



Dirección General de Fondos Comunitarios

**EVALUACIÓN FINAL DEL PLAN  
DE COMUNICACIÓN DEL  
PROGRAMA OPERATIVO  
FONDO DE COHESIÓN-FEDER**

28 de febrero de 2014

## Índice

<b>1. METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Diseño técnico de la evaluación .....	2
1.2. Métodos y técnicas utilizadas.....	4
1.3. Valoración de lo anterior.....	7
<b>2. ANÁLISIS DEL SEGUIMIENTO Y APLICACIÓN DE LAS RECOMENDACIONES REALIZADAS EN LA EVALUACIÓN INTERMEDIA DE 2010.....</b>	<b>9</b>
<b>3. ANÁLISIS DEL AVANCE EN EL DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN.....</b>	<b>19</b>
3.1. Principales avances conseguidos respecto a la Pertinencia del Plan .....	19
3.2. Principales avances conseguidos respecto a la validez y consistencia interna del Plan.....	22
3.3. Adecuación de la dotación de los medios económicos, humanos y técnicos asignados a las tareas de comunicación de los Fondos.....	24
3.4. Consideración del Principio de Igualdad de Oportunidades en la Estrategia de Comunicación .....	25
<b>4. ANÁLISIS DE LA APLICACIÓN DE LAS MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD. ....</b>	<b>27</b>
4.1. Avances en la ejecución de las medidas.....	27
4.2. Integración de las actividades de información y publicidad en los informes anuales de ejecución .....	40
4.3. La repercusión de los sistemas de seguimiento en la calidad de la ejecución de las medidas.....	42
<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>50</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 INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD.....</b>	<b>57</b>
<b>8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES: PROPUESTAS PARA MEJORAR LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DE LOS FONDOS ESTRUCTURALES 2014-2020.....</b>	<b>63</b>
<b>9. BUENAS PRÁCTICAS .....</b>	<b>67</b>
9.1. Valoración de las Buenas Prácticas ya identificadas. ....	67
9.2. Identificación adicional de Buenas Prácticas.....	79

## 1. METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN

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

En concreto, la sección primera del Capítulo II del Reglamento (CE) Nº 1828/2006, de 8 de diciembre, de la Comisión, determina las disposiciones relativas a las actividades de información y publicidad que deben llevar a cabo los Estados miembros en relación con las intervenciones de los Fondos Estructurales. Esta normativa ha representado un avance sustancial respecto a la programación precedente del período 2000-2006, incrementando más aún su nivel de exigencia y precisión.

En respuesta a ello, la Dirección General de Fondos Comunitarios (DGFC) del Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas (MHyAP), en colaboración con los Organismos Intermedios participantes en el Programa Operativo (PO) Fondo de Cohesión-FEDER, ha elaborado un Plan de Comunicación.

Dicho Plan se configura como el principal instrumento para establecer, en primer lugar, las medidas en materia de comunicación necesarias para dar una mayor notoriedad y transparencia a la actuación de la UE en dichos campos de intervención y, en segundo lugar, para determinar las responsabilidades y funciones de las diferentes partes implicadas en la gestión de las operaciones cofinanciadas por el Fondo de Cohesión y el FEDER.

Con él, se pretende aumentar el conocimiento que tiene la población en general sobre la UE y la Política Regional, ya que, como se señala en el considerando del Reglamento (CE) Nº 1828/2006, *“los ciudadanos de la Unión Europea no están suficientemente informados del papel que desempeña la Comunidad en los programas de financiación destinados a reforzar la competitividad económica, crear puestos de trabajo y fortalecer la cohesión interna”*.

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

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

Esto explica que la gestión del Programa Operativo Fondo de Cohesión-FEDER 2007-2013 integre diversas acciones de visibilidad de las actuaciones previstas. La garantía de la realización de tales actuaciones recae, tanto sobre la Autoridad de Gestión, como sobre los Organismos Intermedios y/u órganos gestores del PO y los propios beneficiarios. Sólo así será posible ofrecer a la ciudadanía una mayor transparencia, garantizando una amplia información sobre la dimensión que tiene la Política de Cohesión y los Fondos Estructurales, así como de las posibilidades concretas que les brinda.

Pero, no sólo la puesta en marcha de dichas actuaciones, sino también su seguimiento y evaluación, debe ser, como la del resto de ámbitos de gestión, especialmente cuidada. En este sentido, la evaluación de los Planes de Comunicación tiene por objeto valorar el grado de consecución de los objetivos estratégicos del mismo, esto es, medir la eficacia de las medidas de comunicación emprendidas. Como señala el artículo 4.2.c del citado Reglamento (CE) nº 1828/2006, es necesario *“que se evalúen los resultados de las medidas de información y publicidad en cuanto al grado de visibilidad y concienciación de los Programas Operativos, así como del papel desempeñado por la Comunidad”*.

Por lo tanto, su realización se justifica por la necesidad de comprobar si la aplicación de dichos Planes está logrando aumentar la visibilidad del Fondo de Cohesión y el FEDER del PO y del papel desempeñado por la UE, así como la transparencia de la ayuda procedente de los Fondos (artículo 69 del Reglamento (CE) nº 1083/2006).

## 1.1. Diseño técnico de la evaluación

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

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

Dicha Red aprobó la *Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER, Fondo de Cohesión y FSE 2007-2013*, elaborada por la DGFC, con la colaboración de la UAFSE. Para la presente evaluación final, el GERIP (tal y como recoge el acta de su reunión de 22 de enero de 2013) acordó incluir algunas consideraciones a tener en cuenta al objeto de elevar la utilidad de la misma, como el análisis de las recomendaciones efectuadas por la Evaluación Intermedia, un enfoque comparado de los resultados respecto al período 2007-2010 y la valoración de las buenas prácticas identificadas hasta la fecha.

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

- ✚ Los objetivos de los Planes de Comunicación, es decir, visibilidad del Programa Operativo y concienciación de la ciudadanía acerca del papel que Europa juega, a través de la aplicación de la Política Cohesión, en la mejora de su calidad de vida.
- ✚ El alcance de la misma a los grupos objetivo de las actuaciones de comunicación, es decir, los beneficiarios, los beneficiarios potenciales y el público en general.
- ✚ El principio de proporcionalidad (conforme al artículo 4.3 del Reglamento (CE) nº 1083/2006 del Consejo, por el que se establecen las disposiciones generales relativas al Fondo Europeo de Desarrollo Regional, al Fondo Social Europeo y al Fondo de Cohesión, y el Reglamento (CE) nº1080/2006 del Parlamento Europeo y del Consejo de 5 de julio de 2006 relativo al Fondo Europeo de Desarrollo Regional y por el que se deroga el Reglamento (CE) no 1783/1999.

Su diseño se ha organizado en dos grandes fases: la elaboración de los indicadores de seguimiento y evaluación para que éstos se incluyesen y cuantificasen en los Planes de Comunicación, que debían ser aceptados por la Comisión Europea, y el establecimiento de la metodología y criterios de evaluación a aplicar.

Bajo este planteamiento general, el **objetivo principal de la evaluación** es “*analizar el grado de ejecución y resultados e impactos logrados por el Plan de Comunicación*”, apreciando,

asimismo, la calidad de la programación de la estrategia de comunicación y de las medidas aplicadas para garantizar la publicidad de la intervención y el cumplimiento de los requisitos que, en esta materia, establecen los actuales Reglamentos comunitarios.

El **horizonte temporal específico** que abarca la presente evaluación comprende las medidas y actuaciones ejecutadas entre el 1 de enero de 2010 y el 10 de septiembre de 2013. El análisis de dicho período permitirá completar, así, el ya examinado en la Evaluación Intermedia, que comprendía el primer cuatrienio de aplicación de los fondos (2007-2010), dando cobertura a la totalidad del actual período de programación. Con ello se pretende, por tanto, extraer conclusiones referidas también al conjunto del período 2007-2013.

## 1.2. Métodos y técnicas utilizadas

Los métodos y técnicas utilizados han sido diversos y han permitido aunar la obtención de información tanto de carácter cuantitativo como cualitativo. Destacan el análisis documental, el sistema de indicadores y el trabajo de campo (sustentado en la realización de entrevistas, grupos de trabajo y encuestas a la población).

### *Análisis Documental*

---

El análisis documental ha permitido llevar a cabo el examen del marco de referencia relativo a las actuaciones en materia de Información y Publicidad. Se han consultado, de esta forma, los documentos de referencia en este ámbito, como el Reglamento (CE) Nº1828/2006, las sucesivas versiones del Plan de Comunicación del PO de Fondo de Cohesión-FEDER 2007-2013, la documentación emitida por las redes de comunicación europeas y nacionales existentes, la información de seguimiento (actividades de comunicación registradas en INFOCO, Informes Anuales de Ejecución, buenas prácticas, etc.), Manuales de Procedimientos y guías específicas de información y publicidad.

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

### *Sistema de indicadores*

---

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

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

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

✚ **Tipología:** Los indicadores se dividen en indicadores de realización y de resultado. En relación con la estimación de los valores a alcanzar por cada uno de los indicadores se ha consensuado que se realice a 2013 y se consideren las actividades ejecutadas por los responsables de los Planes de Comunicación y por los Organismos Intermedios y/o gestores, así como beneficiarios de los Programas Operativos a los que en ellos se haga referencia.

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

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

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


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



- Tasa de utilidad de las actuaciones.

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

- Grado de conocimiento de los distintos Fondos.
- Grado de conocimiento del papel desempeñado por la Unión Europea.

 **Proporcionalidad:** La evaluación de las actividades de información y publicidad y de los documentos asociados para apreciar la coherencia, eficacia e impacto de la estrategia de comunicación ha respetado el principio de proporcionalidad. De esta forma, el alcance de la presente evaluación es el apropiado para avanzar en la consecución de los objetivos fijados para la misma en la citada *Guía Metodológica*.

### *Trabajo de campo*

---

Se han llevado a cabo entrevistas, tanto directas, como realizadas a través de cuestionarios. Estas entrevistas han sido una herramienta importante para la obtención de información cuantitativa y cualitativa, permitiendo cruzar dicha información con la obtenida de los indicadores de evaluación. De esta forma, se ha podido profundizar en la estimación de los efectos directos e indirectos de las medidas de Información y Publicidad puestas en marcha.

Atendiendo a criterios de equilibrio en cuanto a representatividad y calidad, se ha entrevistado a la Autoridad de Gestión, los Organismos Intermedios designados y a otros organismos en su calidad de beneficiarios y/o gestores de los fondos, con la finalidad de obtener información ligada con las propias medidas de comunicación llevadas a cabo, y con la repercusión de la información en la mejora de la propia gestión de los Fondos. Asimismo, se han realizado entrevistas a beneficiarios privados de las ayudas comunitarias, que han permitido también recoger su visión respecto a la información y publicidad de la ayuda comunitaria.

Por otra parte, se han celebrado dos grupos de discusión en los que han participado los distintos tipos de agentes implicados en la gestión y desarrollo de las actuaciones en materia de información y publicidad.

En concreto, tales sesiones tuvieron lugar en el Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas, el 23 de septiembre de 2013 y tenían como principales objetivos reunir a organismos y entidades implicados en el PO, enriquecer el análisis de los impactos estimados respecto a la transparencia y la visibilidad de los Fondos Europeos, y generar nuevas ideas y puntos de vista,

en torno a la identificación de las necesidades o problemas en materia de información y publicidad, y sus posibles soluciones.

Los temas abordados se centraron en la sensibilización y concienciación de la ciudadanía, en la que se analizaron los canales, instrumentos, objetivos cubiertos, y principales obstáculos y éxitos identificados en el desarrollo de las tareas de comunicación; y la accesibilidad y calidad en la formación e información proporcionada en materia de Información y Publicidad.

Finalmente, se ha abordado a un proceso de [encuestación a la población española](#) con el objetivo de contrastar si el público en general está concienciado del papel que la UE juega en la mejora de su calidad de vida. El colectivo investigado ha sido el de las personas mayores de 15 años residentes en todo el territorio nacional. La realización de estas encuestas ha posibilitado la estimación los dos indicadores de impacto relativos al grado de conocimiento del Fondo de Cohesión y el FEDER, así como del papel desempeñado por la Unión Europea.

El diseño realizado ha permitido alcanzar los objetivos de la encuesta, considerando una estratificación por regiones. El tamaño de la muestra teórica total se ha situado en 16.000 unidades. Para proceder a la afijación de las unidades en cada una de las distintas Comunidades y Ciudades Autónomas y en aras de respetar el principio de proporcionalidad se han establecido dos grupos independientes, en función de la pertenencia de cada uno de ellas al Objetivo Convergencia (Convergencia pura y Phasing-out) o al Objetivo de Competitividad (Competitividad pura y Phasing-in).

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

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

### 1.3. Valoración de lo anterior

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

sobre los logros alcanzados y la probabilidad de conseguir los objetivos marcados para todo el período.

Con tales fines, la selección de los métodos y técnicas a aplicar responde al propio diseño de evaluación adoptado en la *Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER, Fondo de Cohesión y FSE 2007-2013*. Todo ello ha facilitado la adopción de un enfoque centrado sobre los puntos fundamentales que debe atender la evaluación al objeto de propiciar la obtención de un valor añadido de cara a mejorar la estrategia de comunicación en el horizonte 2020.

Ello permite concluir la adecuación de la metodología para contestar, con las máximas garantías, las preguntas de evaluación y, por otro, la idoneidad de las técnicas formuladas para contribuir a la apreciación del desempeño de los Planes respecto a su eficacia e impacto.

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

La Evaluación Intermedia del Plan de Comunicación del Programa Operativo Fondo de Cohesión-FEDER, realizada en 2010, contó con un marcado carácter pragmático, basado en su orientación a la mejora de las condiciones de desarrollo del Plan, incrementado las posibilidades de éxito y maximizando el impacto de las medidas adoptadas en el mismo.

Esta funcionalidad se ha sustentado en dos pilares: el [partenariado](#) (que ha garantizado la participación de todos los agentes implicados en el desarrollo del Plan de Comunicación en el procedimiento de Evaluación) y la inclusión en el informe final de un capítulo de [conclusiones y recomendaciones](#) (que se ha traducido en la práctica en la adopción de medidas para la mejora de los procedimientos, ejecución e impacto de las actuaciones de comunicación).

En la fase de implementación del procedimiento de evaluación, el [principio de partenariado](#) en la Evaluación Intermedia quedó ampliamente garantizado a través de la participación tanto de la Autoridad de Gestión como de los Organismos Intermedios/órganos gestores y los organismos económicos y sociales en las diferentes vías instrumentadas para la obtención de información cuantitativa y, sobre todo, cualitativa.

Así, se entrevistó a la totalidad de los órganos gestores de fondos del PO Fondo de Cohesión-FEDER. Estas entrevistas permitieron obtener información acerca del grado de conocimiento de las obligaciones en materia de comunicación, así como la utilidad de las actuaciones realizadas y la satisfacción derivada de las mismas. Asimismo, se celebraron dos grupos de trabajo orientados a enriquecer el análisis de los impactos alcanzados por el plan de comunicación, a través del análisis colectivo y el debate, y a generar nuevas ideas y puntos de vista.

Por otra parte, una vez finalizado el informe de evaluación se dio una importante divulgación de los resultados obtenidos, que ha facilitado el conocimiento de los resultados de la misma.

A este respecto, el principal instrumento de difusión lo ha constituido la web de la Dirección General de Fondos Comunitarios del Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas.

Finalmente, la implementación de las recomendaciones realizadas, en una fase posterior, también ha contado con una participación activa de todas las administraciones implicadas. De hecho, en torno al 67% de las recomendaciones han implicado, de forma directa o indirecta, a más de un organismo (la Autoridad de Gestión y los Organismos Intermedios).

Por otra parte, en la fase final de elaboración del informe de Evaluación Intermedia del Plan de Comunicación, se plantearon una serie de [conclusiones y recomendaciones](#), que, en los términos recogidos 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*, recogen, a partir de la información cuantitativa y cualitativa analizada, están orientados a maximizar eficiencia del Plan de Comunicación.

Adicionalmente, este capítulo de conclusiones y recomendaciones constituye el punto de partida para la Evaluación Final del Plan, en la medida en que su análisis permitirá determinar el grado de superación de los déficits detectados en un primer momento, así como el aprovechamiento de las potencialidades observadas en la comunicación de la Política de Cohesión y, de forma particular, del Fondo de Cohesión y el FEDER.

Así, el seguimiento posterior de las recomendaciones, el conocimiento en el transcurso del tiempo de su aplicación y los resultados obtenidos como consecuencia de la misma, permitirán a los evaluadores, pero también a los organismos implicados en la gestión del Plan, tener un conocimiento real de las mejoras introducidas y, en caso de considerarse necesario, contar con la posibilidad de introducir nuevos cambios en las distintas áreas.

En líneas generales, las conclusiones de la Evaluación Intermedia apuntan la existencia de una estrategia pertinente y coherente que responde a las necesidades de los diferentes grupos destinatarios que en los primeros años fue implementada de forma efectiva, permitiendo avanzar en la consecución de los objetivos. Sin embargo, se señalan, en paralelo, algunas posibilidades de mejora a través de las recomendaciones que ascienden a un total de doce.

La revisión y el estudio de tales recomendaciones ha permitido su [clasificación](#) en base a los objetivos que las determinaron: la mejora en la ejecución y seguimiento de las medidas de información y publicidad; la mejora de los procedimientos de gestión relacionados con las obligaciones de comunicación; y la mejora de los resultados e impactos de las medidas de información y publicidad.

Esta clasificación pone en relieve la importancia concedida en el proceso de evaluación a la necesidad de continuar avanzando en la obtención de *resultados e impactos* efectivos. De hecho, el 66,7% de las recomendaciones realizadas se estructuran en este ámbito. En concreto entre las mismas se incluyen un total de 8 recomendaciones que inciden en dos aspectos: en la necesidad de continuar potenciando el trabajo en red a través de GERIP y GRECO-AGE, así como las actuaciones de formación entre los beneficiarios, por una parte; y en la necesidad de implementar actuaciones que favorezcan la sensibilización de la ciudadanía en relación con la Política de Cohesión, particularmente entre los colectivos con menor conocimiento de la misma y recurriendo a los instrumentos entre los que se constata un mayor impacto potencial.

- ✚ **RECOMENDACIÓN 5:** Continuar potenciando las acciones de información y trabajo en red realizadas en el marco definido por las redes GERIP y GRECO-AGE. De este modo se trata de continuar avanzando en la consolidación del sistema coordinado de funcionamiento implementado y que ha dado lugar a los positivos resultados observados en los indicadores de impacto de los beneficiarios.

Particularmente relevante resulta, en el contexto del PO Fondo de Cohesión-FEDER, el trabajo realizado en el seno del GRECO-AGE que constituye un cauce rápido de transmisión hacia los más de 100 organismos que perciben Fondos Europeos a través de la Administración General del Estado. Por ello, sería interesante potenciar su papel como foro de intercambio de experiencias entre los beneficiarios del PO..

- ✚ **RECOMENDACIÓN 6:** En el mismo sentido, el importante esfuerzo realizado en el ámbito de la celebración de sesiones de formación para los beneficiarios ha permitido obtener unos niveles de conocimientos muy elevados. De cara a los próximos años, convendría continuar trabajando en esta línea, lo que permitiría una actualización permanente de los conocimientos.

- ✚ **RECOMENDACIÓN 7:** Dado que el Fondo de Cohesión resulta el menos conocido de los Fondos Europeos sería interesante incidir en la realización de actuaciones de información y publicidad que incrementasen la concienciación ciudadana de su participación en el desarrollo sostenible de España en ámbitos tan concretos como el transporte y el medio ambiente. Para ello, por ejemplo, los beneficiarios podrían incidir en especificar aquellos proyectos que dentro del PO Fondo de Cohesión-FEDER 2007-2013 son cofinanciados específicamente por el Fondo de Cohesión.

Por otra parte, resulta muy conveniente una implicación creciente de los Ayuntamientos que, por su proximidad en el territorio a los ciudadanos y su implicación en el desarrollo de muchos de los proyectos realizados en el marco del PO, cuentan con las herramientas para llevar a cabo actuaciones con un importante impacto potencial en el área local. Ejemplos de ello pueden ser la realización de diferentes actuaciones en medios de comunicación locales, así como otras actuaciones cercanas a la ciudadanía como la realización de jornadas para la presentación de los proyectos en los que se destaquen, de un lado, las posibilidades que representa el Fondo en la realización de los proyectos y, de otro, los resultados alcanzados con la implementación de los mismos.

- ✚ **RECOMENDACIÓN 8:** Insistir en la realización de actuaciones específicas dirigidas a aquellos grupos de población en los que se observa un menor conocimiento de la Política Regional Europea y los Fondos Estructurales, como son la población femenina y el colectivo de personas de menor edad, con el objetivo de maximizar el impacto de la política de comunicación en este sentido..

✚ **RECOMENDACIÓN 9:** Así, entre la población femenina sería interesante promover la emisión de anuncios y/o reportajes en los medios de comunicación de mayor impacto entre las mujeres que, de acuerdo con el Estudio General de Medios corresponde a la televisión y las revistas.

✚ **RECOMENDACIÓN 10:** Por lo que se refiere a los/as más jóvenes, sería recomendable potenciar el recurso a Internet como vía para incrementar la sensibilidad de la población de entre 15 y 24 años, por ejemplo a través de la creación de ámbitos específicos en las webs oficiales de los Organismos Intermedios dedicados a la información acerca de los proyectos cofinanciados en el marco del PO Fondo de Cohesión-FEDER.

Por otra parte, dado que, desde una perspectiva temática, el área menos conocida corresponde a los proyectos de medio ambiente la realización de campañas de difusión de los resultados obtenidos en los diferentes proyectos en los colegios e institutos podría incrementar la concienciación de la población más joven sobre la importancia del Fondo de Cohesión y el FEDER en el desarrollo regional.

✚ **RECOMENDACIÓN 11:** Aprovechar la importante capacidad de influencia de los anuncios en televisión, prensa o radio, fundamentalmente en el ámbito local, para llevar el mensaje de la Política de Cohesión a un volumen mayor de la población..

✚ **RECOMENDACIÓN 12:** Ampliar el uso de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación como herramienta de comunicación, aprovechando su creciente influjo entre la población, particularmente, más joven, a la vista de que sólo un porcentaje reducido de los encuestados han tenido conocimiento de la Política Regional a través de las mismas. Para ello se plantea la conveniencia de que aquellos Organismos Intermedios que no han utilizado sus páginas web como vehículos para la transmisión de la importancia de los Fondos Estructurales en la dotación de infraestructuras medioambientales y de transporte introduzcan en las mismas una sección específica con este mensaje.

En lo relativo a los *procedimientos de gestión* relacionados con la comunicación se realizaron dos recomendaciones (el 16,7% del total), las cuales ponen énfasis en la conveniencia de continuar avanzando en la consolidación de los procedimientos de ejecución y seguimiento establecidos y, de forma particular, en lo relativo a la aplicación informática INFOCO, solventando las dificultades detectadas en los años iniciales de desarrollo del Plan de Comunicación.

✚ **RECOMENDACIÓN 1:** Proseguir en la introducción de mejoras que optimicen el funcionamiento de la aplicación informática de “Indicadores de Publicidad”, facilitando la carga de información.

Asimismo en el caso de aquellos organismos en los que se han detectado problemas en el uso de la metodología establecida para la recopilación de la información sería conveniente adecuar el procedimiento a la metodología establecida, por ejemplo realizando una adecuada definición de las actuaciones realizadas sin recurrir al uso de siglas.

- ✚ **RECOMENDACIÓN 2:** Dado que el importante esfuerzo realizado ha permitido implementar un sistema de seguimiento y evaluación de calidad sería conveniente continuar avanzando en la línea de trabajo establecida, consolidando tanto la propia fórmula de trabajo como los resultados derivados de la misma.

Finalmente, las recomendaciones relacionadas con las potenciales mejoras en *la ejecución y seguimiento de las medidas* han representado el 16,7% restante. Éstas se han centrado, fundamentalmente en la propuesta de un seguimiento específico tanto de los indicadores como de los organismos en los que se han observado incidencias en la fase de arranque.

- ✚ **RECOMENDACIÓN 3:** Realizar un estrecho seguimiento de aquellos indicadores que podrían ser objeto de posible revisión en un futuro por estar muy próximos a los valores-objetivo, dado que en algunos de ellos se han observados deficiencias en algunos registros que podría, por ejemplo, agruparse al referirse a las mismas acciones.

- ✚ **RECOMENDACIÓN 4:** Realizar un seguimiento específico de los organismos que no han tenido ejecución en los indicadores de comunicación con el fin de constatar que no existe un retraso en el volcado de la información. De ser así, habría que concienciar a los implicados de la conveniencia de grabar la información relativa a la ejecución de los indicadores en el momento en el que se genera, es decir, cuando se realiza la actividad que se trate.

En el supuesto de que la ausencia de ejecución resulte real habría que incentivar la puesta en marcha de sus actividades de información y publicidad en aquellos organismos implicados, una vez se haya iniciado las actuaciones cofinanciadas.

Una vez presentadas y clasificadas las diferentes recomendaciones, el siguiente paso en el proceso de valoración de las mismas es determinar su **pertinencia**. La evaluación de dicha pertinencia se plantea a través de la respuesta a dos cuestiones básicas:

- ¿Aportan las recomendaciones una *respuesta útil* a las debilidades detectadas en el ámbito de la comunicación del PO Fondo de Cohesión-FEDER 2007-2013?
- ¿Son *aplicables* desde una perspectiva práctica por parte de los organismos afectados y en el tiempo previsto?



La vinculación entre las conclusiones (a través de las cuales quedan de manifiesto los ámbitos de mejora en el desarrollo de la estrategia de comunicación) y las recomendaciones se refleja en el propio informe de la Evaluación Intermedia del Plan de Comunicación, gracias a la disposición de las recomendaciones, ubicadas tras la presentación de la correspondiente conclusión a la que se asocia.

Partiendo de esta información se han detectado dos tipos de conclusiones: aquéllas que constatan la existencia de una ventaja del Plan de Comunicación, sin identificar ámbito de mejora alguno y aquéllas que de una manera más o menos directa identifican posibles vías de progreso. Éstas últimas constituyen la amplia mayoría y, en todos los casos, están asociadas a, al menos, una recomendación, cuando no a varias, lo que implica la definición de varias vías complementarias para el abordaje de los déficits identificados.

Así, se puede concluir que las recomendaciones realizadas presentan un importante grado de utilidad, en la medida en que ofrecen respuestas claras y directas a las necesidades identificadas y proponen diferentes métodos de calidad para su solución a medio plazo.

En este último punto introducimos el segundo de los elementos que permite evaluar la pertinencia de las recomendaciones, su aplicabilidad. Desde la perspectiva temporal, todas las recomendaciones han podido ser abordadas en el período comprendido entre 2010 y 2013, con el compromiso efectivo de todos los organismos implicados y, particularmente, de la Dirección General de Fondos Comunitarios.

De todo ello se deduce que se pueden considerar útiles y aplicables y, en definitiva, pertinentes el 100% de las recomendaciones realizadas por el equipo evaluador en la anualidad 2010.

Finalmente, por lo que respecta a los resultados derivados de la implementación de dichas recomendaciones, éstos han sido diversos en función del grado de atención que han recibido cada una de ellas.

En el ámbito de los *procedimientos de gestión relacionados con la información y la publicidad* la atención a las recomendaciones puede considerarse muy significativa, habiéndose alcanzado los siguientes avances:

- Las mejoras introducidas en la aplicación informática INFOCO y la mejora en la descripción de las actuaciones registradas en la misma (**Recomendación 1**).

La DGFC ha habilitado la posibilidad de grabar la ejecución de los indicadores por organismo gestor, mediante códigos identificativos. Al igual, se han incluido filtros que permiten obtener informes de seguimiento particularizados.

Las medidas adoptadas para elevar el cumplimiento de la metodología de seguimiento han consistido en intensificar la revisión, por parte de la DGFC, de la información aportada por los órganos gestores para su validación o corrección. Asimismo, se ha proseguido con la tarea de asesoramiento y de resolución de dudas, tanto en el marco de GRECO-AGE, como en consultas bilaterales.

Todo ello ha dado como resultado una mejora en la capacidad de manejo de toda la información contenida en INFOCO y un mayor grado de implicación en todos los organismos que redundan en unos niveles de ejecución más elevados, habiéndose mejorado la calidad de la información a través de una descripción más precisa de las actuaciones y una reducción del recurso a las siglas en la misma.

- Además de continuar con el trabajo en red con todos los organismos gestores del PO, a través del grupo de trabajo GRECO-AGE, se han tomado nuevas medidas que refuerzan el método de trabajo instaurado (**Recomendación 2**), como la elaboración del “Manual recopilatorio de cuestiones de tipo práctico en materia de comunicación”. Esta publicación recoge, de una manera homogénea y clara, los aspectos más relevantes de las acciones de información y publicidad relacionadas con las actuaciones cofinanciadas.

Los efectos obtenidos han sido positivos. Cabe señalar, por ejemplo, la definición de un marco de trabajo común para la identificación y presentación de buenas prácticas de proyectos cofinanciados basado en criterios prácticos, o la generación de documentos complementarios que facilitan las tareas de seguimiento y evaluación. En materia de evaluación, hay que destacar la disposición de unos pliegos-tipo para la evaluación final de todos los Planes, que asegura, respetando el principio de proporcionalidad, un alcance adecuado y la obtención de resultados homogéneos en todos los casos.

En el ámbito de la *ejecución y seguimiento de las medidas de comunicación*, por su parte los resultados pueden considerarse muy positivos en la medida en que la implementación de las recomendaciones ha derivado en:

- Las medidas que se han llevado a cabo para evitar la desagregación de actividades similares que conducían a una sobreestimación de la ejecución se enmarcan en las ya descritas para mejorar el seguimiento de los indicadores (**Recomendación 3**). Así, además del refuerzo de las tareas de revisión de la DGFC, y de asesoramiento a los órganos gestores, está el compromiso de un volcado de indicadores más continuo en INFOCO (al menos dos veces al año).

Por otra parte, se ha llevado a cabo una reprogramación de los valores a 2013 de los indicadores de realizaciones y resultados, que ha sido aprobada por los Comités de Seguimiento del PO (ver apartado 3.1 del presente informe).

Los resultados derivados de la puesta en práctica de esta recomendación han dado lugar, por un lado, a la implantación de mecanismos dirigidos a agilizar el seguimiento de las actividades de comunicación (gracias a la carga al menos dos veces al año de indicadores y la revisión de los mismos por la DGFC) y, por otro, a una programación más ajustada a la realidad de la ejecución.

- El seguimiento específico de los Organismos que en 2010 no habían volcado información de INFOCO se ha instrumentado a través del trabajo en red de GRECO-AGE, las reuniones bilaterales realizadas con todos los Organismos Intermedios y el seguimiento particular que la DGFC ha venido realizando periódicamente de la información volcada en la aplicación (**Recomendación 4**).

Como resultado de ello todos los Organismos Intermedios actuales del PO han registrado actuaciones de comunicación con la única excepción del Ayuntamiento de Vitoria.

Finalmente, las recomendaciones en el área de *resultados e impactos* han tenido una implementación que puede considerarse media, dado que la orientación de las actuaciones hacia aquellos temas y colectivos en los que se habían detectado mayores déficits ha sido indirecta y los resultados en la práctica han resultado limitados, de acuerdo con lo que se desprende de las encuestas realizadas a la población (ver capítulo 7).

- En lo que se refiere a la potenciación de los resultados del trabajo en red de los diferentes Organismos Intermedios a través de las redes de comunicación y la formación continuada de órganos gestores y beneficiarios (**Recomendaciones 5 y 6**), han venido consolidándose las pautas establecidas en el inicio del período de programación en los siguientes términos.

Desde abril de 2010 se han celebrado 9 reuniones de GERIP y 6 de GRECO-AGE, en las que se han aclarado dudas y abordado diversas cuestiones de interés, tanto del actual período de programación, como de las discusiones en materia de información y publicidad de cara al nuevo período 2014-2020.

Los principales logros que se pueden señalar del trabajo en red realizado ya han sido anteriormente mencionados y se refieren a la mejora de los procedimientos de seguimiento, la creación de una base de datos de buenas prácticas, o la preparación, de una forma coordinada, del proceso de evaluación final de los Planes de Comunicación, entre otros.

Por lo que se refiere a la formación continuada, la distribución de información continúa ha sido uno de los puntos clave del funcionamiento de las redes, que se ha visto complementado con la celebración de jornadas, seminarios, cursos, etc. Si bien este tipo de actuaciones ha tenido una repercusión mayor en los años iniciales del desarrollo del Plan de Comunicación, han tenido continuidad a partir de 2010, cobrando un protagonismo prioritario en los mismos la temática del futuro de la Política Regional Europea en el período 2014-2020.

De hecho, el 83% de los órganos gestores han participado en alguna jornada o sesión formativa en relación con los requisitos de comunicación entre 2010 y 2013.

- El esfuerzo por mejorar el conocimiento del Fondo de Cohesión se ha materializado, tal y como se recogía en la **Recomendación 7** en una implicación creciente de los Ayuntamientos en el ámbito local.

Así, la totalidad de los mismos (con la única excepción del Ayuntamiento de Vitoria, como consecuencia de que no ha ejecutado gasto desde 2011) han puesto en marcha actuaciones de comunicación en los últimos años. Además se observa una notable diversificación, si tenemos en cuenta que el 71,4% de ellos ha registrado información en al menos cuatro indicadores.

Sin embargo, el conocimiento de la población en relación con el Fondo de Cohesión se ha reducido ligeramente con respecto a la Evaluación Intermedia (ver capítulo 7). Esta incidencia se ha visto condicionada por las circunstancias socioeconómicas por las que pasa la economía española, así como por elementos más técnicos como la necesidad de que las medidas alcancen una masa crítica para lograr una repercusión real.

- Finalmente, la orientación de actuaciones específicas hacia los colectivos en los que se han detectados mayores deficiencias de conocimiento en torno a la Política de Cohesión y, de forma particular, el Fondo de Cohesión y el FEDER, como la población femenina y la población joven (**Recomendaciones 8, 9 y 10**), ha tenido un carácter indirecto. Es decir, se han implementado actuaciones que pese a no tener como colectivos prioritarios a los señalados, sí pueden tener una mayor repercusión sobre los mismos.

Así, desde 2011 la Autoridad de Gestión viene realizando, con carácter anual, diversas actuaciones en medios de comunicación de gran alcance para llegar al conjunto de la ciudadanía y, particularmente, a la población femenina.

En lo que se refiere a los resultados, se ha constatado una reducción de la brecha de género existente en el conocimiento de la Política de Cohesión (ver capítulo 6).

Asimismo, si bien no se han realizado actuaciones específicas orientadas a la población más joven, se observa un importante recurso a Internet como instrumento de difusión, lo que facilita el acceso a la población de entre 15 y 24 años, que ha experimentado una ligera mejoría del conocimiento del Fondo de Cohesión (ver capítulo 7).

- Finalmente, y relacionado con esto último, se han visto potenciados dos de los instrumentos con mayor impacto efectivo y/o potencial entre la ciudadanía: los medios de comunicación e Internet (**Recomendaciones 11 y 12**).

En lo que se refiere a las campañas realizadas en los medios, junto a las ya referidas de la DGFC, los Organismos Intermedios han puesto en marcha otras más vinculadas a los proyectos cofinanciados y sus resultados. Es el caso, por ejemplo de ADIF que ha insertado

anuncios en cines de Madrid, Cuenca, Albacete y Valencia, anuncios en prensa y en televisión, anuncios en prensa, etc. en el marco de la Campaña inauguración de la línea de alta velocidad Madrid-Valencia; algunos Ayuntamientos que realizan anuncios en radio, programas locales y/o regionales de televisión, anuncios en prensa, etc.; o La junta de Castilla y León que en 2012 puso en marcha una campaña de medios 12, por señalar solo algunos ejemplos.

Por su parte, el recurso a Internet cobra fuerza de modo progresivo. Así, en 2013, más del 60% de los Organismos Intermedios (un total de 23) cuentan en su página web con una sección específica dedicada a la Política de Cohesión y a explicar el papel del Fondo de Cohesión y el FEDER en el desarrollo regional. Ello supone un incremento con respecto a 2010, cuando únicamente se computaban 14 sitios web con estas características, de en torno al 64%.

Entre estos nuevos sitios web se encuentra la página de Acuaes (organismo que ha adquirido por sucesión universal todos los bienes, derechos y obligaciones de las sociedades de aguas absorbidas con efectos de 1 de enero de 2013, de acuerdo con el Plan de Reestructuración y Racionalización del Sector Público Empresarial y Fundacional Estatal), inicialmente no prevista en la programación.

El capítulo 4.1 recoge una información más detallada a cerca de la ejecución en estos indicadores.

En definitiva, las conclusiones y recomendaciones realizadas en el procedimiento de Evaluación Intermedia del Plan de Comunicación del PO Fondo de Cohesión-FEDER 2007-2013 pueden considerarse coherentes y útiles como fórmulas de respuesta a las necesidades identificadas en relación con los procedimientos, la ejecución y los resultados e impactos de las actuaciones de comunicación.

En la práctica, han sido tomadas en consideración por todos los organismos implicados y, de forma particular, por la Dirección General de Fondos Comunitarios, en tanto Autoridad de Gestión, lo que ha permitido un avance importante en la resolución de las debilidades detectadas. No obstante, la atención a las recomendaciones ha sido insuficiente en determinados casos para mejorar el conocimiento que la población tiene del Fondo de Cohesión y del FEDER (tal como se analiza en el capítulo 7 del presente Informe).

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

El Plan de Comunicación del PO Fondo de Cohesión-FEDER 2007-2013 recoge la definición de una estrategia de información y publicidad que ha permitido informar de los logros alcanzados para la consecución de los objetivos garantizando la publicidad de la intervención, la transparencia de su ejecución y la información puntual de los avances producidos en la misma.

La Evaluación Intermedia puso de relieve el cumplimiento de todas las exigencias reglamentarias respecto a la planificación, gestión y ejecución del Plan de Comunicación, que hacía que la valoración de la estrategia de comunicación resultase favorable.

Desde entonces, los logros conseguidos han permitido una consolidación de los elementos positivos en todos estos ámbitos, al tiempo que se han introducido mejoras en cuestiones relativas al desarrollo de la estrategia.

En este marco, los epígrafes siguientes abordan, de forma detallada, los principales avances en la implementación del Plan con respecto a la pertinencia, la validez y consistencia interna de la estrategia; la adecuación de la dotación de los medios económicos, humanos y técnicos asignados a las tareas de comunicación; y la consideración del Principio de Igualdad de Oportunidades en la estrategia de comunicación.

#### 3.1. Principales avances conseguidos respecto a la Pertinencia del Plan

La pertinencia de la estrategia de Comunicación ha mantenido una evolución positiva, de modo que no sólo se han consolidado los primeros avances (2007-2010), sino que también se han mejorado diversos aspectos que afectan al desarrollo de las medidas de información y publicidad.

Así, con relación a la **programación de la comunicación** formulada para el actual período 2007-2013, hay que señalar que la jerarquía de objetivos establecidos en la estrategia se ha visto aún más reforzada. Ello se debe al incremento en la previsión de los valores objetivo de, prácticamente, todos los indicadores de realización del Plan.

La Evaluación Intermedia efectuada, pero también el seguimiento continuo de las acciones de información y publicidad, han aconsejado adecuar la cuantificación de dichas metas. De esta forma, puede afirmarse que la estrategia de comunicación del Plan es más pertinente al ajustarse en mucha mayor medida a la realidad de la ejecución.

Dichos cambios, aprobados por el Comité de Seguimiento del Programa Operativo, han consistido en:

- ✚ Un incremento de más del 80% en el número de actos públicos, cuyo valor objetivo a diciembre de 2013 ha pasado a ser de 550. Dicho aumento ha motivado también que el número de asistentes se haya elevado hasta los 55.000, frente a los 35.000 programados inicialmente.
- ✚ El objetivo a 2013 para las acciones de difusión realizadas en los medios (spots de televisión, anuncios en prensa, cuñas en radio, “*banner*” en Internet, notas de prensa, etc.) con motivo de dar a conocer entre la ciudadanía los proyectos cofinanciados, o la Política Regional Europea, también han aumentado significativamente (un 47%).
- ✚ Las publicaciones externas aspiran a alcanzar las 243 al término del período, lo que implica un aumento muy importante, de casi el 70%.
- ✚ El número de páginas Web destinadas a proporcionar información sobre los Fondos Estructurales y las operaciones que apoyan se ha elevado a 22. Esto significa que hay más organismos implicados en difundir el papel de la UE y su contribución a la cohesión económica y social en las regiones españolas.
- ✚ El valor previsto respecto a la utilización de los distintos soportes (pósteres, carteles, placas, expositores, stands y/o vallas) con fines publicitarios también ha aumentado hasta un 55%.
- ✚ Por último, el importante volumen de documentación distribuida desde la Autoridad de Gestión y los Organismos Intermedios a los Organismos Gestores del Programa Operativo, así como desde los propios Órganos Gestores a los beneficiarios de las operaciones que desarrollan, ha justificado el incremento del valor objetivo de este indicador en cerca de un 60%.

Desde la perspectiva de la **gestión operativa del Plan**, la valoración de la pertinencia se evalúa también de forma muy satisfactoria. Las razones que motivan esta apreciación fortalecen las apuntadas por la Evaluación Intermedia.

El papel del GERIP se ha consolidado como el instrumento clave para favorecer una gestión eficiente y coordinada de las actuaciones de información y publicidad con relación a la Política de Cohesión. Prueba de ello son los últimos logros alcanzados, que evidencian la adecuada aplicación práctica del conjunto de los Planes de Comunicación. Entre ellos, cabe reseñar:

- ✚ El establecimiento de unos criterios comunes para la identificación de buenas prácticas de actuaciones cofinanciadas, que complementan a los ya existentes en materia de comunicación.

- ✚ La creación de un banco de buenas prácticas, disponible en la página Web de la Autoridad de Gestión, que ilustra los importantes resultados conseguidos en los distintos ámbitos de intervención de los Fondos.

Dicho protagonismo ha sido similar, en el marco de los organismos de la Administración General del Estado involucrados en la gestión de recursos del FEDER y Fondo de Cohesión, con el grupo técnico de trabajo GRECO-AGE.

Además, la participación de los responsables nacionales de comunicación en las distintas reuniones celebradas de la red europea de comunicación INFORM sigue siendo un factor que está ayudando a interpretar la información y la legislación publicitaria, favoreciendo, por tanto, la adopción de las mejores soluciones para el caso de España.

En último lugar, la evaluación de la pertinencia, desde la óptica del **seguimiento y la evaluación**, es igualmente muy positiva. En este sentido, hay que señalar que se han resuelto las dificultades iniciales que dificultaban el seguimiento financiero de los Planes de Comunicación. Ello ha sido posible gracias al establecimiento de unos criterios para la determinación del gasto asociado a las medidas de información y publicidad.

Además, como ya se ha apuntado, los indicadores de realización y resultados definidos se han mostrado eficaces, tanto para medir el avance en la aplicación del Plan de Comunicación, como para asegurar las posibles revisiones del mismo.

Otro elemento que merece una consideración especial es el relativo a las sucesivas mejoras introducidas en la aplicación informática de seguimiento INFOCO. En concreto, se han ampliado las posibilidades de hacer un seguimiento particularizado por organismo gestor, lo que ha permitido, a su vez, elevar su capacidad de reporte, facilitando, por tanto, la explotación de la información; y se ha mejorado la seguridad en el acceso a la información, al vincular el mismo al uso del correspondiente certificado digital, lo que permite autenticar y garantizar la confidencialidad de la información, personalizando el acceso y evitando suplantaciones.

Asimismo, en materia de evaluación, la elaboración de la *Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER, Fondo de Cohesión y FSE 2007-2013*, que ya sirvió para aclarar el alcance, contenido y trabajos a desarrollar de la Evaluación Intermedia, es también ahora el referente fundamental a tener en cuenta en esta Evaluación Final.

No obstante, dado que el ejercicio de evaluación es un proceso manifiestamente dinámico, la red GERIP acordó adecuar el contenido de la Evaluación Final para elevar la utilidad de la misma, como ya se ha referido en el apartado 1.1.



En conclusión, todos estos argumentos constatan los **avances producidos que afianzan los elevados niveles de pertinencia ya observados en la Evaluación Intermedia.**

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

La Evaluación Intermedia puso de manifiesto la coherencia de la estrategia de comunicación diseñada en el caso del Programa Operativo Fondo de Cohesión-FEDER. Dicha valoración se basaba, tanto en la comprobación de que las prioridades y las acciones previstas en el Plan de Comunicación **resultaban acertadas para el cumplimiento de los objetivos finales establecidos, como en la relación entre las necesidades de información de los destinatarios y tales actuaciones.**

Con respecto al primero de los aspectos analizados, se constata que, desde la realización del anterior ejercicio de evaluación, se han incrementado tanto los objetivos cuantificados de los indicadores como el número de actuaciones de comunicación previstas y por tanto, cabe pensar que el grado de cumplimiento de los objetivos del Plan será también más elevado. Es por ello, que se corrobora la **positiva valoración de la consistencia interna.**

A este respecto, el incremento del número de acciones relacionadas con la distribución de documentación interna, así como de determinados actos y eventos relacionados con la Política Regional, facilitan, sobre todo, la consecución del objetivo de *proporcionar información clara sobre las oportunidades financieras y de participación que ofrece el Programa, garantizando la mayor transparencia al dar a conocer los sistemas y procedimientos de gestión y los requisitos y procedimientos para acceder a los fondos en él recogidos.*

Por su parte, el aumento de las acciones de difusión y de ciertas publicaciones externas, entre otras, favorece el logro del objetivo de *hacer visibles las intervenciones recogidas en el Programa Operativo, reflejando el papel que desempeña la Unión Europea en su cofinanciación, para que la opinión pública comprenda así el alcance de la Política de Cohesión Europea y entienda como dichas intervenciones contribuyen a incrementar el crecimiento económico de España y sus regiones, pero también a incrementar su nivel de bienestar.*

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

Aunque aún se aprecia en algún caso un cierto margen de mejora, lo anterior ha dotado también de una mayor coherencia al Plan de Comunicación, por cuanto cada indicador recoge

las tipologías de acciones de información y publicidad que comprende, reflejando mejor las realizaciones y resultados, así como los recursos ejecutados en cada tipo de actividad.

De esta forma, se aprecia una correspondencia mucho más estrecha entre el diseño de la estrategia de comunicación formulada y el examen de su ejecución observada en el sistema de seguimiento instaurado a través de la aplicación INFOCO, lo que aporta mayores dosis de coherencia al Plan de Comunicación.

A su vez, el compromiso adoptado en GERIP y GRECO-AGE de cargar la ejecución de indicadores en varios momentos a lo largo del año ha proporcionado una mayor consistencia temporal al Plan de Comunicación, ya que eleva la capacidad de respuesta del indicador a los propósitos que motivaron su selección, es decir, a su posibilidad de utilización en los momentos clave de seguimiento y evaluación del Plan.

Desde la óptica de los **destinatarios de las medidas de información y publicidad**, los resultados de la Evaluación Intermedia incidían en que *“la estrategia de comunicación formulada responde de forma adecuada a las demandas de información que tienen, tanto los participantes y beneficiarios potenciales del Programa, como el conjunto de la población”*.

Los principales avances registrados en este sentido tienen que ver con la implementación, hasta la fecha, de todas las actuaciones contempladas en el Plan de Comunicación, dirigidas, tanto a los potenciales beneficiarios y/o participantes en el Programa y a los beneficiarios u organismos gestores, como al conjunto de la ciudadanía.

Si en los primeros años de aplicación del Plan, ya se pusieron en marcha las medidas tendentes a interesar a los posibles beneficiarios e informarles de las obligaciones derivadas de su participación en el Programa, desde entonces han aumentado las orientadas a divulgar la existencia del Programa Operativo Fondo de Cohesión-FEDER y el contenido de sus intervenciones, difundir información sobre su evolución, acercar el papel de estos Fondos a la ciudadanía e informar al público de la ayuda obtenida de los Fondos.

En consecuencia, puede afirmarse que las necesidades de información de los grupos destinatarios del Plan se han visto razonablemente satisfechas. Por un lado, las medidas destinadas a beneficiarios potenciales, beneficiarios reales y órganos gestores han propiciado que el acceso y aplicación de los Fondos gocen de unos elevados niveles de transparencia. Así, han sido abundantes las actuaciones efectuadas durante todo el período de formación e información relativas a los mecanismos y procedimientos de gestión de las ayudas comunitarias.

Por otro, se han llevado a cabo múltiples actividades destinadas al público para aumentar la visibilidad y notoriedad del Programa Operativo y de la Unión Europea en su propósito de impulsar el crecimiento económico y la cohesión social y territorial. Sin duda, tales actuaciones

han tratado de mejorar la percepción de la Política de Cohesión de la Unión Europea entre el público español, así como consolidar el conocimiento de sus principales logros.

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

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

La Evaluación Intermedia puso de relieve las limitaciones existentes para valorar la adecuación de la dotación presupuestaria inicialmente destinada a comunicación, debido a que la previsión del Plan no tenía en cuenta las actuaciones de todos los organismos gestores de fondos que participan en los correspondientes PO, ni el coste de aquellas realizadas con cargo a recursos propios (por tanto, no cofinanciadas).

De hecho, ésta se llevó a cabo en un momento que podría calificarse de “*transitorio o de adaptación*”, dado que el GERIP estaba inmerso en un proceso de ajuste en la metodología para la determinación del presupuesto orientativo del Plan de Comunicación, así como la adopción de una solución consensuada para adaptar el mismo a las posibilidades reales de desarrollo de la estrategia de comunicación de los diferentes Planes.

Tal proceso partía de la necesidad de tener en cuenta dos elementos fundamentales que en un primer momento no habían sido tomados en consideración como son la participación de todos los agentes implicados en el desarrollo de los PO y la integración de actuaciones no cofinanciadas con Fondos Estructurales y/o Fondo de Cohesión dentro del presupuesto indicativo del Plan de Comunicación.

A resultas de ello se ha producido una revisión del presupuesto inicial que ha permitido la adaptación presupuestaria del Plan de Comunicación a las posibilidades reales de la estrategia, mejorando, de esta forma, la coherencia financiera del mismo.

En la actualidad, el presupuesto se sitúa en los 4.800.000 euros. De acuerdo con ello, la eficacia financiera del Plan se sitúa en el 87,2% a 10 de septiembre de 2013, lo que supondría el 104,6% del presupuesto inicial (de 4.000.000 euros).

De mantenerse el ritmo de ejecución medio del período 2007-2010, sería necesario un año adicional para ejecutar el 100% del gasto programado.

En consecuencia, el presupuesto puede considerarse adecuado para el desarrollo de la estrategia de comunicación.

Por lo que respecta a la **dotación de medios humanos y materiales**, la Evaluación Intermedia resaltó el aumento de la carga de trabajo provocado por las mayores exigencias reglamentarias en comunicación. En este sentido, se ha realizado un esfuerzo notable por parte de los equipos encargados de las ayudas cofinanciadas.

En concreto, la mayoría de los organismos gestores ha designado una persona responsable en materia de comunicación, que, a su vez, suele ser la misma que se encarga de otras parcelas de la gestión de los fondos. Por su parte, la DGFC, como responsable del Plan de Comunicación, cuenta con una unidad específica para dicho cometido. La continuidad en el tiempo del equipo de trabajo en la Autoridad de Gestión, que ha venido prestando el apoyo necesario a los Organismos Intermedios y órganos gestores en el desarrollo de sus funciones, ha hecho posible capitalizar la experiencia acumulada en los primeros años del período de programación.

Por lo tanto, la evolución de estos últimos años ha mejorado la situación de partida, en dos ámbitos: la concienciación creciente de los distintos organismos implicados de la relevancia de la comunicación y la mayor experiencia de los responsables de comunicación en el desarrollo de sus funciones.

Ambos elementos se han traducido, en la práctica, en claros **avances en el compromiso de desarrollo de la política de comunicación**, así como en la **calidad de las actuaciones implementadas y las posibilidades de llevar a cabo un seguimiento cada vez más eficiente.**

Finalmente, en relación con los medios técnicos, ya se han referido anteriormente (apartado 3.1) las mejoras introducidas en la aplicación informática INFOCO que garantizan la disponibilidad de información ajustada y actualizada en todo momento.

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

El Plan de Comunicación del PO Fondo de Cohesión-FEDER 2007-2013 se caracteriza, tal y como quedó patente en el procedimiento de Evaluación Intermedia realizado durante la anualidad 2010, por una presencia horizontal del principio de Igualdad de Oportunidades entre hombres y mujeres en todas las fases de desarrollo del mismo: definición de los objetivos, identificación de grupos destinatarios e instrumentación práctica de las medidas programadas.

En el período comprendido entre 2010 y 2013, se ha producido una consolidación de los aspectos estratégicos y, fundamentalmente, un avance claro en el ámbito más operativo de la implementación de las medidas de comunicación, que abarca dos dimensiones diferenciadas:

- ✚ La realización de las acciones de información y publicidad cuyo objetivo prioritario es poner en valor la igualdad de oportunidades.

Destacan, entre tales actuaciones, las puestas en marcha por parte de la Autoridad de Gestión en torno a dos eventos fundamentales: las reuniones de la Red de Políticas de Igualdad entre Mujeres y Hombres en los Fondos Estructurales y el Fondo de Cohesión y la elaboración y publicación de la Evaluación Estratégica Temática de Igualdad de Oportunidades.

En torno a los mismos, además, se ha generado una importante información tanto de carácter interno (documentación interna), como es el caso de las presentaciones distribuidas, como de carácter externo (acciones de difusión), entre las que se encuentran las publicaciones de notas de prensa y noticias en medios de ámbito regional y nacional.

Todos ellos son elementos que han permitido avanzar en el logro de una mayor visibilidad de las actuaciones de la Unión Europea (a través de los Fondos Estructurales y el Fondo de Cohesión) entre las mujeres y, de forma específica, en la relevancia concedida por la Unión Europea a garantizar la igualdad de oportunidades y de trato entre ambos sexos y en luchar contra toda discriminación.

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

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

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

La Evaluación Intermedia puso de manifiesto la eficacia de la concreción de la estrategia en medidas específicas destinadas a beneficiarios y beneficiarios potenciales y a la ciudadanía en su conjunto concretadas en el Plan de Comunicación del PO Fondo de Cohesión-FEDER 2007-2013.

Desde 2010 se ha continuado llevando a cabo las medidas continuas previstas en el Plan de Comunicación, así como todas aquellas relacionadas con la puesta en marcha, el desarrollo y la finalización de las actuaciones cofinanciadas entre 2010 y 2013, lo que ha permitido ejecutar el todas las medidas previstas en el capítulo 3.2 del Plan de Comunicación.

Como resultado de ello se han puesto en marcha un volumen significativo de actuaciones que han permitido una consecución muy notable de los objetivos cuantificados en el Anexo de Indicadores del Plan de Comunicación.

De esta forma, los niveles de eficacia alcanzados durante todo el periodo de programación se han situado en valores relativamente próximos a los objetivos fijados: la eficacia media en la ejecución de los indicadores de realización es a 10 de septiembre de 2013 del 92,2% y de los indicadores resultado del 91,9%.

Estos logros se han visto especialmente impulsados durante el último trienio de ejecución con valores promedio de ejecución que ascienden al 66,3% y el 83,7% en los indicadores de realización y resultado, respectivamente (ver Tabla 1).

De forma concreta, en el período comprendido entre 2010 y 2013 el ritmo de ejecución ha oscilado entre el 43,3% del número de reuniones de las redes de información y publicidad y el 104,5% del número de páginas web. Si bien es necesario señalar que en la mayor parte de los indicadores se alcanzó un máximo en los años 2010 ó 2011 para iniciar posteriormente una minoración en la ejecución como se verá a continuación.

**Tabla 1. Ejecución del Plan comunicación del PO Fondo de Cohesión-FEDER 2007-2013 desde el 01/01/2010 hasta el 10/09/2012**

Tipo Activ.	Indicador realización	Programación	Ejecución	%	Indicador Resultado	Programación	Ejecución	%	Montante estimado
1	Nº actividades y actos públicos	550	247	44,90%	Nº de asistentes	55.000	35.653	64,80%	257.456
2	Nº de acciones de difusión	2.300	1.203	52,30%					770.040
3	Nº de publicaciones externas realizadas	243	152	62,60%	% publicaciones distribuidas / editadas	100%	98,70%		496.548
					Nº puntos de distribución	255	222	87,10%	
4	Nº de páginas Web	22	23	104,50%	Nº de Visitas	272.000	277.586	102,10%	55.360
5	Nº de soportes publicitarios	1.120	554	49,50%					594.148
6	Nº de documentación interna distribuida	546	276	50,50%	% de organismos cubiertos	100%	95,90%		5.757
7	Nº de redes de información y publicidad	3	3	100%	Nº reuniones	60	26	43,30%	12.250
					Nº asistentes	99	93	94,20%	

**Tabla 2. Ejecución del Plan comunicación del PO Fondo de Cohesión-FEDER 2007-2013 desde el 01/01/2007 hasta el 10/09/2012**

Tipo Activ.	Indicador realización	Programación	Ejecución	%	Indicador Resultado	Programación	Ejecución	%	Montante estimado
1	Nº actividades y actos públicos	550	441	80,20%	Nº de asistentes	55.000	45.971	83,60%	493.002
2	Nº de acciones de difusión	2.300	2.062	89,70%					1.640.635
3	Nº de publicaciones externas realizadas	243	217	89,30%	% publicaciones distribuidas / editadas	100%	98,60%		607.550
					Nº puntos de distribución	255	237	92,90%	
4	Nº de páginas Web	22	23	104,50%	Nº de Visitas	272.000	251.856	92,60%	190.362
5	Nº de soportes publicitarios	1.120	979	87,40%					1.104.397
6	Nº de documentación interna distribuida	546	512	93,77%	% de organismos cubiertos	100%	97,90%		21.356
7	Nº de redes de información y publicidad	3	3	100%	Nº reuniones	60	53	88,30%	23.407
					Nº asistentes	99	88	89,10%	

Especial referencia merecen, más allá de los casos particulares de las web y las red de comunicación que tienen un carácter continuo, las publicaciones externas realizadas y las actividades y actos públicos celebrados, particularmente en lo relativo al número de asistentes que en estos años ha alcanzado prácticamente las dos terceras partes de los programado para el conjunto del período.

Por otra parte, desde una perspectiva general, destaca la mayor diversidad de órganos gestores en todos los indicadores, lo que pone de manifiesto la diversificación de las actuaciones de comunicación desarrolladas por los mismos.

Pese a todo, a 10 de septiembre de 2013 no se ha logrado alcanzar los objetivos establecidos para todo el período de programación. Si bien las perspectivas son favorables si tenemos en cuenta que, en el marco de la regla N+2, se seguirán realizando actuaciones de comunicación hasta el 31 de diciembre de 2015, con lo que las probabilidades de alcanzar los objetivos previstos son máximas.

Desde una perspectiva más formal, el análisis detallado ha permitido alcanzar algunas conclusiones generales como son:

- ✚ La mejora ostensible en la calidad de la descripción de las actuaciones respecto a la Evaluación Intermedia, favorecida por el compromiso mostrado por los Organismos Intermedios y el papel coordinador ejercido por el **GRECO-AGE**. Pese a ello aún se observan registros puntuales donde caben ciertas precisiones. Así, a pesar de los avances observados, cabe apuntar la necesidad de proceder, en algunos casos concretos (que se detallan a continuación en el análisis particularizado de los indicadores), a una definición más precisa de las actuaciones que se han cargado en la aplicación INFOCO, con el fin de evidenciar de una forma más clara la vinculación de la actividad realizada con la cofinanciación del Fondo de Cohesión-FEDER.
- ✚ Aunque la aplicación de la metodología para la recopilación de las actuaciones de comunicación y su cómputo en los correspondientes indicadores ha sido correcta en todos los organismos gestores, se observan algunos casos concretos de discordancia en los datos, apareciendo actuaciones que deberían ser computadas en indicadores diferentes al que se presentan.

En todo caso, la variedad de las actuaciones y su evolución a lo largo del tiempo hace interesante hacer un análisis específico por tipo de actividad o indicador para facilitar la comprensión de los logros conseguidos por el plan de Comunicación.

El análisis del indicador de **actividades y actos públicos** revela una ejecución moderada hasta la fecha. A falta de un trimestre se han ejecutado 441 de las 550 programados (un 80,2% aproximadamente del valor programado para todo el período), con un número de 45.971



asistentes. Sin embargo, hay que señalar la existencia de algunos registros duplicados (como por ejemplo, los actos de inauguración de líneas de alta velocidad de ADIF) o ubicados erróneamente (como la realización el buzoneo de publicaciones por parte del Ayuntamiento de Santander).

Desde una perspectiva temporal, se observa un avance en los primeros años del período de programación, llegando a alcanzar en 2010 su máximo con 89 actos públicos observados y 9.679 asistentes. A partir de ese año se inicia una reducción en el número de actos celebrados, llegando a celebrarse 49 durante el año 2012. Pese a ello, la importancia concedida a este tipo de actuaciones en un contexto de restricción presupuesta, queda de manifiesto si tenemos en cuenta que en la segunda parte del período se han realizado el 44,91% de los actos del período.

En relación con la temática pierden relevancia los actos relativos a la presentación del Programa y la formación relativa a los procedimientos a favor de los actos de comunicación en torno al desarrollo específico de sus actuaciones y, aunque en mucha menor medida, de la presentación de los resultados de las mismas. Como resultado de ello se amplía el número de órganos gestores que realizan este tipo de actividades en un 26,1%.

En todo caso, el mayor protagonismo corresponde a la DGFC. La Autoridad de Gestión es, de hecho, el organismo que ha realizado mayor número de encuentros, talleres y jornadas, no solo durante el último trienio sino a lo largo de todo el período de programación, con 154. En ellos ha dado a conocer los distintos aspectos de la economía y Política Regional. Le sigue en importancia ADIF, con un total de 66 eventos, principalmente relacionados con la puesta en marcha de nuevas líneas de alta velocidad cofinanciadas en el marco del Programa.

El Principado de Asturias completa la relación de organismos que han mostrado un mayor dinamismo a la hora de proporcionar información a través de la organización de este tipo de actividades durante todo el período de programación, en concreto se trata de la celebración de cursos, reuniones, seminarios y actos en torno al Día de Europa.

En el extremo opuesto encontramos algunos organismos donde la ejecución ha sido reducida. Dicha ejecución puede justificarse por varios motivos:

- ✚ La reducida dimensión de la ayuda gestionada, lo que, de acuerdo con el principio de proporcionalidad, explica la escasez de eventos organizados. Éste es el caso, por ejemplo de los Ayuntamiento de Girona y Lleida, que además dieron por finalizadas las actuaciones cofinanciadas mediado el período, con lo que no presentan ejecución en el último trienio. Así como de la Confederación Hidrográfica del Miño – Sil.
- ✚ Los cambios organizativos y competenciales que restringen temporalmente la realización de actuaciones. Éste es el caso, por ejemplo de las Sociedades de Aguas. Un ejemplo lo

encontramos en Aguas del Duero, S.A. o en Acuaes (Sociedad Estatal de Aguas de las Cuencas de España, S.A.) que sólo ha realizado actuaciones en el año 2013. No obstante, este hecho debe contextualizarse en el marco de la reestructuración experimentada por las Sociedades Estatales de Aguas<sup>1</sup>: Acuaes surge en 2013 tras el cambio de denominación de Acuaebro que a su vez absorbió Acuasur y Acuanorte, que habían venido manteniendo una importante actividad en el marco de este indicador.

- ✚ El escaso recurso a este tipo de actividades de comunicación, como ha sucedido en los casos de la Confederación Hidrográfica del Cantábrico o la Junta de Andalucía. En este último caso, pese a que las actuaciones puestas en marcha han sido abundantes, éstas han estado más vinculadas a los PO regionales que al PO Fondo de Cohesión-FEDER. También en este grupo se encuentra la Dirección General del Agua, si bien es necesario destacar el esfuerzo realizado desde la Evaluación Intermedia.

Respecto al indicador de resultado, el número de asistentes a los actos públicos organizados ha sido algo inferior a lo esperado durante todo el período de programación (83,6%). Sin embargo merece una valoración positiva si tenemos en cuenta que el número medio de asistentes efectivo (104) ha sido superior al programado (100). Por otra parte, esta capacidad de convocatoria ha resultado mayor en la fase posterior a la Evaluación Intermedia, años en los que pese a haberse realizado menos actos públicos estos han contado con una mayor afluencia, abarcando el 77,6% del total de la participación.

En definitiva, la capacidad de convocatoria de eventos realizados ha sido superior a las expectativas iniciales y ha venido incrementándose con el paso del tiempo, si bien el número de participantes total no ha alcanzado el objetivo previsto como consecuencia de que no se ha celebrado el número de actos esperados.

---

<sup>1</sup> Como consecuencia del acuerdo adoptado en Consejo de ministros el 16 de marzo de 2012, por el que se aprueba el Plan de Reestructuración y Racionalización del Sector Público Empresarial y Fundacional Estatal, las Sociedades Estatales Aguas de las Cuencas del Sur, S.A. (Acuasur) y Aguas de las Cuencas del Norte, S.A. (Acuanorte) han sido absorbidas por la Sociedad Estatal Aguas de la Cuenca del Ebro, S.A. (Acuaebro), que bajo la nueva denominación Sociedad Estatal Aguas de las Cuencas de España (Acuaes) ha adquirido por sucesión universal todos los bienes, derechos y obligaciones de las sociedades absorbidas con efectos de 1 de enero de 2013.

Por otra parte, y como consecuencia del acuerdo adoptado en Consejo de Ministros el día 30 de abril de 2010, las Sociedades Estatales Aguas de la Cuenca del Tajo, S.A. (Acuatajo) y Aguas de la Cuenca del Guadalquivir, S.A. (Acuavir) fueron absorbidas por la Sociedad Estatal Hidroguadiana S.A., bajo la denominación Sociedad Estatal Aguas de las Cuencas el Sur.

A su vez, la Sociedad Estatal de las Cuencas del Norte, S.A. (Acuanorte), fue el resultado de la fusión por absorción de Aguas de la Cuenca del Norte, S.A. (absorbida) por Aguas del Duero, S.A. (sociedad absorbente), en ejecución del Consejo de Ministros de 30 de abril de 2010.

La ejecución alcanzada hasta septiembre de 2013 en **acciones de difusión** en medios de comunicación asciende a 2.062, lo que supone un 89,7% del valor programado para todo el período.

La evolución de la ejecución de estas actividades manifiesta un avance en los primeros años del período de programación, llegando a alcanzar en 2009 su máximo con 484 acciones de difusión. Pese a que a partir de ese momento el ritmo de ejecución se ralentiza (llegando a computarse 235 durante todo el año 2012), el 52,3% de las actuaciones corresponden a la segunda mitad de período.

Las vías de divulgación más frecuentes han sido los anuncios de licitación, notas de prensa elaboradas y la aparición de noticias en los medios de comunicación sobre los proyectos cofinanciados.

La información recogida en INFOCO ha evolucionado, desde una perspectiva formal, favorablemente. Los Organismos Intermedios han realizado un importante esfuerzo en la mejora de la definición de las actuaciones. No obstante, aún se detectan algunos casos en los que habría poner más énfasis en destacar la contribución de la UE en la descripción de la acción. En ocasiones, el mensaje original de la fuente (medio de comunicación, título del anuncio en Boletines, entre otros) no alude específicamente al Fondo de Cohesión-FEDER, por lo que su traslación literal a INFOCO impide advertir la aportación comunitaria de las inversiones (caso por ejemplo de los registros realizados por Acuaes –“Nota de prensa de la presentación de ofertas ampliación bajo Iregua”–, Puertos del Estado – “Anuncio publicitaria en revista especializada. Transporte XXI” –, Castilla y León – “Campaña de medios anuncios en prensa escrita varios diarios” –, entre otros). Por otra parte, se observa la existencia de registros en los que no se especifica la actuación, y solo se indica el medio de comunicación empleado, como sucede en el caso del Ayuntamiento de Santander.

En cuanto a órganos gestores, ADIF encabeza este listado el 25,4% de todas las actuaciones llevadas a cabo a lo largo del período de programación y con algo más del doble que las del posicionado en segundo lugar (Comunidad de Castilla y León, con el 12,7% del total).

El contrapunto lo ponen la Mancomunidad de Canales de Taibilla, el Ayuntamiento de Bilbao, la DGFC, la Confederación Hidrográfica del Duero y el Ayuntamiento de Barcelona, que no superan las 10 actuaciones cada una en todo el período de programación. Estos casos difieren entre sí si tenemos en cuenta el volumen de ayuda programada (que oscila de los 17 millones de euros del Ayuntamiento de Bilbao a los 80 del Ayuntamiento de Barcelona)

El tercer tipo de actividades de información y publicidad que recogen los indicadores de comunicación es el relativo a las **publicaciones externas realizadas**. El contenido de las publicaciones externas realizadas se ha centrado en distintos aspectos de la Política Regional.

Así, se han editado documentos sobre la programación de los Fondos Estructurales del período 2007-2013, sobre diferentes proyectos e incluso sobre la celebración del día de Europa.

En total, según los datos recogidos en la aplicación informática INFOCO se han efectuado un total de 217 publicaciones, que abarcan artículos de revista, folletos, DVD, boletines, etc. Los soportes utilizados han sido muy variados, abarcando desde las publicaciones en papel hasta los audiovisuales.

La ejecución del indicador de publicaciones externas durante el periodo de programación muestra una senda creciente hasta el año 2011 (con 48 publicaciones), lo que ha permitido concentrar en la segunda parte del período el 69,7% de dichas publicaciones.

A septiembre del 2013, se habían llevado a cabo el 89,3% de las actividades previstas, por lo que un nuevo impulso en el último trimestre del año permitiría alcanzar el objetivo establecido durante todo el período de programación.

Respecto a la ejecución por órganos gestores, vuelve a ser ADIF el que ha ejecutado el mayor número de acciones en este sentido, durante el periodo de programación, con un casi 27% del total de actividades llevadas a cabo.

Por detrás se encuentra el Ayuntamiento de Sabadell, con 33 de las 216 acciones realizadas en este ámbito. No obstante, entre las actuaciones de este ayuntamiento se encuentran los “Avisos de inicio y finalización de distintos tramos de obras distribuidos a domicilio y por email a vecinos y empresas de servicios” de diferentes calles de la ciudad correspondientes a la misma anualidad que podrían ser agrupados en una misma actuación.

Por otra parte, se han detectado hasta 4 organismos que solo han realizado una publicación durante todo el período de programación: el Ayuntamiento de Móstoles, la Confederación Hidrográfica del Miño-Sil, el Consejo Insular de Formentera y la Mancomunidad de Canales de Taibilla, en la mayor parte de los casos con la justificación del reducido importe certificado hasta la fecha.

Los efectos de estas actuaciones, medidos a través de los indicadores de resultados, ponen de manifiesto el compromiso de todas las entidades que han efectuado alguna clase de publicación en la distribución del material elaborado. Prácticamente todos los ejemplares editados se han hecho llegar a sus destinatarios desde el primer momento (98,6%).

Estas publicaciones externas, según los datos del INFOCO, se han distribuido en 237 puntos de distribución. El cómputo de este indicador de resultados parece haber superado las dificultades metodológicas apreciadas en la Evaluación Intermedia, advirtiéndose en todos los órganos gestores una mayor estabilidad en la evolución del mismo, habiéndose alcanzado el 92,9% de las expectativas iniciales.

Otro indicador que da soporte a las numerosas actuaciones de difusión de la política de Cohesión y a su aplicación en España son las [páginas web](#). Hay 23 disponibles que dan soporte a numerosas actuaciones de difusión de la Política de Cohesión y su aplicación en España. Así, se han creado las páginas web previstas inicialmente, a la que se ha unido la de Acuaes (Sociedad Estatal de Aguas de las Cuencas de España, S.A.), no prevista inicialmente.

Con todas ellas, se ha dado la máxima transparencia en la aplicación de los recursos procedentes de la Política Regional Europea y se ha garantizado el conocimiento del papel jugado por la UE a favor del desarrollo económico y social de los diferentes territorios. Como ya se señaló en la Evaluación Intermedia, la más destacada, por los contenidos que incluye y su repercusión, es la de la Autoridad de gestión.

La cobertura lograda, a partir del promedio del número de visitas anuales, ha sido de 251.856 consultas de algún tipo de información sobre la Política de Cohesión en las páginas Web de los principales organismos responsables de los Programas.

A la luz de los resultados alcanzados, ha sido atendida la recomendación realizada en la Evaluación Intermedia en relación con la necesidad de revisar la ejecución de este indicador y, en su caso, adaptarlo al comportamiento real del acceso exclusivo al sitio con contenidos relacionados con los fondos y la Política Regional Europea.

En cualquier caso, en relación con el contenido y la accesibilidad de la información, el aumento de la visibilidad y la facilidad de acceso a los apartados específicamente destinados a la difusión de la contribución comunitaria resultan recomendables de cara a mejorar el número de visitas en aquellas páginas que registran peores resultados.

Una de las herramientas tradicionales para la publicidad de los Fondos Europeos es la de [soportes publicitarios](#), a través de la cual se da visibilidad a las operaciones cofinanciadas, mediante vallas, placas, carteles, entre otros. La relevancia de este tipo de soportes en este Programa se explica por el predominio de las operaciones de obras de construcción, tanto de infraestructuras de transporte, como de las relacionadas con el ciclo del agua y la gestión de residuos, en las que la colocación de carteles y vallas en el lugar donde se realizan es obligatoria reglamentariamente.

Así, el número de este tipo de herramientas que se han utilizado hasta la fecha ha sido de 979, lo que implica un grado de cumplimiento de 87,4%.

La ejecución del indicador de soportes publicitarios durante el periodo de programación muestra una senda creciente en los años iniciales, si bien el máximo se alcanza en el año 2009 con 207 soportes publicitarios. En 2012 el número total de dichos soportes utilizados fue de 146. Así, en la segunda parte del periodo se ha ejecutado entorno al 49,02% de las actuaciones programadas para todo el periodo.

Pese a la gran variedad de organismos que han recurrido a este tipo de instrumentos, en torno a un 20% de los soportes utilizados corresponden a la Comunidad de Castilla y León, fundamentalmente en carteles de obras de los distintos proyectos realizados en su territorio. Por detrás se encuentra el Ayuntamiento de Barcelona con 174 y la Mancomunidad de Canales de Taibilla con 121.

Otra de las principales actividades de comunicación que han sido objeto de un minucioso seguimiento en este período se relaciona con la **documentación interna distribuida** a los diversos participantes del Programa Operativo. Esta actividad se refiere a la distribución de toda la documentación hacia los organismos gestores y beneficiarios de las ayudas comunitarias con el fin de conseguir la máxima transparencia de las actuaciones a cofinanciar.

En total, se han distribuido 515 documentos, lo que supone un 94,3% de lo programado para todo el periodo. De ellos, el 54% se han llevado a cabo entre 2010 y 2013, ámbito temporal en el que se ha detectado, por otra parte, una importante mejora en la recopilación de la información en torno a las actuaciones. No obstante, algunas descripciones recogidas en INFOCO no permite mostrar una relación exacta entre dicha actividad y el indicador aquí mencionado, como pueden ser los pliegos de condiciones particulares para determinadas obras que, a priori, constituyen una acción de difusión.

Inciendo en la evolución temporal del indicador, ésta muestra como durante los primeros años del período de programación se incrementaba el número de documentación interna distribuida hasta 2009 en el que se alcanzó un máximo con 134 documentos. A partir de entonces persiste una tendencia descendente hasta los 76 del 2012.

Dado este resultado y que en el último trimestre es posible que se dicten instrucciones motivadas por los procesos de justificación y certificación el gasto, entre otras, existen expectativas razonables del cumplimiento de los objetivos marcados para este indicador a 2013.

Por otra parte, hay que comentar el compromiso de la DGFC, en su papel coordinador como Autoridad de Gestión, elaborando y haciendo llegar diversos documentos de trabajo en el proceso de aplicación de los Fondos (un 25% de toda la documentación interna distribuida del período de programación).

En el extremo opuesto, los Ayuntamientos de Alcalá de Henares, Hospitalet de Llobregat y Teruel, junto con la Confederación Hidrográfica del Duero, solo han distribuido una publicación interna a lo largo de todo el período de programación. Aspecto este que puede ser el resultado de dos elementos: el principio de proporcionalidad del gasto y/o la estructura de gestión del gasto, que puede ser reducida, haciendo innecesaria la distribución de documentación interna.

La valoración de la cobertura lograda de organismos que han accedido a dicha información es muy positiva, si se tiene en cuenta que dicha documentación ha llegado prácticamente a todos los destinatarios a los que se dirigía (97,9%).

Por último, el indicador de número de **redes de información y publicidad** para facilitar la puesta en marcha de implementación práctica de la estrategia de comunicación diseñada asciende a 3.

En primer lugar, la red GERIP se ha configurado como el foro principal de discusión en materia de comunicación, en la que vienen participando de forma muy activa las personas responsables de comunicación de las Autoridades de Gestión y de las Comunidades y Ciudades Autónomas.

En segundo lugar, el GRECO-AGE agrupa a los organismos gestores del FEDER y el Fondo de Cohesión de la Administración General del Estado. Su utilidad reside, no sólo en el carácter técnico de este Grupo, que lo convierte en un foro muy adecuado para proponer soluciones prácticas en lo que a la comunicación de los Fondos respecta, sino también en un “semillero” de propuestas y orientaciones a trasladar a GERIP para su consideración.

Finalmente, la red INFORM, de ámbito comunitario, reúne a los responsables de comunicación del FEDER y del Fondo de Cohesión de los 27 Estados miembros. Su principal objetivo es mejorar la calidad de las actividades de información y publicidad, para aumentar la conciencia entre el público en general sobre los beneficios de los proyectos de política regional, y mejorar la visibilidad de la UE a través de los proyectos cofinanciados mediante el intercambio de experiencias y buenas prácticas.

Hasta el 10 de septiembre de 2013 se han celebrado 53 reuniones (88,33% de las programadas para todo el periodo) por el total de redes de comunicación. El número de reuniones ha sido mayor durante los primeros años de la programación, en los que las necesidades de coordinación son mayores, para la definición de la estrategia y los mecanismos de seguimiento y evaluación. En todo caso, la frecuencia de las convocatorias ha sido elevada y, al menos, se han realizado este tipo de encuentros cada dos meses.

La asistencia a los mismos ha sido adecuada, con un alto porcentaje de representatividad de los organismos implicados en el PO. Así, el número medio de asistentes a GERIP se sitúa en 22, a GRECO-AGE en 67 y a INFORM en 3. Esto muestra la confianza en el funcionamiento de estos grupos de trabajo, que garantiza su sostenibilidad de cara al futuro.

De hecho, tanto GERIP, como GRECO-AGE, se configuran ya como los principales mecanismos de coordinación en el ámbito de la publicidad de los fondos, estando plenamente consolidados gracias a la amplia participación que hay en los mismos.

La ejecución descrita de los indicadores de comunicación ha sido el resultado de la contribución que ha tenido la mayoría de los órganos gestores y beneficiarios de las actuaciones, que han mostrado una disposición muy positiva a informar y dar a conocer las intervenciones cofinanciadas. No obstante, la valoración de los distintos organismos ha sido diferente, lo que permite clasificarlos en diferentes grupos.

Desde esta perspectiva, hay que destacar los **organismos que merecen una valoración más positiva por la ejecución** que han mostrado tener a través de la aplicación de indicadores.

ADIF es uno de los organismos que ha llevado a cabo un mayor esfuerzo para implementar una amplia política de comunicación. Ocupa el primer puesto en nivel de ejecución en tres de los seis indicadores en los que participa (acciones de difusión, publicaciones externas realizadas y número de soportes publicitarios). En el caso de los actos públicos organizados solo es superado por la Autoridad de Gestión. Desde una perspectiva cualitativa, sin embargo, el organismo debería continuar trabajando en la definición precisa de los de las actuaciones que no parece dejar una constancia muy clara de su vinculación con Fondo de Cohesión-FEDER, para evitar que el mensaje de la contribución de la UE quede desdibujado.

También destaca la labor de Puertos del Estado con ejecuciones en todos los indicadores, si bien el número de actuaciones no resulta especialmente destacado con relación al peso de este beneficiario en el conjunto del PO. Destaca principalmente por la realización de publicaciones externas, en particular en las inversiones efectuadas en los puertos de Galicia. Sin embargo, algunas acciones de difusión indicadas en INFOCO revelan la descripción sobre noticias en medios de comunicación en los que la vinculación con la ayuda comunitaria no queda clara.

La Sociedades de Aguas, valoradas de forma conjunta y, en particular, Acuamed pueden ser destacados, asimismo, entre los organismos estatales con gran participación en acciones de información y publicidad durante todo el período de programación, con acciones en todos los indicadores analizados. Es importante su contribución al número de publicaciones externas realizadas, concretamente a través de folletos sobre las actuaciones cofinanciadas. No obstante, alguna descripción sobre estas actuaciones no queda lo suficientemente clara tras el vuelvo en la aplicación INFOCO.

A nivel de Comunidad Autónoma, destacan Castilla y León y Asturias.

Castilla y León sigue siendo uno de los organismos más importantes en el número de acciones de difusión, con ejecuciones en acciones de difusión, publicaciones y soportes publicitarios.



Destaca principalmente, en el número de acciones de difusión sobre todo por la publicación en el Diario Oficial de la Comunidad Autónoma (BOCYL) de las operaciones cofinanciadas que se han tenido que licitar. Tal y como se aconsejó en la evaluación intermedia, y dada la importante ejecución de este organismo, se podría valorar que cuando una misma actuación se difunda a través de varios medios se recoja en un único registro. Asimismo, sigue sobresaliendo su gran esfuerzo en la instalación de carteles de obra y vallas por toda la geografía de la región de las inversiones cofinanciadas (sobre todo de abastecimiento y depuración de aguas y de sellado de vertederos).

El Principado de Asturias, ya fue mencionado en la Evaluación Intermedia por su destacado compromiso en la organización de jornadas y eventos relacionados con la Política de Cohesión y el número de publicaciones realizadas a través de la revista ERASTUR, tendencia que ha persistido, particularmente en el primero de los ámbitos, acompañada, además, de una dinamización de la realización de acciones de difusión.

En el ámbito de las Corporaciones Locales, sobresale el Ayuntamiento de Barcelona, con acciones muy diversas, ha destacado durante el período de ejecución principalmente por el número de soportes publicitarios utilizados. Así, ha dado una gran visibilidad a todas sus actuaciones a través de vallas, placas y carteles de obra en todos los barrios que se han favorecido de la intervención de los fondos.

Otra Entidad local a destacar es el Ayuntamiento de Badalona, con anuncios en la web, publicaciones en medios de comunicación y carteles de obras cofinanciadas, principalmente. No obstante, y como ya se hizo mención en la Evaluación Intermedia, se observa un elevado número de actuaciones recogidas en el indicador 6 objeto de revisión tras la eliminación de la documentación interna emitida directamente por la Autoridad de Gestión.

Hay que destacar también la realización de acciones diversas por parte del Ayuntamiento de Palma de Mallorca y el Hospitalet de Llobregat. Destaca en este último caso la página web desarrollado en el marco del Plan de Comunicación del Ayuntamiento de L'Hospitalet de Llobregat. Programa Operativo Fondo de Cohesión-FEDER 2007-2013.

Por último, es preciso apuntar el importante papel desempeñado por la DG de Fondos Comunitarios en materia de información. De hecho, es el organismo que se ha mostrado más activo en el número de actos públicos y eventos organizados Su condición como Autoridad de Gestión le obliga a desarrollar múltiples jornadas, conferencias, cursos, etc. para facilitar la coordinación con todas las entidades gestoras de fondos de España. A ello hay que añadir su necesaria participación en aquellas reuniones de Comisiones de Trabajo, Redes Sectoriales, en las que ostenta la presidencia de tales Grupos, o ante la propia Comisión Europea, como representante máximo del Estado español. Esta misma razón es la que explica su importancia en el indicador de número de publicaciones externas realizadas con la edición de audiovisuales

o trípticos sobre el PO. Asimismo, la página web de Fondos Comunitarios es una de las visitadas, aunque se hayan detectado oscilaciones de relevancia en los datos que hacen pensar en la posible existencia de errores en la cuantificación.

Por otra parte, existe un segundo conjunto de **organismos que, pese a haber realizado un importante esfuerzo en la implementación de una política de comunicación coherente con el Plan de Comunicación, mantienen unos niveles de ejecución moderados**. Entre ellos se encuentra el Ayuntamiento de Zaragoza, donde concentra su actividad en acciones de difusión, soportes publicitarios de sus actuaciones y documentación interna distribuida. Es en este último apartado donde se observa una mayor actividad, con algún caso de duplicidad de actuaciones recogidas en el INFOCO.

El Consell Insular de Menorca también presenta diversidad en las actuaciones de publicidad realizadas, principalmente sobre instrucciones emitidas y en el sitio específico del Fondo de Cohesión en la página web del Consell.

Cabe también destacar por su diversidad a Aguas de la Cuenca del Norte, aunque algunos de los registros, debido al proyecto del que se trata, se podrían agrupar en la misma actuación. Asimismo, hay que recordar que desde enero del 2013 ha pasado a formar parte de Acuaes.

En este contexto es conveniente incidir en la mención a la reestructuración de las Sociedades Estatales de Aguas en los últimos 2 años, fruto de la cual ha surgido Acuaes, que aglutinaría las siguientes sociedades: Aguas de la Cuenca del Tajo, S.A., Aguas de la Cuenca del Guadalquivir, S.A., Hidroguadiana S.A., Aguas de la Cuenca del Norte, S.A. y Aguas del Duero, S.A.

Si bien Acuaes, constituida en marzo de 2012, sólo presenta actuaciones en 2013 (1 acto públicos, 26 acciones de difusión y 4 soportes publicitarios), el resto de Sociedades sí llevaron a cabo ejecuciones en los años anteriores del período. Entre ellas, destacaron las acciones de difusión y el número de soportes publicitarios en las que se observó la utilización con relativa frecuencia de siglas, algo que se aprecia también en las acciones realizadas por Acuaes.

Por otra parte, en este grupo se sitúa también el Ayuntamiento de Madrid, que ha realizado actuaciones en todos los indicadores de comunicación; si bien, tal y como se mostró en la Evaluación Intermedia, es llamativo el poco peso que representa la ejecución de actuaciones de comunicación dado el importante volumen de recursos que absorbe dentro del Programa.

Por último, hay que mencionar los **organismos que presentan un mayor margen de mejora** se diferencian dos categorías: la constituida por aquellos organismos que no han recogido ninguna actuación de comunicación, o en la que estas han sido reducidas en relación con su importancia relativa en el PO, y aquellos entre los que la información volcada en la aplicación informática adolece de déficits más o menos relevantes que condicionan las tareas de seguimiento y evaluación.

Entre los que no han realizado ninguna actuación de información y publicidad hasta la fecha se encuentran el Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz, entre las corporaciones locales, y algunos Organismos Intermedios Regionales. En concreto llama la atención que no hayan volcado información en la aplicación informática, pese a que existe constancia del dinamismo general que mantienen en el ámbito de la comunicación, los Gobiernos de Ceuta y Melilla y la Región de Murcia.

Por otra parte, han realizado relativamente pocas actuaciones de información y publicidad la Confederación Hidrográfica del Tajo y la Dirección del Agua (Ministerio de Medio Ambiente y Medio Ambiente Rural y Marino), con cierta diferenciación entre ellas en tanto la ayuda programada es considerablemente mayor en el segundo de los organismos. En ambos casos se aprecia un avance importante con respecto a la situación detectada en la Evaluación Intermedia, particularmente en lo relativo a acciones de difusión y colocación de vallas (cartelería). No obstante, el esfuerzo resulta insuficiente para equipararse a los organismos más activos en la materia.

Finalmente, está el grupo en el que la ejecución realizada requiere un mayor esfuerzo respecto a la calidad de la información en relación con las actuaciones puestas en marcha y recogidas en la aplicación de seguimiento. Es el caso por ejemplo de Pamplona (remisión de publicaciones en medios de comunicación pero sin indicar sobre qué actuación), el de Alcalá de Henares (existencia de actuaciones volcadas en INFOCO que se encuentran duplicadas), el de Logroño (la descripción es insuficiente y no permite conocer el objeto de estas actividades ni su vinculación con los Fondos y utilización de siglas en la descripción de las acciones, que impiden su comprensión), el de Bilbao (se han detectado la inclusión de varios registros para una misma actuación), así como los de Santander y Sabadell.

En el caso de estos dos últimos destaca el importante esfuerzo realizado tanto en el número de actuaciones realizadas como en la diversificación de las mismas. Sin embargo, en relación con el seguimiento de las mismas se han detectado deficiencias, tal y como se ha señalado en la descripción de la ejecución por indicadores.

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

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

Dicho Reglamento estipula la obligatoriedad de aportar información periódica sobre la aplicación del Plan de Comunicación en las reuniones de los Comités de Seguimiento y en los informes anuales y final de ejecución de los Programas:

- ✚ **Comunicación de información a los Comités de Seguimiento.** Los Comités de Seguimiento del PO FEDER-Fondo de Cohesión celebrados hasta la fecha han recibido información de la Autoridad de Gestión y los Organismos Intermedios sobre el Plan de Comunicación y los avances en su aplicación; las medidas del Plan llevadas a cabo; los medios de comunicación utilizados y el grado de ejecución física y financiera del Plan, a partir de los indicadores de seguimiento establecidos. Asimismo, también se han aportado desde 2009 ejemplos de buenas prácticas de comunicación que han permitido destacar los casos más relevantes en materia de información y publicidad.
- ✚ **Inclusión de información en los informes anuales de ejecución del Programa Operativo.** Estos informes han contenido un capítulo dedicado a presentar los avances en la aplicación del Plan de Comunicación, ofreciendo información cualitativa y cuantitativa sobre las medidas de información y publicidad llevadas a cabo en el marco del Plan de Comunicación; los medios de comunicación utilizados; las disposiciones relativas a la publicación, electrónica o por otros medios, de la lista de beneficiarios, operaciones y fondos públicos asignados; el grado de ejecución física y financiera de las medidas del Plan (indicadores de seguimiento), además de los casos de buenas prácticas.

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

- ✚ Una **actividad informativa anual importante**, de acuerdo con lo establecido en el Plan de Comunicación, en la que se presenten los logros del programa o programas operativos, incluidos, en su caso, los proyectos importantes. Los Actos Anuales de Política Regional y Fondos Europeos en España organizados desde el término de la Evaluación Intermedia han sido los siguientes:
  - En 2010, la DGFC, como Autoridad de Gestión del FEDER, organizó el Acto Anual en las instalaciones de la Universidad de Alcalá los días 25 y 26 de noviembre. A ella asistieron beneficiarios y potenciales beneficiarios de las ayudas comunitarias y representantes del mundo académico, para informar y debatir de los avances en las actuaciones llevadas a cabo y del futuro de la Política de Cohesión, abriendo, a su vez, la posibilidad de enseñar al público en general las mejores actuaciones cofinanciadas.

- En 2011, el evento organizado por la Autoridad de Gestión del FEDER tuvo lugar los días 28 y 29 de noviembre en la sede de la Universidad Complutense en Aranjuez. En el mismo, además de difundir los logros alcanzados ese año por la Política Regional en España, se reflexionó acerca de su futuro, marcado por la aprobación de la Estrategia Europa 2020.
- ✓ En 2012, el Acto Anual que organizó la DGFC en Sevilla se hizo coincidir con la jornada sobre “Estrategias de investigación e innovación para la Especialización Inteligente (RIS3) 2014-2020 en España”, debido a la gran relevancia que este tipo de actuaciones están tomando en el final del actual periodo de programación y, sobre todo, de cara al próximo 2014-2020.
- ✚ **Izamiento de la bandera de la Unión Europea** durante una semana, a partir del 9 de mayo, delante de los locales de las autoridades de gestión. Esta obligación reglamentaria se ha cumplido rigurosamente por la DGFC del MHyAP, reportándose al respecto en los Informes Anuales. De hecho, con ocasión del Día de Europa se han organizado diversos actos y celebraciones que han permitido aumentar la visibilidad de la UE y los Fondos.
- ✚ **Publicación, electrónica o por otros medios, de la lista de beneficiarios**, los nombres de las operaciones y la cantidad de fondos públicos asignada a las operaciones. En este sentido, la decisión adoptada en el GERIP fue, por una parte, que la citada lista apareciese en la página Web de las Autoridades de Gestión y que los Organismos Intermedios estableciesen enlaces con la misma y, por otra, que dicha lista se elaborase a partir de la información contenida en cada momento en la aplicación FONDOS 2007. La información contenida en la citada lista se actualiza continuamente.

Finalmente, a partir de la anualidad 2009 los Informes Anuales de los Programas Operativos presentan también la ejecución basada en indicadores, así como ejemplos de buenas prácticas en comunicación puestas en marcha en el marco de este Plan de Comunicación, que quedan recogidas y analizadas en detalle en el capítulo 9.1 del presente Informe.

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

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

La Evaluación Intermedia pudo constatar el establecimiento de un sistema de seguimiento de la ejecución de las medidas de comunicación, basado en la recopilación y registro informatizado de indicadores, la identificación de buenas prácticas y el reporte de los avances

logrados a este respecto en los correspondientes Informes Anuales de Ejecución de los PO para su presentación a los Comités de Seguimiento.

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

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

Esta labor de comunicación ha afectado a todas las parcelas de la gestión de los Fondos. De hecho, la gran mayoría de los organismos gestores que participan en el PO reconocen haber seguido recibiendo, desde 2010, instrucciones específicas e información actualizada para un mejor seguimiento y gestión de las actuaciones. Entre los elementos que dichos organismos destacan como principales fuentes de información la red GERIP y el grupo técnico de trabajo GRECO-AGE.

Asimismo, la emisión de instrucciones hacia los beneficiarios finales de las ayudas por parte de los organismos intermedios ha sido muy intensa, puesto que EL 80% declaran haber distribuido instrucciones específicas a los mismos.

Estos documentos e instrucciones han consolidado los elevados niveles de transparencia que ha caracterizado la gestión de los recursos comunitarios del PO FEDER-Fondo de Cohesión.

Respecto a la **calidad de los procedimientos establecidos**, los dispositivos instaurados para la aplicación del Plan de Comunicación han funcionado de una manera eficaz. Así, la designación de un responsable específico en materia de información y publicidad en todos los organismos pertenecientes a la Administración General del Estado contribuye a que la comunicación se integre, de manera efectiva, en la gestión ordinaria de los Fondos. Ello favorece que los procedimientos establecidos se apliquen razonablemente bien. Entre las entidades locales, la existencia de esta figura se registra en el 71% de los entrevistados, mientras que en el caso de los organismos que forman parte del PO por parte de las Administraciones Autonómicas, únicamente un 40% reconocen contar con un responsable específico para las labores de información y publicidad.

En primer lugar, el sistema de indicadores es válido para la observación del grado de eficacia de la ejecución, como ya probaba la Evaluación Intermedia. Su utilización ha significado un avance cualitativo muy importante respecto a la situación del período anterior y ha

conllevado, desde 2010, un proceso de aprendizaje que debería capitalizarse para el futuro. En este sentido, las dificultades iniciales detectadas para la interpretación de algunos indicadores se han resuelto progresivamente.

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

En tercer lugar, los procedimientos de verificación han sido, igualmente, útiles para asegurar la certificación regular del gasto realizado. De hecho, de acuerdo con las entrevistas mantenidas con los organismos intermedios, no se han producido incidencias importantes en materia de información y publicidad detectadas en las tareas de control previo (ver capítulo 5).

Desde la óptica de los órganos gestores, los elementos mejor apreciados han sido el trabajo en el sistema de seguimiento basado en indicadores (92%), la metodología para la selección de buenas prácticas (92%) y el trabajo en partenariatio a través de las redes de comunicación creadas (86%),

Por su parte, las cuestiones a mejorar que se señalan tienen que ver, sobre todo, con la integración de las aplicaciones informáticas para la gestión de las actividades de comunicación (73%) y una mayor flexibilidad y simplificación de ciertos procesos, como la gestión financiera de las actividades de comunicación multifondo (58%).

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

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

Este soporte documental, que se alude en la Evaluación Intermedia, se ha ido actualizando y ampliando en los últimos años. En ella se instaba, en concreto, a llevar a cabo *“una Guía de Orientaciones de información y Publicidad destinada a todos los órganos gestores de los PO, y disponible vía Web para su descarga y consulta”*. Dicha recomendación ha dado lugar al ya

citado *“Breve Manual Recopilatorio de Cuestiones de tipo práctico en materia de Comunicación”*.

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

Por ejemplo, en 2011 el Ayuntamiento de Zaragoza realizó instrucciones sobre la contabilización en remanente de crédito incorporado; el Ayuntamiento de Palma ha distribuido a través de mail instrucciones para solicitud de informes jurídicos sobre contratos públicos (2011) o instrucciones sobre contratación a los beneficiarios (2010); La Junta de Castilla y León, en 2012, ha emitido instrucciones a los gestores Fondo de Cohesión sobre proyectos generadores de ingresos; o el organismo Puertos del Estado ha dado instrucciones en torno a las acciones incluidas en Plan de Comunicación Puertos 2007-2013, entre otros.

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

A su vez, el material generado relacionado con la gestión, control, evaluación, información y publicidad de las actuaciones cofinanciadas está siendo recopilado y archivado por todos los organismos afectados por el PO, lo que asegura un alto grado de transparencia en la gestión de las ayudas. Únicamente se ha detectado una incidencia en el caso del Ayuntamiento de Móstoles, que dice que no lo hace. No obstante, teniendo en cuenta que lo ha venido haciendo de forma regular, tal y como quedó patente en la Evaluación Intermedia, parece que se debe más a un error en la interpretación de la pregunta que a una incidencia real en la conservación de la pista de auditoría de las actuaciones de comunicación.

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

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

Allí ya se señalaba que el presupuesto de 4,8 millones de euros contemplado por el Plan se considera apropiado para el cumplimiento de los objetivos establecidos. A septiembre de



2013, el gasto total ejecutado en actuaciones de comunicación de los diferentes organismos involucrados en los PO ha ascendido a 4.185.581,00 euros. Esta cantidad supone el 87,2% de los recursos inicialmente previstos.

Teniendo en cuenta que la ejecución de los indicadores oscila en una horquilla muy próxima a los valores objetivos marcados, se puede concluir que los medios financieros destinados a la comunicación han sido adecuados y que el Plan se ha desarrollado con unos elevados niveles de eficiencia.

Las tipologías de actividades que han absorbido un mayor volumen de recursos han sido las dirigidas a la realización de acciones de difusión y soportes publicitarios, seguidas por las publicaciones externas realizadas. En el extremo opuesto se encuentran la creación de páginas Web, la distribución de documentación interna y las reuniones de las redes de información y publicidad que, en su conjunto, tan sólo suponen el 5,9% del gasto realizado hasta la fecha.

Por lo que respecta a los equipos de trabajo dedicados a los temas de comunicación de los fondos, hay que señalar que su dotación se ha mantenido inalterada y, en general, siempre existe, al menos, una persona encargada de las cuestiones de información y publicidad en cada organismo. Sin embargo, se han producido cambios puntuales en algunos de ellos desde 2010, como consecuencia de la natural rotación de personal en la Administración, que dejan de manifiesto la necesidad de elaborar y redactar procedimientos de comunicación en todos los órganos gestores y Organismos Intermedios que faciliten la asunción de funciones en la materia sin necesidad de amplios períodos de aprendizaje.

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

Prueba de ello es que el 83% de los Organismos Intermedios ha participado en alguna reunión, jornada y/o curso donde se le ha informado, tanto de los aspectos relacionados con la comunicación de las ayudas comunitarias, como del resto de los procedimientos de gestión y control de los Fondos Europeos.

Otro de los elementos fundamentales que afecta a la calidad de la ejecución de las medidas es la **disponibilidad y organización de aplicaciones informáticas**. En este sentido, desde el primer momento se ha contado con la aplicación informática INFOCO, que posibilita el almacenamiento adecuado de la información.

Como ya se ha comentado, a partir de 2010, tras las pasadas evaluaciones intermedias de los Planes de Comunicación, se han introducido determinadas mejoras que han elevado la

funcionalidad de esta herramienta, como la grabación de indicadores por organismo gestor, que permite obtener, por consiguiente, informes de seguimiento particularizados.

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

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

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

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

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

No en vano, en el marco del PO Fondo de Cohesión-FEDER, todos los organismos forman parte del GRECO-AGE. De esta forma, se está cumpliendo sobradamente con la recomendación de la Comisión Europea de potenciar el trabajo en red durante este período de programación.

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

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

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

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

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

Por último, en lo que se refiere a la **comunicación y coordinación con otros órganos**, las cuestiones de información y publicidad del PO han formado parte de la agenda de trabajo de otras instancias relacionadas con el seguimiento y la evaluación de las intervenciones. Se han mantenido cauces de información muy fluidos, tanto con los *Comités de Seguimiento de los*

PO, como con el *Comité Consultivo de Seguimiento Estratégico y Evaluación* y el *Grupo Técnico de Evaluación para el FSE*.

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

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

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

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

No obstante, cabe destacar la necesidad de mejorar la coordinación e implicación dentro de los organismos gestores para facilitar la labor de los responsables de comunicación designados en algunas de las funciones que tienen atribuidas. Esto es particularmente importante en la presentación y motivación de buenas prácticas de proyectos llevados a cabo con la ayuda de los fondos. En la medida en que la justificación del cumplimiento de los criterios de selección requiere conocimientos técnicos, del sector en el que se intervienen y del contexto general en el que se desarrolla la inversión, es fundamental la colaboración de los responsables de la gestión de la ayuda y de los propios beneficiarios últimos.

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

La Evaluación Intermedia del Plan de Comunicación del PO Fondo de Cohesión-FEDER valoró que las herramientas diseñadas para la comprobación del cumplimiento de las obligaciones de información y publicidad resultaban eficaces, dejando constancia de que *“a partir de la información incluida en la documentación soporte de los expedientes enmarcados en cada una de las operaciones, se chequean y se cumplimentan las listas de comprobación”*.

Si bien se ponía en relieve la heterogeneidad existente entre las listas de comprobación utilizadas, destacando el mayor detalle recogido en los Organismos Intermedios Regionales.

En la Evaluación Final se ha dado un paso más allá en el análisis de la consideración de las cuestiones de comunicación en el ámbito de la verificación. Así, y con el fin de obtener una medida del grado de cumplimiento observado de las exigencias reglamentarias en materia de comunicación de la ayuda Fondo de Cohesión-FEDER, **se ha diseñado una muestra de operaciones que ha sido analizada en detalle.**

La selección de la muestra ha respondido a los criterios determinados, a este respecto, por el GERIP, en los siguientes términos:

- ✚ Consideración del 30%, como mínimo, de los organismos gestores del Programa.
- ✚ Distribución de dichos beneficiarios seleccionados entre los Ejes del PO, con la excepción del relativo a Asistencia Técnica. De hecho el análisis ha descartado, además del Eje 5 de Asistencia Técnica, el Eje 3 [Medio Ambiente, Entorno Natural, Recursos Hídricos y Prevención de riesgos (FEDER)], por su carácter marginal, dado que representa únicamente el 3,4% de la ayuda programada en la última versión del PO.
- ✚ Selección de los beneficiarios dentro de cada Eje en función del peso de cada uno de ellos en la programación financiera del mismo.
- ✚ Selección aleatoria de operaciones certificadas correspondientes a los distintos beneficiarios escogidos.

De forma global se han analizado un total de 25 operaciones, con un peso mayoritario de las concentradas en el Eje 2 donde la diversidad de Organismos Intermedios es

considerablemente mayor y, además, donde se concentra el mayor porcentaje de la ayuda (38,57%).

Las conclusiones derivadas de este análisis pueden catalogarse de muy positivas si tenemos en cuenta que se ha constatado el cumplimiento generalizado de los requisitos de comunicación recogidos en los reglamentos:

- ✚ Las listas de comprobación empleadas aportan un amplio detalle de las actuaciones puestas en marcha, así como del cumplimiento en las mismas de los requisitos reglamentos en materia de comunicación. No obstante, la importante variedad de check-list empleados hace que no se puedan obtener conclusiones comunes salvo en las cuestiones más generales. En cualquier caso, estas cuestiones generales son una clara garantía de la respuesta dada en el marco del PO Fondo de Cohesión-FEDER a las obligaciones de información y publicidad.
- ✚ Se ha dado publicidad a la participación comunitaria en el proyecto cofinanciado y se ha comunicado al beneficiario la cofinanciación europea.
- ✚ Se ha informado al beneficiario de que la aceptación de la ayuda supone su inclusión en una lista pública de beneficiarios.
- ✚ Se ha informado al beneficiario de que la percepción de la ayuda implica el cumplimiento de la normativa nacional y europea de aplicación.
- ✚ Cuando ha procedido, se ha colocado el correspondiente cartel y/o placa de acuerdo a los criterios establecidos en el artículo 9 del Reglamento (CE) nº 1828/2206.
- ✚ Cuando ha procedido, se ha realizado la correspondiente publicación en los boletines oficiales haciendo referencia a la cofinanciación del proyecto y especificando la intensidad de la ayuda.

El **análisis se ha profundizado** recurriendo a las **entrevistas realizadas a los Organismos Intermedios**, en el que se les ha planteado la cuestión de si se han producido incidencias importantes en materia de información y publicidad detectadas en las tareas de control previo de los gastos realizados.

De las respuestas obtenidas se concluye que el 96% de los casos no se han detectado incidencias importantes en materia de información y publicidad. En lo que respecta al 4% restante de los casos, las incidencias detectadas o bien se enmarcan dentro de las denominadas incidencias no cuantificables (que únicamente dan lugar a una recomendación) y/o han sido objeto de subsanación.

De hecho, los Organismos Intermedios no han encontrado problemas en el cumplimiento de los requisitos de comunicación, aunque las mayores dificultades radican en la concreción del contenido de las herramientas específicas.

En conclusión, una vez analizadas las operaciones recopiladas, se concluye que el grado de cumplimiento de los requisitos normativos en el ámbito de la comunicación es óptimo, confirmándose únicamente la aparición marginal incidencias no cuantificables que han sido subsanadas siempre que ha sido posible, con lo que el gasto realizado que se ha declarado con carácter previo a su certificación es conforme en cuanto a las obligaciones de información y publicidad.

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

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

- ✚ **Estrategia:** Los objetivos del Plan de Comunicación abarcan una mejora de la transparencia y la visibilidad de las actuaciones cofinanciadas en todos sus ámbitos, sin hacer una distinción por género.
- ✚ **Colectivos destinatarios:** Se recoge la consideración de las necesidades de las mujeres en el acceso a los diferentes contenidos informativos y la consecuente difusión de la información sobre las posibilidades de participación de las mujeres como beneficiarias del Programa.
- ✚ **Instrumentación:** Dos son los elementos destacados en este punto: La puesta en valor de la consideración de la Igualdad de Género a través de la inclusión en los criterios de buenas prácticas de comunicación de la atención al principio horizontal de Igualdad de Oportunidades, de un lado. Y la consideración generalizada de un lenguaje y un soporte gráfico no sexistas.

Sin embargo, existe una cuarta dimensión, donde los avances han resultado menos patentes, en virtud de la valoración de la Evaluación Intermedia: el *impacto* o la visibilidad, de cara a la opinión pública, de la contribución del Fondo de Cohesión y el FEDER a la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres.

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

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



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

Todo ello hace que la valoración respecto a la integración de este principio horizontal de la Política de Cohesión en la estrategia de comunicación sea adecuada, gracias a la formulación de unos objetivos (visibilidad) y destinatarios (necesidades de información de la población femenina y difusión entre la misma de las posibilidades de participación en el PO) que constituye una garantía para la definición de contenidos no contrarios a la igualdad de oportunidades.

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

En cuanto a los mecanismos instrumentados para la obtención de los fondos, los procedimientos de contratación llevados a cabo han asegurado la libre concurrencia y los procesos de evaluación de las solicitudes de ayuda se han regido siempre bajo criterios de excelencia técnica y organizativa que otorgan igualdad de oportunidades a hombres y mujeres, garantizando la igualdad de trato en la selección de proyectos.

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

De esta forma, el contenido de los documentales de divulgación y del material audiovisual ha evitado proyectar una imagen con estereotipos sexistas que no se corresponden con la sociedad actual. Incluso, en la confección de los asistentes a actos públicos, jornadas y eventos similares para informar sobre cualquier aspecto relacionado con la Política Regional se ha perseguido una asistencia y participación equilibrada de los sexos.

Por otra parte, se han llevado a cabo actuaciones específicas vinculadas a la temática de género en el marco de los Fondos Estructurales que han permitido avanzar en dos sentidos: la sensibilización de la población sobre la igualdad de género y el conocimiento que la población femenina tiene de los Fondos Estructurales.

Como ejemplo, destacan las ya referidas en el apartado 3.4 del presente informe, correspondientes a la participación de la Autoridad de Gestión en la Red de Autoridades de Igualdad de Género y todas las actuaciones derivadas de la misma (como publicación de notas

de prensa y noticias en prensa escrita y digital o la emisión de documentación interna que recoge las principales conclusiones derivadas de las reuniones de la red).

Desde la óptica de los efectos de las medidas de comunicación respecto a las necesidades de información de la población femenina, la metodología de evaluación definida para este período de programación 2007-2013 puede considerarse muy positiva. Ésta consiste en la realización de encuestas a la población que han permitido detectar las posibles brechas de género existentes en el grado de conocimiento de los Fondos Estructurales y del papel desempeñado por la Unión Europea.

Así, en 2010 la Evaluación Intermedia puso de relieve el mayor grado de conocimiento observado entre los hombres, que se cifró en 8,5 puntos porcentuales superior al de las mujeres en lo que se refiere al conocimiento de la contribución de la UE al desarrollo regional.

Esta brecha de género se ha visto reducida, de acuerdo con los resultados obtenidos en 2013, hasta los 7,7 puntos porcentuales.

La positiva evolución se reproduce, asimismo, en el caso particular del conocimiento de cada uno de los Fondos, aunque con una intensidad claramente dispar, habiéndose reducido en mayor medida la brecha de género en lo relativo al FEDER (donde ésta sitúa en los 9,7 puntos porcentuales), frente al Fondo de Cohesión (donde aún alcanza los 17,3 puntos porcentuales).

En conclusión, las medidas puestas en marcha han permitido detectar un ligero avance en el objetivo de minorar las diferencias de género en lo relativo al conocimiento de la Política de Cohesión, si bien persiste la necesidad de continuar avanzando en la materia con la finalidad de reducir la brecha de género persistente.

Asimismo, en lo referente a la visibilidad de la ayuda estructural para contribuir a minorar la desigualdad social y de género, ésta se sitúa entre los ámbitos menos reconocidos por el conjunto de la población (únicamente el 31,28% de las personas que conocen de la existencia de alguno de los Fondos o saben que su región recibe dinero de la UE), si bien dicho porcentaje se ha visto ligeramente incrementado en los últimos años.

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

Sin embargo, el impacto efectivo de las medidas adoptadas parece claramente insuficiente a la luz de la persistencia de una brecha de género notoria. En definitiva, los instrumentos establecidos son adecuados, pero requieren de un mayor esfuerzo por parte de todos los

agentes implicados en el desarrollo del PO, para mejorar los resultados en materia de accesibilidad a la información y, particularmente, visibilidad por parte de la población femenina.

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

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

Ello se traduce, en el marco de la Evaluación Final del Plan de Comunicación del PO Fondo de Cohesión-FEDER 2007-2013, en una doble finalidad:

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

El impacto de las actividades de información y publicidad adquiere una doble dimensión, en función del colectivo de destinatarios sobre el que se trata de intervenir. De esta forma, la evaluación pretende estimar los efectos del Plan de Comunicación sobre el conjunto de los organismos gestores que participan en el PO y los beneficiarios de las ayudas, por un lado, así como sobre la población en general, por otro.

En primer lugar, la estimación del impacto de las acciones de comunicación sobre los órganos gestores y beneficiarios de las ayudas se estructura en tres ámbitos:

- ✚ El grado de conocimiento de las obligaciones de información y publicidad.
- ✚ El grado de utilidad concedido a las jornadas o sesiones formativas desarrolladas.
- ✚ El grado de satisfacción de dichas sesiones formativas.

Los resultados obtenidos en la Evaluación Intermedia pusieron de relieve el elevado nivel de conocimiento existente entre los organismos gestores de las obligaciones de información y publicidad a satisfacer, alcanzando el valor del 94,8%.

Ello se explicaba por el adecuado conocimiento mostrado del Plan de Comunicación, la recepción de instrucciones y Manuales sobre aspectos a tener en cuenta en las medidas de información y publicidad y su participación en jornadas sobre comunicación.

**Tabla 3. RESUMEN DE LOS INDICADORES DE IMPACTO SOBRE LOS ORGANISMOS GESTORES Y BENEFICIARIOS DE LAS AYUDAS Y SOBRE EL CONJUNTO DE LA CIUDADANÍA**

			2010	2013
GRADO DE CONOCIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES EXISTENTES			94,80%	94,77%
TASA DE SATISFACCIÓN RESPECTO A LA INFORMACIÓN FACILITADA			80,42%	78,27%
TASA DE UTILIDAD DE LAS ACTUACIONES			85,00%	80,36%
GRADO DE CONOCIMIENTO DE LOS FONDOS ESTRUCTURALES	% personas que conocen la existencia de los FF.EE.	FEDER	54,32%	56,72%
		FC	50,96%	49,26%
GRADO DE CONOCIMIENTO DEL PAPEL DESEMPEÑADO POR LA UE	% personas conocedoras de la inversión de la UE a favor del crecimiento y el progreso de la región		64,43%	69,46%

Fuente: Elaboración propia de Equipo 41 a partir de la explotación de los cuestionarios a órganos gestores y beneficiarios y las encuestas a la ciudadanía

En los últimos años se observa el mantenimiento de los resultados con relación a 2010, alcanzando el **grado de conocimiento de las obligaciones de información y publicidad** para 2013 un **94,77%**.

Este estancamiento puede deberse al mayor número de reuniones informativas realizadas en la primera mitad del periodo de programación, tal y como se indica en el apartado 4.1, coincidiendo con la puesta en marcha del Programa. De esta forma, se alcanzó entonces un máximo en el grado de conocimiento respondiendo a la mayor concentración de información recibida, para luego mantenerse hasta el final del periodo.

No obstante, la valoración que, en general, se hace de la información presentada en las jornadas organizadas es positiva, alcanzándose una puntuación de 3,04 puntos sobre 4. En este sentido, en los últimos años conviene destacar el esfuerzo realizado para dar a conocer los requisitos que las propuestas reglamentarias establecen para el nuevo período 2014-2020, tanto en el ámbito de la comunicación, como en el resto de las parcelas de la programación, seguimiento, evaluación y control de los fondos

Varios de los organismos consultados señalan como principales foros de debates las redes GERIP y GRECO-AGE, aunque también se ha citado la red europea INFORM. Todos los encuentros realizados, y la información difundida en los mismos, han posibilitado la correcta aplicación de las medidas de información y publicidad existiendo la certeza de que se están aplicando las exigencias reglamentarias en materia de comunicación, se está utilizando en todos los casos el eslogan aprobado para el Plan de Comunicación y se está mencionando la participación de los Fondos Europeos a lo largo de los distintos procedimientos que acompañan la gestión de los expedientes. Al mismo tiempo, se está archivado todo el material de comunicación generado.

Llama la atención también el elevado porcentaje de organismos que recurre en la actualidad a la difusión de los procedimientos de contratación y gestión de las ayudas a través de medios electrónicos, proporcionando todo tipo de información con relación a los mismos.

Por otro lado, el impacto producido por la información difundida en jornadas y reuniones se ha medida a través de la **tasa de satisfacción**, que mide la adecuación para mejorar el conocimiento de los asistentes, que alcanza un valor similar al ya registrado en 2010 (**78,27%**). En consecuencia, se constata que se han mantenido los esfuerzos realizados en este sentido desde entonces, gracias a la labor de coordinación aportada por las redes de comunicación, atendiendo todas las incidencias y dudas que han ido surgido en el desarrollo de las labores de comunicación.

De esta forma, prácticamente se mantiene también la valoración de la utilidad práctica de las sesiones desarrolladas, situándose la **tasa de utilidad** en el **80,4%**, compartiéndose mayoritariamente que este tipo de instrumentos para la obtención de información y consulta resulta muy adecuado para la obtención de información y la resolución de cuestiones y dudas.

En definitiva, en el período 2007-2013 se ha alcanzado una elevada comprensión de las obligaciones en materia de información y publicidad, gracias a la calidad de la información facilitada a lo largo del mismo, y a la utilidad de las acciones desarrolladas, reconocida por los participantes en el desarrollo de las intervenciones estructurales.

La estimación del impacto del Plan de Comunicación tiene un segundo elemento de referencia: el efecto de las medidas adoptadas en el marco del mismo sobre el conjunto de la ciudadanía. La metodología empleada para su cuantificación, de acuerdo con las orientaciones de la *Guía para el Seguimiento y la Evaluación de los Planes de Comunicación*, se sustenta en la cuantificación de dos indicadores adicionales de impacto:

- ✚ El grado de conocimiento de los distintos Fondos Estructurales por parte de la ciudadanía (medido como porcentaje).
- ✚ El grado de conocimiento del papel desempeñado por la Unión Europea en el desarrollo regional por parte de la ciudadanía (medido, asimismo, como porcentaje).

El **impacto de las actividades de información y publicidad sobre la población regional** está en gran medida condicionado por la actual situación de crisis económica, que está provocando una creciente desafección de la población por todo lo relacionado con la Unión Europea.

No obstante, y a pesar del contexto negativo, los resultados de las encuestas realizadas a la población muestran datos similares, e incluso mejorados, a los registrados en la Evaluación Intermedia. Así, el **69,5% de la población regional reconoce tener conocimiento de la**

**percepción de Fondos Comunitarios**, frente al 64,4% registrado en 2010, lo que supone una ligera mejoría.

Por otra parte, es necesario señalar que esta mejoría observada se ha producido además en todos los sexos y grupos de edad considerados. Ello indicaría una mayor adaptación de los mensajes lanzados a los intereses de los diferentes grupos destinatarios, que deberá proseguir en el futuro.

Existen, sin embargo, otros síntomas que corroboran la señalada desafección o desapego de la ciudadanía, como la valoración que la misma realiza sobre el papel desempeñado por los Fondos Europeos en el desarrollo de nuestro país. Así, el 61,3% lo considera cuando menos positivo (cuando en 2010 esta cifra alcanzaba el 68,2%), habiéndose incrementado el número de personas que estiman que su función es irrelevante o que no tienen una opinión formada al respecto. Se reduce, al mismo tiempo, el porcentaje de la población que opina que la contribución de los Fondos es absolutamente crucial (-2 puntos porcentuales).

Dicha percepción se intercambió también en los Grupos de Discusión celebrados, que apuntaban que la UE se presenta actualmente como una válvula de escape de la frustración y la decepción que han generado las medidas de austeridad impuestas a la población. A ello contribuye el hecho de que existen incentivos, por parte de las Administraciones nacionales y regionales, de arrogarse, en la información que transmiten, los beneficios de las inversiones realizadas con la ayuda de los fondos, y de atribuir a Bruselas, sin embargo, la adopción de medidas antipopulares como consecuencia de los recortes y ajustes presupuestarios aplicados.

El conocimiento más profundo de la Política Regional Europea y de sus instrumentos ha experimentado, por su parte, una evolución dispar. El FEDER es el instrumento más reconocido por la población y, particularmente por aquellos de entre 55 y 74 años. Así, el **porcentaje de personas** que teniendo constancia de que la región recibe fondos de la UE **conoce el FEDER** asciende al **56,7%**, lo que supone un incremento de 2,4 puntos porcentuales con respecto a los resultados obtenidos en la Evaluación Intermedia del Plan de Comunicación.

En función del sexo, el 61,7% de los hombres declara conocer el FEDER, frente a un 51,9% en el caso de las mujeres.

En lo relativo al **Fondo de Cohesión**, la evolución ha sido ligeramente negativa si tenemos en cuenta que el porcentaje de la población que había oído hablar del mismo en 2010 ascendía al **51,0%**, y en 2013 este porcentaje se sitúa en el **49,3%**. Esta variación puede ser consecuencia, en parte, de que España no será perceptora de Fondo de Cohesión en el período 2014-2020, de modo que éste ha perdido representatividad en todas las actuaciones que se están realizando en relación con el nuevo período de programación.

La menor atención prestada por la población femenina a dicho instrumento se refleja en el porcentaje de mujeres que afirman haber oído hablar del Fondo de Cohesión (40,8%), porcentaje que, no obstante, se ha incrementado respecto a 2010 (32,1%).

En términos comparativos con el FEDER, el mayor nivel de información corresponde en este caso la población de entre 25 y 54 años, seguido de la población perteneciente al siguiente tramo de edad contemplado (55-74 años).

Desde una perspectiva temática, la sensibilización de la población se ha visto reducida en todos los ámbitos de intervención, salvo en el caso de las ayudas a la formación y el empleo, siendo las inversiones en mejoras ambientales las que han registrado una mayor caída de popularidad (-5,82%) frente a la registrada en otro tipo de infraestructuras (-1,12%).

La población continúa asociando mayoritariamente la cofinanciación estructural con la construcción de infraestructuras de transporte. El importante esfuerzo realizado por la Política Regional para mejorar la accesibilidad de la región ha sido muy relevante, lo que justifica su visibilidad.

Existen diferencias relevantes en función de la edad, destacando que la población de entre 55 y 74 es la que tiene un mayor conocimiento de las inversiones realizadas en infraestructuras, seguidas del tramo de edad de entre 25 y 54 años.

La sensibilización con respecto a la contribución de la Política de Cohesión a la temática medioambiental resulta menor. No obstante, tomando en consideración la importancia estratégica y financiera que dichos proyectos van a cobrar en el período 2014-2020, el equipo evaluador considera pertinente trabajar en la identificación de los instrumentos y fórmulas de difusión más adecuadas para sensibilizar a la población sobre la potencialidad de los Fondos Estructurales en la cofinanciación de este tipo de proyectos.

Desde el punto de vista instrumental, los datos se repiten respecto los obtenidos en la Evaluación Intermedia: el principal canal de información para la mayor parte de la ciudadanía española son los medios de comunicación social que mantienen su importancia. Así, el 78,8% reconoce haber accedido a información sobre la UE y los Fondos Estructurales a través de anuncios en televisión, prensa o radio, situación que, además, se mantiene relativamente homogénea independientemente del tramo de edad considerado, aunque alcanza su máximo en la población entre 25 y 54 años.

Aunque con una diferencia notable en relación con los medios de comunicación, la comunicación interpersonal como forma de acceso a la información relacionada con los Fondos y la Política Regional se configura como un elemento multiplicador de la visibilidad de los proyectos. Así, aparece como la segunda vía de acceso a la información sobre la



cofinanciación de la UE (con un 39,2% de las personas encuestadas que afirmaban conocer la existencia de los Fondos Estructurales a través de esta fórmula).

Frente a la importancia asignada por la población a la difusión a través de los medios de comunicación, crece el impacto de Internet como vía de comunicación (el 23,1% de los ciudadanos reconocen haber accedido a la información sobre las actuaciones cofinanciadas a través de esta vía). El efecto de la difusión realizada mediante de todo tipo de cartelería se ha visto especialmente reducido (-20%), al igual que el de los folletos, coincidiendo con el menor número de actuaciones que se han desarrollado a través de estos instrumentos desde 2011.

De esta forma, ha sido el “recurso tecnológico”, el único que ha incrementado su repercusión sobre el conjunto de la ciudadanía y de forma particular entre la población más joven, aparece como el medio idóneo para llegar al público más reticente a aceptar los mensajes distribuidos por canales tradicionales. La utilización de las páginas Web, que facilitan una comunicación digital y concisa, es una manera amigable de llegar a los destinatarios, utilizando un lenguaje cada vez más común. Además, la multimedialidad de Internet, que permite utilizar audio, video, fotografías y animaciones, entre otras opciones, hacen más atractivos los mensajes, lo cual resulta especialmente necesario en temas complejos como pueden ser los relacionados con las políticas comunitarias de la UE.

De todo lo anterior podemos obtener dos conclusiones fundamentales:

Desde una perspectiva general, continúan siendo las infraestructuras el ámbito de intervención más conocido entre la ciudadanía española, siendo la población de entre 55 y 74 años la más familiarizada con el apoyo en dicha materia, de modo que se impone la necesidad de incidir en la puesta en valor de la contribución de la UE al desarrollo de proyectos de carácter medioambiental, que tendrá una importancia notable en el nuevo período de programación.

Se observa una orientación creciente hacia la comunicación a través de Internet, aunque siguen siendo los medios de comunicación social los que registran un mayor impacto hasta la fecha. En cualquier caso, la diversidad de canales de información a los que la población tiene acceso, garantiza la disposición de información para el conjunto de la ciudadanía.

El equipo evaluador considera imprescindible, en este contexto, incidir más en las tareas de comunicación frente a las de publicación, y adaptar el mensaje emitido a los colectivos destinatarios, así como concentrar los esfuerzos en los próximos años en poner en valor los proyectos cofinanciados (objetivos, beneficiarios, inversión realizada, resultados obtenidos, etc.).

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

El procedimiento de evaluación finalizado con la elaboración del presente documento y definido 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*” ofrece una respuesta completa y eficiente a los requerimientos reglamentarios en materia de evaluación de los Planes de Comunicación, que ha permitido concretar en una batería de conclusiones y recomendaciones los principales elementos del proceso.

En este marco, el presente capítulo recoge las principales conclusiones derivadas de los análisis realizados y trata de plantear alternativas de actuación que permitan avanzar en la superación de los elementos críticos identificados, posibilitando con ello una mejora en términos de eficiencia en la implementación del Plan de Comunicación del PO Fondo de Cohesión - FEDER.

Conviene tener presente, no obstante, que las consideraciones recogidas a continuación no tienen un carácter exhaustivo, siendo precisa la lectura íntegra del Informe de cara a contar con una visión completa de la situación actual de la información y publicidad relativa a las intervenciones cofinanciadas en el marco de los *PO*, así como a lograr una mejor comprensión de las mismas.

Las **10 principales conclusiones** a destacar de la Evaluación Final del Plan de Comunicación del PO de I+D+i – Fondo Tecnológico y del PO de Economía basada en el Conocimiento son:

- ✚ **Conclusión 1.** El período 2007-2013 ha instaurado la “cultura de la comunicación” en la gestión de los Fondos Estructurales y el Fondo de Cohesión. Este salto cualitativo ha sido posible gracias a la formulación de una estrategia de comunicación coordinada con todos los agentes involucrados en la aplicación del PO.
- ✚ **Conclusión 2.** Los fundamentos que inspiraron inicialmente el diseño del Plan de Comunicación del PO Fondo de Cohesión-FEDER se han ido consolidando progresivamente, tanto desde la perspectiva de la pertinencia del plan (prueba de ello es que los objetivos marcados para 2013 han sido reforzados con un incremento de los valores de ejecución previstos por los indicadores), como de su validez y consistencia (con una aplicación creciente de las medidas que ha permitido alcanzar avances significativos en la consecución de los objetivos y la obtención de una respuesta efectiva a las necesidades de los grupos destinatarios) y la adecuación de los medios destinados a su desarrollo.

- ✚ [Conclusión 3.](#) Se ha apreciado una implicación creciente por parte de los órganos gestores de las ayudas. El papel de la red GRECO-AGE, así como la labor de coordinación de la Autoridad de Gestión, a través de la red GERIP, ha favorecido el mayor compromiso de todos los agentes involucrados.
- ✚ [Conclusión 4.](#) Los mecanismos de gestión y seguimiento de las actuaciones de información y publicidad también se han perfeccionado en estos últimos años. Así, se han realizado mejoras en el funcionamiento de INFOCO, se han establecido pautas para la imputación del gasto asociado a la comunicación y se han acordado criterios para la identificación de buenas prácticas de operaciones cofinanciadas.
- ✚ [Conclusión 5.](#) El enfoque de género se ha considerado tanto desde una perspectiva estratégica, como instrumental y de contenido en las actuaciones de información y publicidad, observándose una implicación creciente de los diferentes organismos en los últimos años. Si bien las medidas adoptadas sólo han logrado un efecto parcial sobre la ciudadanía, persistiendo la necesidad de reducir la brecha de género existente en el conocimiento de la Política de Cohesión, el Fondo de Cohesión y el FEDER entre la población y mejorar la visibilidad de la aportación de los mismos a la mayor igualdad entre hombres y mujeres.
- ✚ [Conclusión 6.](#) El nivel de ejecución alcanzado ha sido positivo. La mayoría de los indicadores se encuentran muy próximos a los objetivos previstos, sin observar riesgo de incumplimiento de los objetivos en los próximos meses.
- ✚ [Conclusión 7.](#) Los organismos que han mostrado una mayor capacidad de difusión del mensaje de la contribución de la UE han sido la DGFC (desde un punto de vista cuantitativo, pero sobre todo estratégico), ADIF, la UNED, las Sociedades de Aguas (con Acuamed a la cabeza); las Comunidades Autónomas de Castilla y León y el Principado de Asturias; y los Ayuntamientos de Barcelona y Badalona, fundamentalmente.
- ✚ [Conclusión 8.](#) Se ha observado un cumplimiento muy alto de las obligaciones reglamentarias en materia de información y publicidad, no advirtiéndose incidencias en los resultados de los trabajos de verificación previa de las operaciones seleccionadas aleatoriamente en la presente evaluación.
- ✚ [Conclusión 9.](#) El impacto de las actuaciones de comunicación sobre los beneficiarios públicos de las ayudas se estima muy favorablemente, debido al importante conocimiento que tienen de las obligaciones de información y publicidad (94,77%), así como a la elevada utilidad que otorgan a las jornadas o sesiones formativas desarrolladas (80,36%), y al grado de satisfacción ocasionado por las mismas (78,27%).
- ✚ [Conclusión 10.](#) El impacto de las actuaciones de comunicación sobre la población en general se considera adecuado. El 56,72% de la ciudadanía declara conocer la existencia del FEDER, cifra que se sitúa en el 49,26% en el caso del Fondo de Cohesión. Desde un

punto de vista más general, el porcentaje de la población que tiene constancia de que la UE invierte en España a favor del crecimiento y el progreso regional alcanza el 69,46%.

Respecto a las **recomendaciones** que se desprenden de la presente Evaluación, éstas están orientadas a facilitar un cierre adecuado del Plan de Comunicación 2007-2013.

- ✚ **Recomendación 1.** Incrementar los esfuerzos destinados a la presentación de buenas prácticas de operaciones cofinanciadas, justificando de forma motivada, el cumplimiento de todos los criterios establecidos. Ello reforzaría el papel desempeñado por el PO Fondo de Cohesión-FEDER como un instrumento eficaz para el fomento la estrategia derivada del Plan Estratégico de Infraestructuras y Transporte (PEIT) y del Plan AGUA, complementada con actuaciones concretas en materia de medio ambiente (residuos y la prevención de riesgos naturales) que define sus principales ámbitos de intervención.
- ✚ **Recomendación 2.** Proseguir en el volcado de los indicadores de comunicación de las actividades de información y publicidad realizadas en los próximos meses, lo que permitirá alcanzar los valores objetivos previstos para el conjunto del período de programación.
- ✚ **Recomendación 3.** Efectuar, atendiendo a las recomendaciones realizadas en el marco de GERIP y GRECO-AGE, la grabación con una antelación suficiente para su análisis de cara al próximo Informe Anual de Ejecución a presentar ante el Comité de Seguimiento.
- ✚ **Recomendación 4.** A pesar de los avances conseguidos en la mejora de la descripción de las actuaciones vinculadas a los correspondientes indicadores, es preciso insistir en la importancia de seguir mejorando en este sentido, con el fin de favorecer una adecuada identificación e interpretación de las realizaciones, particularmente el caso de aquellos organismos en los que se han detectado especiales incidencias (como los Ayuntamientos de Sabadell y Santander).
- ✚ **Recomendación 5.** Elaborar procedimientos de comunicación en todos los órganos gestores y Organismos Intermedios que faciliten la asunción de funciones en la materia sin necesidad de amplios períodos de aprendizaje en el caso de rotación de personal.
- ✚ **Recomendación 6.** Continuar trabajando en la difusión de los principales resultados alcanzados en los proyectos cofinanciados en el marco del Programa, con la finalidad de mejorar el conocimiento que la población tiene acerca de las principales áreas de intervención del mismo.
- ✚ **Recomendación 7.** Particularizar el mensaje y las vías de comunicación empleadas con la finalidad de sensibilizar a la población menos receptiva, como la población femenina, la de mayor edad (de 75 años o más) o la más joven (de entre 15 y 24 años).
- ✚ **Recomendación 8.** Unificar la forma de consideración de los requerimientos en materia de información y publicidad, en las listas de verificación utilizadas por los organismos

encargados de realizar las tareas de control, de cara a facilitar el seguimiento y evaluación de la efectiva consideración de los mismos.

- ✚ [Recomendación 9](#). Capitalizar la experiencia en materia de gestión y seguimiento de comunicación adquirida por los diferentes órganos gestores y/u Organismos Intermedios del PO de cara a su participación en proyectos cofinanciados con FEDER en el nuevo período de programación 2014-2020.

## 9. BUENAS PRÁCTICAS

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

#### *Buenas Prácticas de Comunicación*

---

El procedimiento de evaluación realizado ha puesto de manifiesto como la ejecución del Plan de Comunicación del PO Fondo de Cohesión-FEDER se ha materializado en un volumen significativo de actuaciones de comunicación, contribuyendo a la consecución de los objetivos establecidos en el mismo, así como a los de la política de comunicación de la UE en su conjunto.

Entre las actuaciones realizadas, se han venido destacando, desde la anualidad 2009 aquéllas que pueden catalogarse como casos éxito o buenas prácticas. Dichas buenas prácticas de comunicación han quedado recogidas en los Informes Anuales de Ejecución, así como en el Informe de Evaluación del Plan de Comunicación realizado en 2010 y en la Base de Datos de buenas prácticas de Comunicación, (<http://www.dgfc.sggg.meh.es/sitios/dgfc/es-ES/ipr/fcp0713/c/bp/c/Paginas/Inicio.aspx>).

En concreto, las **buenas prácticas de Comunicación** presentadas hasta la fecha ascienden a las 22 siguientes:

- ✚ Guía Metodológica de seguimiento y evaluación de los Planes de Comunicación de los Programas Operativos FEDER, Fondo de Cohesión y FSE 2007-2013.
- ✚ Constitución de la Red GERIP “Grupo Español de Responsables de Información y Publicidad.
- ✚ Constitución de la Red GRECO-AGE “Grupo de Responsables de Comunicación de la Administración General del Estado”.
- ✚ Actuaciones llevadas a cabo por la Autoridad de Gestión de los Programas Operativos para darlos a conocer en el momento inicial del período de programación.
- ✚ Campaña de publicidad llevada a cabo por el Ayuntamiento de Tarragona para hacer llegar a la ciudadanía el papel que juega el Fondo de Cohesión en las actuaciones cofinanciadas por el mismo.
- ✚ Acciones de comunicación en la puesta en marcha del Programa Operativo del Fondo de Cohesión en el Ayuntamiento de Barcelona.
- ✚ Jornada “Puertos en el contexto de las Redes de Transporte Transeuropeas. La importancia de los Fondos Europeos para la cohesión territorial”.

- ✚ Comunicación, en los Puntos de Información y Atención al Ciudadano (PIAC), de los proyectos cofinanciados con Fondos Europeos, llevada a cabo por ADIF.
- ✚ Guía de indicadores de seguimiento de la publicidad en las obras financiadas con Fondos Europeos en la Dirección Técnica de la Confederación Hidrográfica del Miño-Sil, período 2007-2013.
- ✚ Actividades de comunicación efectuadas para dar a conocer el Depósito pluvial de la calle Comte d'Urgell.
- ✚ Campaña de promoción de la recogida selectiva y de los contenedores soterrados llevada a cabo en 2010 y 2011 por el Ayuntamiento de Tarragona.
- ✚ Acciones de comunicación para la difusión entre la ciudadanía de los proyectos cofinanciados por el Fondo de Cohesión en Terrassa.
- ✚ Plan de comunicación de la puesta en servicio de la Línea de Alta Velocidad Madrid-Cuenca-Albacete-Valencia.
- ✚ Aplicación informática interna para la recogida de información de las autoridades portuarias.
- ✚ Actuaciones llevadas a cabo por la Autoridad de Gestión del Programa Operativo para dar a conocer las actuaciones recogidas en el mismo.
- ✚ Díptico "¿Cómo contribuye la Unión Europea al desarrollo de la Alta Velocidad Española?" elaborado por ADIF y distribuido en FITUR y en todos los Puntos de Información y Atención al Ciudadano de líneas cofinanciadas.
- ✚ "Manual de Publicidad de Fondos Europeos: FEDER y Fondo de Cohesión" de la Confederación Hidrográfica del Duero.
- ✚ Actuaciones llevadas a cabo por la Sociedad Estatal de aguas de las cuencas del Sur para dar a conocer la actuación de "Red Suroeste de Realización de Aguas de Madrid".
- ✚ Producción y difusión de 10 vídeos de corta duración (cápsulas informativas) para divulgar las actuaciones realizadas en la ciudad de Barcelona, Ayuntamiento de Barcelona.
- ✚ El video del proyecto "Doblado del colector Abroñigal y actuaciones en los ramales de Pilillas y Moratalaz" del Ayuntamiento de Madrid.
- ✚ El Desarrollo del Plan de Comunicación del proyecto "Plan de Mejora de Colectores del Ajuntament de L'Hospitalet", del Ayuntamiento de Hospitalet de Llobregat.
- ✚ Video "*Mejorando España construyendo Europa*", de Puertos del Estado.

Dichos ejemplos se han referido a actuaciones de varios organismos gestores del Programa, tanto de la Administración General del Estado como de Corporaciones Locales, presentadas entre los años 2009 y 2012. En concreto:

- ✚ Las buenas prácticas específicas presentadas por organismos de la AGE ascienden a un total de 13, lo que supone el 63,6% del total, correspondiendo el 36,4% restante a las

Corporaciones Locales, que han venido cobrando protagonismo en los últimos años. Entre el primer grupo destacan las actuaciones llevadas a cabo por la propia Autoridad de Gestión, con un total de 5, en las que se distinguen las que inicialmente presentaban el PO y los instrumentos establecidos para la programación, gestión, seguimiento y evaluación de la política de comunicación de los Fondos Europeos en España y aquellas en las que se exponen las principales actuaciones cofinanciadas en el marco del Programa.

✚ En lo que se refiere al Fondo destaca la ausencia de buenas prácticas relativas a actuaciones cofinanciadas por el FEDER de forma específica. Así, las existentes corresponden en un 68,2% a actuaciones cofinanciadas con el Fondo de Cohesión, en tanto el 31,8% restante tienen un carácter general. En este grupo se encuentran las elaboradas por la Autoridad de Gestión, así como la elaboración de guías y folletos informativos sobre los Fondos Europeos.

✚ Desde una perspectiva temporal, se observa que la presentación de las buenas prácticas ha ido consolidándose en paralelo al avance de la ejecución del Programa Operativo:

- En los primeros años de la programación, hasta 2008, no se presenta ninguna buena práctica, debido al retraso tanto en la aprobación del Programa como en la definición de los procedimientos para la identificación de las buenas prácticas de Comunicación en el seno del GERIP.

De hecho, es en la reunión del GERIP celebrada el 23 de marzo de 2010 donde se determina que *“la presentación de estas buenas prácticas se debería hacer según lo recogido en la Guía para el Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación y todas ellas deberían cumplir los criterios para su selección señalados en la misma”*.

- En 2009 el primer año en el que, con 8, se muestran ejemplos de buenas prácticas.
- En 2010 se observan 7 nuevos casos de buenas prácticas.
- En 2011, el número de buenas prácticas que se incorporan se reduce a 3.
- Finalmente, en 2012 se han presentado un total de 4 nuevos casos ejemplarizantes.

**La valoración general respecto a la consideración de estas actuaciones como buenas prácticas es favorable, de acuerdo con los siguientes elementos:**

Todas ellas se han elegido sobre la base de los criterios establecidos a estos efectos en el seno de la red GERIP, a saber:

- ✚ Criterio 1. Uso de recursos innovadores en la presentación, organización y/o desarrollo.
- ✚ Criterio 2. Adecuación de los contenidos a los objetivos perseguidos.



- ✚ Criterio 3. Incorporación de criterios de Igualdad de oportunidades.
- ✚ Criterio 4. Adecuación con el objetivo general de difusión de los fondos.
- ✚ Criterio 5. Alto grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción de comunicación.
- ✚ Criterio 6. Evidencia de un alto grado de calidad.
- ✚ Criterio 7. Uso de nuevas tecnologías de la información.

De hecho, su justificación ha sido motivada mediante el cumplimiento de los siete criterios de selección (con la única excepción de la buena práctica presentada por ADIF relativa a la edición del díptico “¿Cómo contribuye la Unión Europea al desarrollo de la Alta Velocidad Española?” en la que no se han considerado los criterios de evidencia del alto grado de calidad y uso de nuevas tecnologías de la información).

Sin embargo, en el caso específico del criterio de Igualdad de Oportunidades se observa una tendencia generalizada a estimar que la buena práctica está relacionada de forma exclusiva con el uso de un lenguaje no sexista y la selección de elementos gráficos no discriminatorios. En este caso se recomienda el análisis, selección y presentación de posibles buenas prácticas de comunicación en las que se oriente la actuación al colectivo femenino, entre el que quedó constancia en la Evaluación Intermedia que existía un menor conocimiento de los Fondos FEDER y Fondo de Cohesión.

Asimismo, la presentación está acompañada de una selección gráfica que permite tener una imagen fidedigna de las diferentes actuaciones llevadas a cabo, recogiendo en todos los casos, de forma explícita, referencias a la cofinanciación de los Fondos en las mismas.

Finalmente, en la gran mayoría se ha recurrido a una importante diversidad de instrumentos que han permitido abarcar un amplio abanico de población objetivo, maximizando el impacto de las actuaciones. Sólo hay algunas excepciones particulares, como el caso de la elaboración de manuales o aplicaciones informáticas vinculadas al cumplimiento de los requisitos de comunicación de los Fondos Europeos y la contabilidad de las actuaciones de comunicación llevadas a cabo.

Todo ello ha dotado de una gran coherencia la identificación de estos mejores ejemplos de comunicación.

No obstante, un análisis detallado de las 22 buenas prácticas presentadas hasta la fecha permite distinguir tres grupos ligeramente diferenciados:

- ✚ *Buenas prácticas que pueden calificarse como de calidad, aunque con margen de mejora, en tanto están detalladamente descritas y apoyadas en argumentos sólidos para todos los criterios de selección, así como en una prueba fotográfica óptima.*

En este grupo se encuentra la mayoría de las presentadas hasta el momento (en torno al 63,6% del total).

De forma específica, se agrupan las realizadas por la Dirección General de Fondos Comunitarios, además de las promovidas, respectivamente, por algunos organismos de la AGE, como los Ayuntamientos de Barcelona, Terrassa, Tarragona y L'Hospitalet de Llobregat. También se enmarcan en este grupo algunos ejemplos particulares de las buenas prácticas presentadas por ADIF (la comunicación en los Puntos de Información y Atención al Ciudadano (PIAC) de los proyectos cofinanciados con Fondos Europeos).

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

En este contexto de elevada calidad, podría, no obstante, incidir en la selección de dos buenas prácticas de comunicación realizadas por el Ayuntamiento de Tarragona que resultan muy similares entre sí, lo que hace que en el caso de la campaña de comunicación vinculada al reciclaje realizada entre los años 2010 y 2011 se pierda el carácter de innovador y se pueda hablar con mayor precisión de continuidad.

- ✚ *Buenas prácticas apoyadas en los mencionados criterios, pero con argumentos que, en algún caso, podrían ser reforzados en mayor medida con consideraciones adicionales y/ o con una descripción de la actuación de comunicación poco detallada.*

En este grupo se han incluido aquéllos ejemplos en los que si bien la selección de la buena práctica se sustenta sobre los criterios consensuados en el GERIP, el informe presenta ciertas debilidades. Por un lado, existen evidencias suficientes que podrían fortalecer la argumentación de uno o varios de los criterios señalados y, por otro, contribuiría a una mejor comprensión de la estrategia de comunicación una explicación más detallada de las actuaciones puestas en práctica.

De forma específica, en el caso del *Plan de comunicación de la puesta en servicio de la Línea de Alta Velocidad Madrid-Cuenca-Albacete-Valencia* se repiten los argumentos dados en los criterios de adecuación de los contenidos a los objetivos perseguidos y adecuación con el objetivo general de difusión de los fondos. En este sentido, sería conveniente circunscribir en el primero de los casos la argumentación a la consecución de los objetivos específicos perseguidos por la actuación de comunicación dejando

constancia de la transmisión de la participación del Fondo de Cohesión en la puesta en servicio de la Línea de Alta Velocidad; en tanto en el criterio 4 se trata de vincular esta información a la concienciación de la población española de la contribución del Fondo de Cohesión al Desarrollo Regional.

Por otra parte, el criterio relativo al grado de cobertura aporta unas cifras poco claras, en la medida en que no se identifica con precisión a qué corresponde el porcentaje indicado. Sería, en este caso, conveniente especificar si corresponde al 92,8% de la población española, de los usuarios habituales del AVE en todo el país, etc.

En la buena práctica presentada por la Confederación Hidrográfica Miño-Sil, las principales debilidades se encuentran en la justificación de los criterios de adecuación de los contenidos a los objetivos perseguidos y consideración del principio de Igualdad de Oportunidades.

Por su parte, en el caso de las actuaciones llevadas a cabo por la Sociedad Estatal de Aguas de las Cuencas del Sur para dar a conocer la actuación de "Red Suroeste de Realización de Aguas de Madrid" se justifica el carácter innovador por el uso de un lenguaje accesible. Sin embargo, no se pone en relieve la diversidad de actuaciones llevadas a cabo que abarcan desde la celebración de actos públicos hasta la publicación de notas de prensa, noticias en periódicos de tirada nacional y folletos informativos, de lo que se deduce la implementación de una estrategia de comunicación diversificada y eficiente vinculada al desarrollo de la actuación y a través de la cual se pone en valor la aportación del Fondo de Cohesión.

En lo relativo a las buenas prácticas presentadas por Puertos del Estado, de forma general se justifica la idoneidad en cuanto a la incorporación del principio de Igualdad de Género a través únicamente del uso de un lenguaje no exclusivo, sin incidir en mayor medida en las posibilidades adicionales que cada caso particular pudiera aportar. Asimismo, el recurso a las nuevas tecnologías es un criterio que requiere un mayor detalle de descripción, particularmente en aquellos casos en los que la herramienta principal está en este ámbito, como sucede con la aplicación informática interna para la recogida de información de las autoridades portuarias, de la que, por otra parte, se hace una descripción poco detallada.

Finalmente, en el caso del proyecto "*Doblado del colector Abroñigal y actuaciones en los ramales de Pilillas y Moratalaz*" realizado por el Ayuntamiento de Madrid, la descripción se centra más en el propio proyecto cofinanciado que en las actuaciones de comunicación. Este aspecto pierde fuerza en la justificación de los criterios, si bien siguen apareciendo referencias específicas a la actuación cofinanciada.

✚ *Buenas prácticas no sustentadas en todos los criterios consensuados para tal objeto en el seno del GERIP.*

Por último se ha observado una debilidad, en tanto no se han justificado el 100% de los criterios de buenas prácticas consensuados en el seno del GERIP, en el caso particular de una buena práctica: la edición del díptico de ADIF con el título “¿Cómo contribuye la Unión Europea al desarrollo de la Alta Velocidad Española?”.

En concreto no se hace referencia a la calidad de la buena práctica ni al uso de las Nuevas Tecnologías de la Información. Si bien éste no era un requisito imprescindible, existen argumentos que permitirían justificar al menos el criterio relativo a la calidad de la buena actuación, poniendo en relieve, de una parte, el contenido del díptico en el que se informa acerca de la contribución de los Fondos Europeos al desarrollo regional a través de la cofinanciación de infraestructuras de alta velocidad, pero también, a la forma de distribución a través de los PIAC, que ha permitido un amplio grado de cobertura.

De forma paralela, el resto de los criterios adolece de un reducido detalle, de modo que una descripción más amplia de la política de distribución, de la población a la que va dirigida y de las novedades que representa en relación con la política de comunicación habitual en relación con los Fondos Europeos de ADIF podría mejorar la percepción que de la buena práctica tiene el lector.

En conclusión, las buenas prácticas identificadas entre las anualidades 2009 y 2012 se caracterizan por su elevado nivel de calidad tanto en su realización como en su presentación. A pesar de lo cual se proponen ciertas recomendaciones en casos particulares relacionados con el refuerzo de los argumentarios que motivaron su elección y la comprensión por parte del interesado.

### *Buenas Prácticas de Proyectos cofinanciados*

---

El último paso de la comunicación consensuado en el seno del GERIP y el GRECO-AGE, de acuerdo con las orientaciones realizadas por la DG REGIO, lo constituye la selección y presentación de buenas prácticas de actuaciones.

En este marco, la selección de buenas prácticas de actuaciones cofinanciadas ha cobrado en los últimos años un importante impulso, tras la concreción de los [criterios para la identificación y presentación de buenas prácticas de FEDER y Fondo de Cohesión](#), así como la creación de una [Base de Datos de casos de éxito disponible](#) en la web de la Dirección General de Fondos Europeos del Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas ([www.dgfc.sggp.meh.es/sitios/dgfc/es-ES/ipr/fcp0713/c/bp/ac/Paginas/Inicio.aspx](http://www.dgfc.sggp.meh.es/sitios/dgfc/es-ES/ipr/fcp0713/c/bp/ac/Paginas/Inicio.aspx)).

En este marco se ha establecido un procedimiento para la identificación y estructuración de buenas prácticas estructurado en cuatro etapas:

- ✚ **FASE 1: Definición:** Concreción de los criterios que caracterizan una buena práctica, así como de los elementos que integrarán el informe o ficha para la recogida de la información de ejemplos que pudieran tener esta condición.

Para el caso de [FEDER y Fondo de Cohesión](#), los criterios fueron debatidos y aprobados por GERIP en la sesión celebrada el 27 de octubre de 2011 y tal y como queda constancia en el acta de la reunión correspondiente al 7 de febrero de 2012, lograron el visto bueno de la DG Regio en los Encuentros Anuales de dicho año 2011. Dichos criterios ascienden a siete y son:

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

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

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

- ✚ **FASE 2: Recogida de información:** El mecanismo definido a través del informe de presentación de las buenas prácticas (FEDER y Fondo de Cohesión) promueve la reunión de los datos en un formato adecuado, comparable y transferible lo que facilita su utilización.

En este marco, la segunda fase consiste en la solicitud y cumplimentación por parte de los órganos gestores / beneficiarios del señalado informe para cada una de las actuaciones, metodologías o herramientas que estimen que puedan incluirse en la categoría de buenas prácticas o casos de éxito.

Dicho informe se estructura en dos partes: la descripción de la actuación (en la que se recoge la información relativa a la ayuda recibida) y la justificación de cada uno de los criterios señalados. En todos los casos, además, la descripción se apoya en un soporte gráfico que permita identificar la actuación y la participación comunitaria en la misma.

Dicha información es remitida a la Dirección General de Fondos Comunitarios, como Autoridad de Gestión.

- ✚ **FASE 3: Validación:** La valoración de la propuesta para concluir si constituye una buena práctica o no corre a cargo de la Dirección General de Fondos, quien se ocupará de confirmar la existencia de evidencias y la adecuación de la práctica a los criterios de tal modo que pueda ser considerada como un caso de éxito.

- ✚ **FASE 4: Difusión:** La finalidad última del procedimiento es la difusión de estos ejemplos a través de la disposición de las correspondientes bases de datos habilitadas a tal efecto, su inclusión en los Informes Anuales de Ejecución, o su presentación en foros, seminarios, jornadas, etc.

La Dirección General de Fondos Comunitarios ha habilitado dos instrumentos fundamentales para la difusión de los mismos: la ya referida base de datos de buenas prácticas de actuaciones cofinanciadas ([www.dgfc.sggp.meh.es/sitios/dgfc/es-ES/ipr/fcp0713/c/bp/ac/Paginas/Inicio.aspx](http://www.dgfc.sggp.meh.es/sitios/dgfc/es-ES/ipr/fcp0713/c/bp/ac/Paginas/Inicio.aspx)) y la incorporación de las mismas a los Informes Anuales de Ejecución de la anualidad 2011 y posteriores.

Esta base de datos ha recogido una importante diversidad de actuaciones, organizando la información por Programas Operativos y anualidades.

La definición de este procedimiento para la identificación y presentación de buenas prácticas de actuaciones cofinanciadas ha facilitado su incorporación al Informe Anual de Ejecución correspondiente a la anualidad 2011 y posteriores, así como la creación de la ya señalada base de datos que, en el caso particular del PO Fondo de Cohesión-FEDER cuenta con un total de **14 buenas prácticas**.

El perfil general de dichas prácticas queda definido por tres rasgos fundamentales:

- ✚ **Órgano gestor:** De acuerdo con el órgano gestor que ha promovido y puesto en práctica la actuación se distinguen tres categorías diferentes: los proyectos de ADIF (28,6%), los proyectos de Puertos del Estado (21,4%) y los proyectos implementados por diferentes Ayuntamientos y Conseils (50%), en concreto los Ayuntamientos de Madrid, Palma, Barcelona, Tarragona y L'Hospitalet de Llobregat; así como el Conseil de Eivissa.

Se echa en falta la consideración de casos de éxito de otros Organismos Intermedios y/u órganos gestores del Programa Operativo, como pueden ser los Gobiernos Regionales, las Confederaciones Hidrográficas o las Sociedades Estatales de Aguas.

- ✚ **Perspectiva temporal:** A partir de 2011, la consolidación de la presentación de buenas prácticas como un elemento básico de presentación de los proyectos tanto en el ámbito más local, como en el nacional y el comunitario a través de su inclusión en la base de datos de la Dirección General de Fondos Comunitarios a lo largo del tiempo tiene un claro síntoma en el número creciente de casos presentados. Así, la mayor parte de los mismos se concentran entre los años 2011 (28,6%) y 2012 (50,0%). Conviene no obstante, destacar el esfuerzo realizado con carácter retroactivo, con la incorporación de una buena práctica correspondiente a la anualidad 2009 y 2 en 2010.

A estos efectos, sería recomendable continuar en la línea iniciada y reforzar los ejemplos correspondientes a las anualidades previas.

- ✚ **Dimensión financiera:** La información financiera de la actuación resulta un dato de relieve, si tenemos en cuenta que su inclusión permite asumir la dimensión de la ayuda europea que llega al Estado Miembro a través de los diferentes proyectos.

Desde que se introduce este requisito, en 2012, el 100% de los informes recogen información financiera detallada, incluyendo el dato de la ayuda europea recibida.

Dada la relevancia que el equipo evaluador concede a esta información, se recomienda que, con carácter retroactivo, se informe en todas las presentaciones de buenas prácticas tanto del coste total del proyecto como de la ayuda comunitaria percibida en el marco del mismo.

La **valoración más formal** de las buenas prácticas corresponde a la presentación de las mismas. En la medida en que el informe de presentación constituye el vehículo de difusión de los diferentes casos tanto entre el público más especializado como entre el conjunto de la población, la fórmula de presentación es un elemento a considerar.

En cuanto a la calidad de la presentación de las buenas prácticas, en general, se trata de operaciones que han destacado por sus positivos resultados, contribuyendo significativamente a los objetivos del Programa Operativo. No obstante, para elevar su utilidad, como mecanismo para dar a conocer los mejores ejemplos de proyectos cofinanciados, se aconseja dedicar una

atención especial para mejorar la justificación de su selección en aquellos criterios que, particularmente, exigen un análisis más complejo.

Así, se han detectado especiales dificultades en la justificación de alguno de los criterios. En concreto la identificación de la debilidad afrontada por las operaciones y la presentación de las sinergias positivas con otras políticas o instrumentos de intervención pública.

En lo relativo a la *contribución para la resolución de una debilidad*, se entiende que debería centrarse la exposición en la situación previa a la intervención, recogiendo la necesidad de llevar a cabo la misma.

En este sentido, la presente evaluación recomienda consultar las conclusiones del análisis DAFO en el que se basa la programación, para identificar las debilidades destacadas en el PO sobre las que se pretende intervenir. Ello permitiría conocer la incidencia de cada proyecto para paliar la problemática regional de partida.

Por su parte, en lo que afecta a la identificación de *sinergias positivas con otros instrumentos o políticas*, ésta ha resultado escasamente justificada en líneas generales si tenemos en cuenta que en la mayor parte de los casos se ha recogido de forma exclusiva en este criterio la cofinanciación del mismo proyecto con otros recursos y/o la presentación de resultados colaterales del mismo, sin identificar cuáles son los planes, programas o políticas que complementan o impulsan la obtención de resultados de la actuación cofinanciada.

Un elemento que facilitaría la motivación de este criterio sería la aplicación de un enfoque “en cascada” que considerara los grandes fines de la UE fijados en sus planteamientos estratégicos globales (Lisboa en 2007-2013 y EU 2020 para el próximo período), así como la planificación sectorial a nivel nacional y regional.

Desde otro punto de vista, se considera oportuno vincular en la presentación de la adecuación de los resultados a los objetivos no únicamente los propios objetivos del proyecto sino, yendo más allá, los objetivos del PO y, en consecuencia, de la Política Regional Europea. Sin embargo, este aspecto no se ha abordado únicamente en uno de los casos.

De forma global, como resultado de los análisis realizados se podrían catalogar las buenas prácticas en tres grupos:

- ✚ Aquellas donde el margen de mejora es menor, porque se han descrito en mayor medida tanto la actuación como sus principales elementos a destacar a través de la justificación de los criterios. En estos casos las líneas de mejora están relacionadas, precisamente, con la identificación de las necesidades y la presentación de las sinergias positivas con otros instrumentos y/o políticas de intervención pública.



Entre ellas se encuentran las del Parque de Limpieza Viaria “Torrent dels Maduixers” (Ayuntamiento de Barcelona), Plan de Mejora de Colectores (Ayuntamiento de l’Hospitalet), la mejora de la capacidad de la red de saneamiento de la cuenca de Abroñigales (Ayuntamiento de Madrid), la gestión de residuos (Ayuntamiento de Tarragona), el proyecto de sellado y clausura del vertedero de “Son Ros” (Ayuntamiento de Palma), el Viaducto de Almonte (ADIF) y la mejora de los calados en el canal de entrada al interior de la Ría del Ferrol (Puertos del Estado).

- ✚ En el extremo puesto, es decir, con un margen de mejora más amplio, se encuentra la correspondiente al Túnel de Regajal (ADIF) que, además de compartir las debilidades anteriores, presente un reducido nivel de detalle en las justificaciones, particularmente en lo relativo al grado de cobertura de la población objetivo.
- ✚ En un estadio intermedio se enmarcan el resto de las buenas prácticas identificadas, compartiendo todas ellas posibilidades de mejora tanto en algunos indicadores específicos como en el detalle de la exposición de la actuación y/o de los criterios de justificación.

En conclusión, la selección de las buenas prácticas de actuaciones cofinanciadas en el PO Fondo de Cohesión - FEDER 2007-2013 se caracteriza por su elevada calidad en las propias actuaciones y su calidad media en la presentación de las mismas, aunque existe una posibilidad de aprovechar el *know-how* de cara al futuro y mejorar este último aspecto.

Para ello se propone incidir en cuestiones como: la consideración de la contribución de las buenas prácticas a los objetivos generales del PO y, en la medida de lo posible, de la Política de Cohesión en su conjunto; la inclusión de la información financiera (y, particularmente de la ayuda FEDER) en la presentación de los casos de éxito; y la puesta de atención en aquellos criterios en los que hasta el momento han supuesto una mayor dificultad.

Asimismo, con la finalidad de dibujar el perfil completo de los casos de éxito entre las actuaciones cofinanciadas por el Fondo de Cohesión y el FEDER en el marco del PO, sería interesante realizar un trabajo de análisis en las actuaciones puestas en marcha por otros organismos y valorar su posible consideración como ejemplo de éxito.

## 9.2. Identificación adicional de Buenas Prácticas

### *Construcción del Depósito Pluvial de la calle Comte d'Urgell (Ayuntamiento de Barcelona)*

Se presenta como **Buena Práctica de Operación Cofinanciada** del año 2010 la llevada a cabo por el **Ayuntamiento de Barcelona**, consistente en la construcción del **Depósito Pluvial de la calle Comte d'Urgell**, cofinanciado por el Fondo de Cohesión del Programa Operativo Fondo de Cohesión-FEDER 2007-2013

La inversión elegible es de 18.330.180,68 euros, de los que 14.664.144,54 euros corresponden a la ayuda procedente del Fondo de Cohesión.

El Depósito Pluvial de la calle Comte d'Urgell se aloja en el subsuelo de esta calle del Eixample barcelonés, en el tramo comprendido entre las calles Valencia y Mallorca. La ejecución del este Depósito Pluvial se justifica por la necesidad de mejorar el saneamiento urbano de la ciudad de Barcelona en los episodios de lluvia torrencial, mediante la retención temporal de las aguas de tormenta que desbordan la capacidad de la red de alcantarillado.

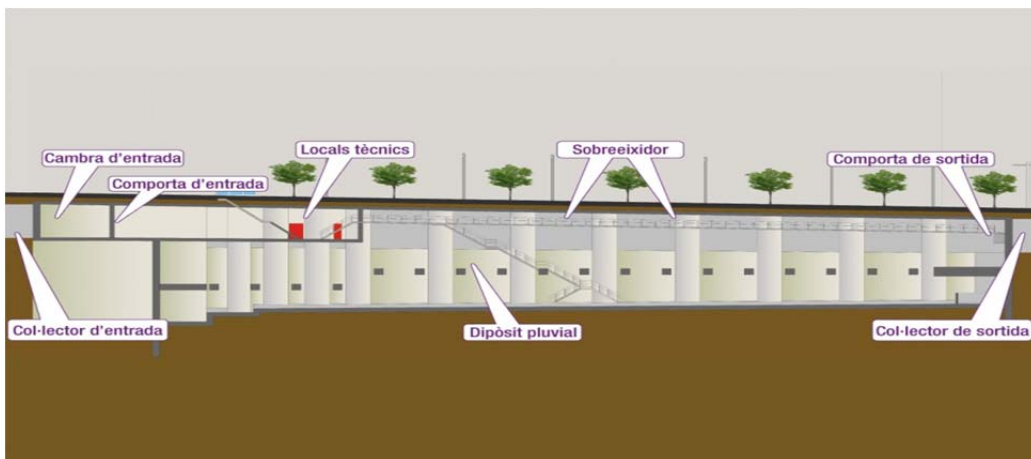


Con la construcción de este Depósito Pluvial se incorpora un elemento muy significativo a la red de alcantarillado de Barcelona, puesto que - una vez concluido el pico de máxima intensidad de la tempestad - permite evacuar de forma controlada las aguas pluviales almacenadas y ajustar el flujo de desagüe de la red de alcantarillado barcelonés a la capacidad máxima de la Estación de Depuración de Aguas Residuales (EDAR) del Besòs.

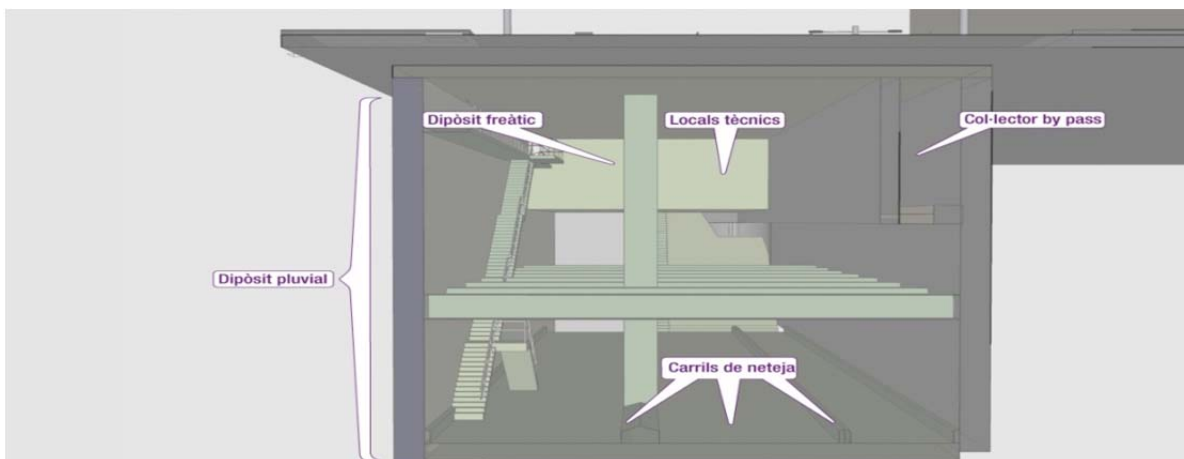
El Depósito Pluvial consta de un único cuerpo de planta rectangular que ocupa el subsuelo de toda la calzada de la calle Comte d'Urgell, de acera a acera, con una profundidad de 14 metros (equivalente a un aparcamiento subterráneo de cuatro plantas) y una capacidad para retener 16.000 m<sup>3</sup> de agua (equivalente al llenado de cuatro piscinas olímpicas).

El Depósito Pluvial se inserta en la red de alcantarillado mediante un colector adosado al lado derecho de calle (lado Besòs), una cámara receptora de las aguas procedentes del colector de la calle Compte d'Urgell, el tanque de almacenamiento de aguas freáticas con capacidad para 200 m<sup>3</sup> – utilizado para la autolimpieza de la instalación – y el colector de recogida de los sumideros del lado izquierdo de la calle (lado Llobregat).

La infraestructura, también, dispone de un sumidero de emergencia que vierte directamente al colector adosado al depósito, para el caso de que el caudal torrencial de un episodio de gran intensidad desborde la capacidad de la instalación.



Sección longitudinal



Sección transversal

## RAZONES PARA CONSIDERAR LA BUENA PRÁCTICA

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

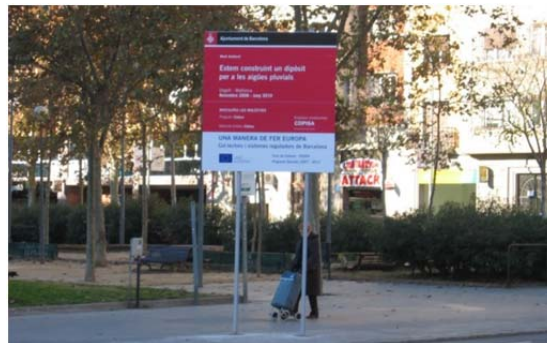
La comunicación del **Depósito Pluvial de la calle Comte d'Urgell** ha sido seleccionada como buena práctica de de Comunicación del año 2010 por la Autoridad de Gestión tal como se recoge en el Informe Anual de Seguimiento.

Las principales actuaciones de comunicación han sido:

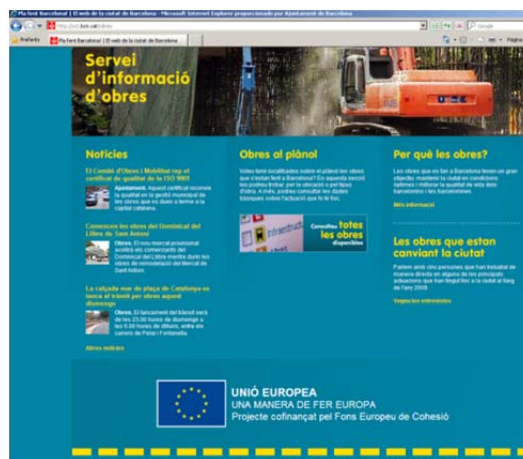
**a.- Difusión entre los vecinos de la zona de proximidad, como público objetivo, del inicio de la ejecución de las obras y de la cofinanciación comunitaria del proyecto.** En concreto se han distribuido, hasta en 6 ocasiones, avisos en las porterías y puntos visibles de la zona de 600 unidades para cada comunicado.



**b.- Colocación del cartel de obra y placas conmemorativas en lugares visibles para el conjunto de la ciudadanía.**



c.- **Información específica en la WEB municipal.** Durante el periodo de la ejecución de las obras el vecindario y todos los ciudadanos podían acceder a la información de las obras del Depósito Pluvial de la calle Comte d'Urgell y al calendario de las distintas afectaciones viarias mediante consulta en la WEB municipal ([www.bcn.cat/obres](http://www.bcn.cat/obres))



**d.- Organización de una Jornada inaugural y de puertas abiertas al vecindario, la población en general y los medios de comunicación.** El Depósito Pluvial de la calle Comte d'Urgell lo inauguró el Il.lmo Sr. Jordi Hereu - Alcalde de Barcelona - el 9/10/2010 en el marco de una jornada de puertas abiertas mostrando la obra concluida, al vecindario, los ciudadanos y a los medios de comunicación, haciendo constar la contribución de la UE en todo el material publicitario que se elaboró. Asistieron al acto unos 600 vecinos, diversos reporteros de prensa escrita, de la radio y la televisión local.

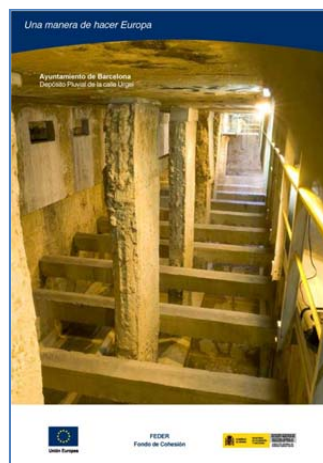


**e.- Difusión del proyecto en los medios de comunicación local.** El día posterior al de las puertas abiertas la prensa escrita se hizo eco del acto de inauguración de la obra. EL PERIODICO (edición catalana con una tirada de unos 195.000 ejemplares de tirada) y en el diario EL PUNT (edición Barcelona con una tirada de unos 32.000 ejemplares)

de tirada), entre otros, publicaron en su edición del 10-10-2010 la noticia, en la que se hacía constar la financiación del Fondo de Cohesión en la ejecución del proyecto.

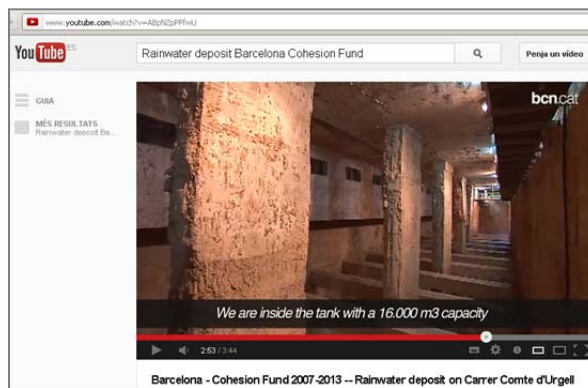


f.- **Cartelería del proyecto para su exposición en el acto anual 2010 de comunicación.** Una imagen del interior de este Depósito Pluvial fue seleccionada como el motivo gráfico del cartel del Órgano Intermedio de la ciudad de Barcelona para el acto anual de comunicación celebrado en Alcalá de Henares durante los días 25 y 26 de noviembre de 2010.



g.- **Vídeo sobre el Deposito Pluvial de la calle Comte d'Urgell.** A principios de 2012, el Ayuntamiento de Barcelona produjo una colección de "videos específicos" para informar de las "líneas medio ambientales de actuación municipal" que han recibido ayuda del Fondo de Cohesión 2007-2013 y, entre ellas, la capsula específica de la construcción del "**Deposito pluvial de la calle Comte d'Urgell**" que esta a disposición de la ciudadanía y el público en general en YouTube, en las siguientes direcciones:

SUBTÍTULOS	TÍTULO DEL VIDEO	DIRECCIÓN YOUTUBE
Catalán	Barcelona - Fons de Cohesió 2007-2013 -- Dipòsit pluvial del carrer del Comte d'Urgell	<a href="http://www.youtube.com/watch?v=byAZnmoR9Nc">http://www.youtube.com/watch?v=byAZnmoR9Nc</a>
Castellano	Barcelona - Fondos de Cohesión 2007-2013. Depósito pluvial de la calle Comte d'Urgell	<a href="http://www.youtube.com/watch?v=eGBnF-H88ZA">http://www.youtube.com/watch?v=eGBnF-H88ZA</a>
Inglés	Barcelona - Cohesion Fund 2007-2013 -- Rainwater deposit on Carrer Comte d'Urgell	<a href="http://www.youtube.com/watch?v=ABpNZpPPfwU">http://www.youtube.com/watch?v=ABpNZpPPfwU</a>



## 2. La actuación incorpora elementos innovadores

El método constructivo incorpora múltiples elementos innovadores que han permitido desarrollar la obra minimizando las molestias al ciudadano, evitando al máximo las afectaciones del uso público de la calle, tanto en lo concerniente a los transeúntes, como al tráfico rodado, y reduciendo al máximo el impacto ambiental negativo asociado a la generación de polvo y la emisión de ruidos durante la ejecución de la obra, así como la contaminación de las tierras excavadas.

Así, por ejemplo, para reducir las molestias por ruido a los vecinos durante la perforación del terreno ejecutado con maquinaria de gran tonelaje y como medida de seguridad peatonal, se situaron unas pantallas de insonorización (pantalla reductora de ruido ECOPLAK).

El uso de polímeros diluidos estabilizadores del terreno es otro factor de innovación, evitando, con ello, el desprendimiento del terreno excavado, facilitando la extracción de lodos y reduciendo muy significativamente el espacio necesario para la ejecución de este tipo de obras.





### **3. Los objetivos obtenidos con la misma se adaptan a los objetivos establecidos**

Se han cumplido los objetivos previstos con la inversión realizada. En concreto, la capacidad de evacuación global del sistema de saneamiento de la ciudad de Barcelona ha mejorado sustancialmente, evitando las inundaciones causadas por las lluvias en la parte baja de la ciudad. Además, se ha conseguido una reducción importante de la contaminación de los vertidos en tiempo de lluvia a los medios receptores finales (puerto y playas), o, lo que es lo mismo, se ha eliminado el impacto medioambiental negativo del alcantarillado en tiempos de lluvia.

También se ha conseguido mejorar la usabilidad de las playas de Barcelona en días de lluvia, reducir la contaminación anual de vertido al mar por una superficie urbana estimada en 60 Ha, así como evitar el vertido al mar de materia que permanece en suspensión después de la lluvia.

Desde la puesta en servicio del Deposito Pluvial, la ciudad de Barcelona ha sufrido diversos episodios de lluvia torrencial en las que se ha constatado que el funcionamiento de esta infraestructura ha evitado el desbordamiento de la capacidad del sistema de saneamiento de la zona mejorada.

### **4. Contribuye a la resolución de un problema o debilidad regional**

El problema principal que ha resuelto la puesta en servicio del Depósito Pluvial de la calle Comte d'Urgell es el de las frecuentes inundaciones urbanas en la zona del Ensanche Izquierdo y del barrio del Raval, que afectaban muy negativamente a la vida urbana de este sector de la ciudad, además de proyectar al exterior una mala imagen de Barcelona.

Los resultados obtenidos muestran una mejora sustancial en el funcionamiento de la red de alcantarillado de la zona mejorada: tanto en forma de protección contra las inundaciones, como en la reducción de vertidos al medio receptor final (puerto y playas). Ambos efectos son beneficiosos sobre la población: el primero es un beneficio directo sobre las personas que

residen o circulan por el área mejorada; y el segundo es un beneficio indirecto sobre los usuarios de los medios receptores finales.

Se estima que el perjuicio que se produce por un episodio de lluvia torrencial ocupa ahora un tiempo medio de 2 horas.

Los resultados de este Depósito Pluvial, que muestran la pertinencia del proyecto en relación con las necesidades existentes y su eficacia en la resolución de las mismas, son los siguientes:

- El caudal regulado anual medio ha sido de unos 58.000 m<sup>3</sup> desde que entró en funcionamiento.
- El número de episodios que ha absorbido han sido de unos 35 por año.
- La cantidad de materia contaminante que ha retenido ha sido de 14,2 toneladas anuales.
- El área mejorada es de 550 ha.



##### **5. Tiene un alto grado de cobertura sobre la población a la que va dirigido**

La población residente directamente beneficiada es de 107.000 habitantes, según los datos obtenidos del censo de Barcelona. No obstante, los beneficios producidos como consecuencia del incremento de la protección frente a lluvias torrenciales impactan directamente en la calidad de vida del 100% de los residentes del Área mejorada.

Adicionalmente el incremento de la protección frente a lluvias torrenciales impacta directamente en la mejora del tráfico de vehículos el Área mejorada. Se estima que la población beneficiada por este motivo es de 75.000 personas / año, según los datos obtenidos de la intensidad de vehículos que pasan diariamente por la red viaria de la ciudad.

Los beneficios producidos a causa del incremento de la protección frente a los episodios torrenciales, también impactan positivamente en el normal funcionamiento de equipamientos urbanos ubicados en el Área mejorada, durante el transcurso de la tormenta, entre los que destacamos edificios culturales y educativos (16), edificios religiosos (8), hospitales y edificios sanitarios (2), mercados municipales (2) y equipamientos destinados a la tercera edad (3).

Del mismo modo, también contribuye a la fluidez del tráfico general de la ciudad, al evitar inundaciones en 3 vías urbanas de gran capacidad y densidad de vehículos como son la Ronda del Litoral, el Paralelo y la Gran Vía.

Por último, los beneficios directos en la calidad del agua del puerto y de playas, impacta positivamente a los usuarios de las mismas, que ascienden a unos 4 millones anuales.

En 2010, con la puesta en servicio del Depósito Pluvial de la calle Comte d'Urgell, Barcelona es una de las ciudades europeas más preparadas para luchar contra las inundaciones y la protección de las playas.

#### **6. Se ha tenido en cuenta los criterios horizontales de igualdad de oportunidades y de sostenibilidad ambiental**

Los criterios de igualdad de oportunidades y no discriminación se han tenido en cuenta, tanto en las acciones de comunicación llevada a cabo, como en la ejecución material de la obra, y, también, en la posterior explotación. Todos los ciudadanos se benefician de las ventajas de la puesta en marcha de esta infraestructura en igualdad de oportunidades y sin ningún tipo de discriminación.

Por su parte, la ejecución y explotación del Depósito Pluvial de la calle Comte d'Urgell, en el marco de la gestión del Sistema de Saneamiento de la ciudad de Barcelona, cumple completamente con los criterios de sostenibilidad ambiental.

Barcelona ha trabajado intensamente durante años en el tratamiento de sus aguas residuales, de manera que en la actualidad cumple plenamente con los requisitos de la Directiva 91/271/CEE sobre el tratamiento de las aguas residuales urbanas.

De acuerdo a los requerimientos de la Directiva, Barcelona dispone, por un lado, un Sistema de Saneamiento que permiten un tratamiento adecuado de sus aguas residuales urbanas; y por otro, una regulación óptima de las concentraciones máximas de los efluentes depurados vertidos al cauce público.

Así, la ciudad de Barcelona depura toda el agua que fluye por su Sistema de Saneamiento. En este sentido, el Depósito Pluvial de la calle Comte d'Urgell contribuye eficientemente al

objetivo medioambiental de controlar las riadas y evitar los vertidos de las aguas residuales del alcantarillado no depuradas al mar.

El tratamiento de las aguas residuales de Barcelona así como de otros municipios de su conurbación ha hecho posible la recuperación ecológica de los ríos Llobregat y Besòs, la mejora de la calidad del agua vertida al mar y la regeneración del Litoral Mediterráneo.

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

La construcción del Depósito Pluvial de la calle Comte d'Urgell encaja en diversas líneas de intervención pública impulsadas desde la Unión Europea, el Estado, la Generalitat y el propio Ayuntamiento de Barcelona:

- **La lucha contra las inundaciones:**

Este Depósito Pluvial contribuye al cumplimiento a la Directiva Europea 2007/60/CE relativa a la evaluación y gestión de los riesgos de inundación y al Real Decreto 903/2010.

Esta obra consta en el Plan Especial de Alcantarillado del año 1997 (PECLAB'97) del Ayuntamiento de Barcelona. Posteriormente se incluyó en el Plan Director de Aguas Pluviales en el ámbito del EMSHTR del año 2003 la Agència Catalana de l'Aigua (ACA). Y, también figura en el vigente Plan Integral de Alcantarillado de Barcelona del año 2006 (PICBA'06).



- **La mejora mediambiental de los medios receptores finales (puerto y mar):**

Este Depósito Pluvial contribuye a reducir las DSU (descargas de los sistemas unitarios de alcantarillado en momentos de lluvia), minimizando así los vertidos de aguas no tratadas al medio receptor, ya sean las playas o el puerto, y maximizar los volúmenes enviados a la depuradora por el sistema de saneamiento en tiempo de lluvia.

Estas actuaciones están recogidas en el Programa de Medidas del PGAC (Pla de Gestió de l'aigua de Catalunya) para conseguir el buen estado de las aguas superficiales que propugna la implantación a nivel europeo de la Directiva Marco del Agua.



- **La regulación de las aguas pluviales en la ciudad de Barcelona:**

Este Depósito Pluvial se incorpora al Sistema de Saneamiento de la ciudad donde, antes de su construcción, ya se disponía de 11 depósitos de retención de las aguas pluviales con una capacidad total de 401.300 m<sup>3</sup> y que contribuyen a regular los caudales y volúmenes de agua de lluvia que circulan por esta red.

La gestión global del sistema de drenaje y saneamiento de la Barcelona precisa de una eficaz regulación de los caudales en las distintas cuencas urbanas para reducir las inundaciones en determinadas zonas de la ciudad desprotegidas y evitar los desbordamientos del alcantarillado.

Con la incorporación del Depósito Pluvial de la calle Comte d'Urgell (16.000 m<sup>3</sup> de capacidad) la red de depósitos existentes en Barcelona expanden su protección a una nueva área urbana de 550 ha. y se incorpora a la gestión regulada, integrada y coordinada de todas las instalaciones en tiempo real, mediante sistema de telemando.

En la revisión del año 1997 del Plan Especial de Alcantarillado de Barcelona (PECLAB) se incluyó el concepto de los Depósitos Pluviales como infraestructuras del sistema de saneamiento, incorporando una detallada planificación de los necesarios y la prioridad de cada uno de ellos.

### *Viaducto sobre el río Júcar (ADIF)*

El Viaducto sobre el río Júcar, situado en el tramo Cuenca-Olalla, de la línea de alta velocidad Madrid-Castilla La Mancha-Comunidad Valenciana-Región de Murcia, cruza el río Júcar en sus proximidades de la capital de Cuenca.

El nuevo acceso ferroviario al Levante español en el tramo Cuenca - Olalla cruza sobre la vega de inundación del Río Júcar entre los puntos kilométricos 909+914 y 910+476, a una altura máxima de 24 metros desde la rasante de la línea ferroviaria hasta el fondo del valle.

Así, el viaducto tiene una longitud de 562 metros, y cuenta con una distribución de luces en 11 vanos, la máxima de 90 metros. Los estribos y pilas del viaducto tienen por objetivo respetar la vegetación existente y se han instalado pantallas para proteger a las aves.

De hecho, la afección que podría producir la línea de alta velocidad se ha minimizado con el proceso constructivo empleado para la realización del mismo, permitiendo una disminución en la complejidad del proceso, una afección medioambiental mínima, una mayor seguridad y un menor plazo de ejecución a través de la construcción de pilas en forma de V.



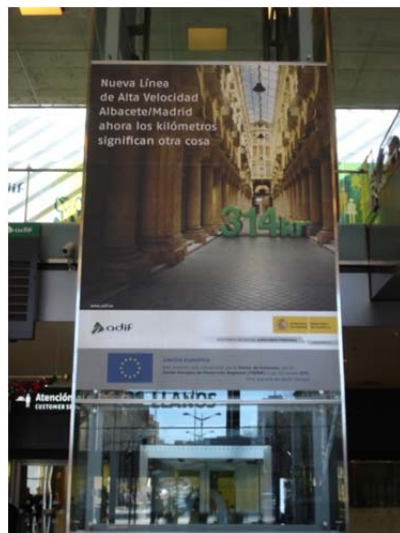
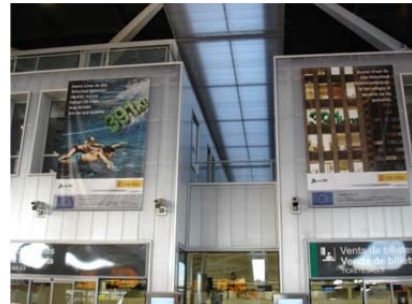
*Mínima afección sobre el río durante la construcción*

#### **RAZONES PARA CONSIDERARLA BUENA PRÁCTICA:**

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

Durante la construcción de la infraestructura se realizaron diversos actos de comunicación: visitas a obras, Puntos de Información y Atención al Ciudadano (PIAC), anuncios en DOUE, notas de prensa, carteles de obras, información en página web de ADIF...etc.

Con motivo de la inauguración de la línea de alta velocidad Madrid-Cuenca-Valencia/Albacete en diciembre de 2010 y previo a los actos de inauguración y puesta en servicio, se realizó una importante campaña de comunicación con anuncios en televisión y cine, anuncios en prensa, carteles en estaciones, internet...etc.



En todas estas actuaciones se dejó constancia de la aportación financiera de la UE al proyecto. De hecho, la campaña se presentó como buena práctica de Comunicación en 2010.

Entre otras acciones de información y publicidad desarrolladas, hay que señalar la colocación de un soporte corpóreo en la Estación Joaquín Sorolla de Valencia, de elementos de cartelería en la citada estación, además de en la de Albacete, placas conmemorativas, así como anuncios en medios de comunicación escrita.

En la actualidad la cofinanciación europea de la línea de alta velocidad Madrid-Cuenca-Valencia/Albacete, incluida en la LAV Madrid-Levante, puede verse en la página Web de ADIF



## 2. La actuación incorpora elementos innovadores

El desdoblamiento de las pilas de ambos extremos del vano central de 90 metros a una tipología de pilas en V empotradas en el tablero y con apoyos deslizantes bajo las mismas, unido a las características de construcción de las mismas mediante un apeo provisional, hacen del Viaducto sobre el Río Júcar una infraestructura única.

De hecho, en diciembre 2012 ADIF ha sido galardonado con el premio a la Mejor Obra Pública 2012, otorgado por la Demarcación de Castilla-La Mancha del Colegio de Ingenieros de Caminos Canales y Puertos, por el viaducto sobre el río Júcar.

El fallo del jurado ha valorado especialmente su calidad técnica y constructiva, respeto al medio ambiente y mejora de la calidad de vida del entorno. La calidad estética y constructiva de esta estructura viene avalada por la simplicidad en su concepción y diseño geométrico, aunando el objetivo de construcción de un viaducto, con los requerimientos exigidos a los elementos estructurales de las obras de alta velocidad y el cumplimiento de las prescripciones y de restauración paisajística.



Por último, el proyecto también ha implicado un campo de integración de tecnología extranjera y española. Sirva como ejemplo la implantación del sistema ERTMS de gestión de la circulación ferroviaria, que sitúa a la línea en cabeza en materia de tecnología en redes de alta velocidad. A su vez, facilita e incorpora los avances en materia de I+D+i mediante la innovación en infraestructura, señalización, electrificación y material rodante.

### **3. Los resultados obtenidos con la misma se adaptan a los objetivos establecidos**

La nueva infraestructura de alta velocidad Madrid-Cuenca-Valencia/Albacete, conecta Madrid con Cuenca, Albacete, Requena-Utiel y Valencia ha reducido el tiempo de viaje entre Madrid y Valencia en 1 hora y 50 minutos.

También se han visto beneficiados por notables ahorros de tiempo de viaje el resto de destinos de la Línea de Alta Velocidad Madrid-Castilla La Mancha-Comunidad Valenciana-Región de Murcia, una amplia zona de influencia que aglutina aproximadamente al 26% de la población española.

Entre las ventajas que aporta su puesta en servicio, además de la disminución del tiempo de viaje entre Madrid-Cuenca-Albacete y Madrid-Cuenca-Requena/Utiel-Valencia, destaca también el incremento de la seguridad mediante el uso de tecnologías punta en los sistemas de conducción automática de trenes y la ausencia de pasos a nivel a lo largo de todo el recorrido.

Como consecuencia de ello, todas las conexiones entre el centro y el sureste peninsular se han visto también beneficiadas al reducirse los tiempos de viaje, y mejorado notablemente las condiciones de calidad y seguridad.



El impacto social de la LAV también se ha hecho notar en la carretera. En primer lugar, por la creación de un nuevo escenario de oferta y demanda, así como por aspectos como la reducción de accidentes y el ahorro de tiempo en los desplazamientos por carretera debido a la menor congestión del tráfico.

La financiación europea de este proyecto ha supuesto un impulso dinamizador para su desarrollo pues permite priorizar su inversión y reducir los plazos desde la fase de planificación hasta la puesta en servicio.

#### **4. Contribuye a la resolución de un problema o debilidad regional**

La inversión realizada ha permitido paliar los problemas de accesibilidad territorial existentes, conectando 3 regiones a través de una infraestructura de transportes de gran capacidad.

Ello ha supuesto dar un paso más en la configuración de una red de alta velocidad mallada y vertebradora del territorio, eficaz y de gran calidad. Al mismo tiempo, la nueva LAV ha contribuido a mejorar el sistema de transporte interregional, vertebrando la Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha, e impulsando el desarrollo socioeconómico y la competitividad empresarial.

La Línea de Alta Velocidad Madrid-Castilla La Mancha-Comunidad Valenciana-Región de Murcia genera unos beneficios que no se resumen únicamente en el ahorro de tiempo de viaje y la posibilidad de mejorar los desplazamientos, ya que una mayor movilidad equivale a crecimiento económico, lo que favorece el proceso de convergencia con los niveles medios de la UE.

De este modo, el incremento del volumen de inversión se convierte en motor de creación de puestos de trabajo –directos e indirectos–, refuerza la cohesión territorial y abre nuevos mercados, especialmente en el sector servicios.

#### **5. Tiene un alto grado de cobertura sobre la población a la que va dirigida**

Los principales beneficiarios de la infraestructura son los habitantes de las provincias que componen el corredor de alta velocidad. De esta forma, hasta 12 millones y medio de ciudadanos se pueden beneficiar de este trazado que incluye su paso por Madrid, Cuenca, Albacete, Valencia, Alicante, Castellón y Murcia.

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

Una de las máximas prioridades de Adif en la construcción de nuevas infraestructuras es el respeto al entorno en el que se desarrollan los trabajos, minimizando las afecciones y facilitando su posterior integración en el medio. Muestra de ello es la importante apuesta que supuso la aprobación, en 2006, del Plan Estratégico de Calidad y Medio Ambiente. En este documento, de carácter esencial para Adif, la vigilancia y la sostenibilidad ambiental se configuran como principios básicos para configurar las políticas orientadas a la protección del medio ambiente y el patrimonio histórico.

Adif no sólo aplica la legislación vigente en la materia, sino que emplea todos los recursos a su alcance para marcarse nuevas metas. El objetivo es compatibilizar los beneficios derivados de la construcción y puesta en marcha de una línea de alta velocidad con la necesaria conservación del patrimonio común de todos los ciudadanos, tanto ambiental como cultural.

La Declaración de Impacto Ambiental (DIA) es la referencia básica a la hora de ejecutar una nueva línea de alta velocidad, ya que marca las directrices que deben seguirse, de acuerdo con el dictamen del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, para asegurar una correcta protección del entorno. Esto se traduce en muchas medidas concretas, como el respeto de las paradas biológicas, el tratamiento de residuos, la instalación de pasos de fauna, etc.

La protección del medio ambiente no se limita al entorno natural, sino que incluye también los espacios con valor arqueológico o paleontológico.

En el caso específico de este proyecto, el cruce del viaducto sobre el río Júcar mediante pilas en V ha minimizado la afección que podía producir la línea de alta velocidad en sus márgenes, integrando la obra en el entorno ambiental. Los estribos y pilas del viaducto del Júcar tienen por objetivo respetar la vegetación existente y se han instalado pantallas para proteger a las aves.

Los beneficios de la nueva línea ferroviaria abarcan igualmente aspectos tan diversos como la eliminación del efecto barrera con una menor ocupación de espacio, la mejora de la eficiencia energética, la disminución del ruido y de las emisiones contaminantes con la consiguiente mejora de la calidad del aire.

En este sentido cabe indicar que la adopción del ferrocarril como medio de transporte contribuye de manera importante a reducir las emisiones de CO<sub>2</sub>.

Respecto al principio de igualdad de oportunidades, todos los ciudadanos tienen acceso al uso de la infraestructura y por lo tanto pueden, en igualdad de oportunidades, beneficiarse de sus ventajas.

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

La línea Madrid-Cuenca-Valencia/Albacete ha sido también cofinanciada por el Fondo Europeo de Desarrollo regional (FEDER) y de las Ayudas RTE-T.

Su ejecución estaba contemplada en el PEIT (Plan Estratégico de Infraestructuras y Transportes de España), entre cuyos objetivos destaca el de convertir al ferrocarril en el elemento central del sistema intermodal de transporte de viajeros y mercancías en España.

Además, su ejecución abre nuevas posibilidades ya contempladas en el Plan de Infraestructuras, Transporte y Vivienda (PITVI) 2012-2024, en el que se prevé que se completen todos los grandes corredores de alta velocidad ferroviaria, y en particular, la conexión de la Madrid-Levante con Almería. De esta forma, se refuerza la capacidad del Corredor del Mediterráneo, como un eje fundamental de la red transeuropea de transportes.

