en sí misma una actuación que persigue fomentar la igualdad de oportunidades en varios sentidos:

- Proporcionando una dotación educativa y social de calidad a una zona desfavorecida de la ciudad.
- Fomentando la interculturalidad entre personas autóctonas e inmigrantes de diferentes etnias.
- Facilitando la incorporación al mercado de trabajo de los padres y las madres de los niños y niñas que acuden a la escuela, beneficiando especialmente la incorporación de la mujer al mercado laboral.

Por otra parte, se ha abordado de una manera innovadora y exitosa la eficiencia energética del edificio, priorizando y cuidando los aspectos bioclimáticos vinculados a la construcción (orientación, ventilación cruzada, aprovechamiento de la luz, cubierta vegetal, etc.), proponiendo sistemas renovables de energía para la climatización como es el caso de la geotermia, e implantando instalaciones eléctricas de bajo consumo.

### ***Sinergias con otras políticas o instrumentos de intervención pública***

La actuación, inserta en las actuaciones de Integración Social de la Iniciativa Urbana, ha hecho realidad una dotación necesaria, adecuada a la realidad y necesidades de la población con un alto grado de calidad que ha contribuido a reforzar y mejorar los planes locales de reforma urbana de la zona de Milagrosa que se vienen llevando a cabo en los últimos años en el marco del Plan Especial de Reforma Interior, potenciando los efectos positivos perseguidos por la ejecución de estos planes urbanísticos.

**PRÁCTICA 13: “Proyecto de “Mejora y desarrollo del tejido económico de la Milagrosa”, promovida por el Ayuntamiento de Pamplona y cofinanciada por el FEDER dentro del PO de Navarra 2007-2013 y asociada a su vez a una buena práctica de comunicación realizada en 2011 “Comunicación y participación interactiva en Facebook dentro del Programa de apoyo a las pequeñas empresas del barrio de la Milagrosa”.**

Breve descripción de la actuación:

El Ayuntamiento de Pamplona ha puesto en marcha desde el año 2009 un conjunto de medidas dirigidas a la revitalización económica y social del barrio de La Milagrosa. Una de ellas se dirige a la mejora de las condiciones del pequeño comercio y actividades de servicios de la zona objeto de la intervención.

En el planteamiento de difusión y comunicación de las acciones que van realizándose con dicha medida se pensó en una estrategia que atrajera la atención del barrio en su conjunto y no sólo la de los agentes económicos. Es por ello que se han combinado un gran número de actividades destinadas a la formación y asesoramiento especializados para los empresarios de la zona con distintas actividades promocionales y de divulgación dirigidas a la participación de todo el vecindario.

Durante estos años se han desarrollado varias operaciones correspondientes al Plan de Mejora del tejido económico de la Milagrosa.

- Asesoramiento y formación.
- Concursos de escaparatismo e ideas de negocio.
- Campañas de participación y comunicación
- Acciones formativas.
- Desarrollo y actualización de programa de gestión “Ábaco”.
- Elaboración de diagnósticos de imagen de negocio.
- Edición de algunas herramientas de apoyo al comercio como el Manual de Gestión Económica del Punto de Venta.

Todas estas actuaciones han tenido su repercusión en prensa y en otros medios de comunicación como facebook.



Esta actuación cofinanciada se propone como una buena práctica puesto que cumple los siguientes criterios de identificación y selección de actuaciones acordados en el seno del GERIP.

***La actuación ha sido convenientemente difundida entre los beneficiarios, beneficiarios potenciales y el público en general.***

El proyecto ha tenido una amplia difusión desde 2010. Los periódicos con mayor difusión de la región recogen desde 2011 artículos con informaciones relacionadas con la actuación, páginas web como Navactiva (portal para las empresas navarras), memorias del área de proyectos y web municipal a través de la creación del perfil facebook “La Mila emprende contigo”: <https://www.facebook.com/lamilaemprendecontigo>, cursos de formación, talleres y concursos, difunden información de la actuación y su cofinanciación .



En abril de 2010 se decidió crear un perfil específico en Facebook “La Mila Emprende Contigo” que fue considerada **BUENA PRÁCTICA DE COMUNICACIÓN en 2011**.

Al tratarse de un proyecto cofinanciado por FEDER, se han adoptado las medidas de publicidad reglamentarias y que han facilitado la difusión del proyecto y han dado cuenta de la contribución de los Fondos FEDER y la ayuda de la UE. Estas medidas han consistido en la inscripción en los soportes de cartelería, folletos y material publicitario del emblema, referencia y eslogan de FEDER y la UE, siendo conscientes los responsables de comunicación de los órganos ejecutores de la importancia de la aportación comunitaria que permite hacer posible este proyecto.

**Incorporación de elementos innovadores**, concretamente, con la aplicación al proyecto de técnicas de marketing 2.0 basadas en recursos web que facilitan las relaciones sociales, la participación y la interactividad.

**Los resultados obtenidos con la misma se adaptan a los objetivos establecidos**, la revitalización y dinamización del barrio de la Milagrosa se hace patente a través de las distintas actuaciones programadas de asesoramiento y formación, concursos de escaparatismo e ideas de negocio, campañas de participación y comunicación, acciones formativas, desarrollo y actualización de programa de gestión “Ábaco”, elaboración de diagnósticos de imagen de negocio y edición de algunas herramientas de apoyo al comercio como el Manual de Gestión Económica del Punto de Venta.

Estas actuaciones han sido difundidas directamente a través de facebook, con información actualizada de noticias, reportajes, talleres,...



**Contribuye a la resolución de un problema o debilidad regional,** al apoyar y fomentar la revitalización económica y social del barrio de la Milagrosa.

El alto **grado** de cobertura sobre la población a la que va dirigido. Por un lado todos los establecimientos comerciales de la zona y emprendedores con nuevas ideas de negocio como principales beneficiarios directos, e indirectamente la población de aproximadamente 16.000 habitantes, beneficiada de la presencia y fomento de un tejido comercial, necesario para una revitalización económica del barrio.



**Se han tenido en cuenta los criterios horizontales de igualdad de oportunidades y de sostenibilidad ambiental.**

La actuación propuesta persigue fomentar la igualdad de oportunidades, puesto que va dirigida al sector comercial y está totalmente abierto sin ningún tipo de restricción. Además el perfil facebook "<https://www.facebook.com/lamilaemprendecontigo>" es una ventana al público en la que se exponen diferentes convocatorias para favorecer la igualdad de género.

**Sinergias con otras políticas o instrumentos de intervención pública.**

La actuación forma parte de un conjunto de medidas puestas en marcha por el Ayuntamiento de Pamplona desde 2009 dirigidas a la revitalización económica y social del barrio de La Milagrosa.