



“Invertimos en tu futuro”



“Una manera de hacer Europa”

PLAN DE COMUNICACIÓN DE LOS PROGRAMAS OPERATIVOS DEL FSE Y DEL FEDER DE LA CIUDAD AUTÓNOMA DE CEUTA 2007-2013



INFORME DE EVALUACIÓN

Abril de 2011



MINISTERIO
DE TRABAJO
Y ASUNTOS
SOCIALES

SECRETARÍA GENERAL DE EMPLEO
DIRECCIÓN GENERAL DE LA ECONOMÍA SOCIAL
DEL TRABAJO AUTÓNOMO Y DEL FSE
UNIDAD ADMINISTRADORA DEL
FONDO SOCIAL EUROPEO



SECRETARÍA DE ESTADO DE
HACIENDA Y PRESUPUESTOS
SECRETARÍA GENERAL DE
PRESUPUESTOS Y GASTOS
DIRECCIÓN GENERAL DE
FONDOS COMUNITARIOS



Ciudad Autónoma de Ceuta



ÍNDICE

1. Metodología de evaluación	4
1.1 Diseño técnico de la evaluación	4
1.2 Métodos y técnicas utilizadas	5
1.3 Valoración de lo anterior	7
2. Análisis de la programación de la estrategia de comunicación	8
2.1. Pertinencia de la estrategia de comunicación	8
2.2. Validez y análisis de la consistencia interna del Plan de Comunicación	9
2.3. Asignación y adecuación de los recursos.....	14
2.4. Consideración del Principio de Igualdad de Oportunidades	14
3. Análisis de la aplicación de la programación de la estrategia de comunicación	16
3.1. Avances en la ejecución de las medidas	16
3.2. Integración de las actividades de información y publicidad en los informes anuales de ejecución	23
3.3. La repercusión de los sistemas de seguimiento en la calidad de la ejecución de las medidas.....	25
4. Verificación de la inclusión de la información y publicidad en las actuaciones de verificación y control de los Fondos FEDER, Fondo de Cohesión y FSE	28
5. Incorporación del principio de Igualdad de Oportunidades en las medidas de información y publicidad	29
6. Análisis del impacto: logros y desafíos de las actividades en materia de información y publicidad.....	30
7. Conclusiones y recomendaciones: propuestas de medidas a adoptar.....	36
8. Buenas prácticas	38





1. Metodología de evaluación

1.1 Diseño técnico de la evaluación

El objetivo de la evaluación del Plan de Comunicación de los Programas Operativos del Fondo Social Europeo (FSE) y del Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) de la Ciudad Autónoma de Ceuta 2007-2013 es analizar el grado de ejecución hasta el momento y resaltar los resultados e impactos logrados a través de las medidas de comunicación emprendidas.

La normativa vigente en materia de información y publicidad establece “la necesidad de destacar el papel desempeñado por la Comunidad y de garantizar la transparencia de la ayuda procedente de los Fondos” (Artículo 69 del Reglamento (CE) nº 1083/2006) e incorpora la obligación de “que se evalúen los resultados de las medidas de información y publicidad en cuanto al grado de visibilidad y concienciación de los programas operativos, así como del papel desempeñado por la Comunidad” (Artículo 4.2.c del Reglamento (CE) nº 1828/2006).

Durante el período de programación 2007-2013, está prevista la realización de dos evaluaciones temáticas relacionadas con la aplicación de las medidas de información y publicidad. El presente informe corresponde al primer ejercicio evaluativo que se debe realizar en 2010 y se prevé un segundo informe de evaluación en 2013.

El alcance temporal del presente informe abarca las actividades desarrolladas en materia de información y publicidad desde el 1 de enero de 2007 al 31 de marzo de 2010.

Los agentes implicados en la aplicación del Plan de Comunicación de Ceuta y en dar cumplimiento a la normativa comunitaria en materia de información y publicidad, son:

- La Autoridad de Gestión del FEDER, representada por la Subdirección General de Administración del FEDER de la Dirección General de Fondos Comunitarios del Ministerio de Economía y Hacienda (DGFC).
- La Autoridad de Gestión del FSE, representada por la Unidad Administradora del Fondo Social Europeo, de la Dirección General de Economía Social, el Trabajo Autónomo y el FSE, del Ministerio de Trabajo e Inmigración (UAFSE).
- El Organismo Intermedio regional del Programa Operativo FEDER, representado por la Consejería de Economía y Empleo de la Ciudad Autónoma de Ceuta.
- El Organismo Intermedio regional del Programa Operativo FSE, representado por la Sociedad Municipal para el Fomento y Desarrollo Socioeconómico de Ceuta (PROCESA).
- Organismos intermedios definidos en el Programa Operativo del FEDER por la Dirección General de Fondos Comunitarios:
 - Dirección General de Política Comercial.
 - Subdirección General de Incentivos Regionales.
 - Instituto de Comercio Exterior (ICEX).
 - Consejo Superior de Cámaras de Comercio, Industria y Navegación.
 - Dirección General para el Desarrollo de la Sociedad de la Información.
 - Dirección General de Política de la PYME.
 - Entidad Pública Empresarial Red.es.
 - Fundación INCYDE.
 - Puertos del Estado.





- I.D.A.E.
- Instituto de Turismo de España (TURESPAÑA).
- Los beneficiarios.

El trabajo de campo para la recogida de los datos cuantitativos y cualitativos se ha realizado en el período Abril - Junio de 2010 y se ha puesto en marcha a tres niveles. En primer lugar, se han entrevistado los organismos intermedios designados por el Gobierno de la Ciudad Autónoma de Ceuta. En segundo lugar, se ha realizado una encuesta dirigida a la ciudadanía para evaluar el grado de conocimiento de los distintos fondos, así como el papel desempeñado por la Unión Europea. Por último, se han realizado entrevistas personales a los responsables de los organismos intermedios designados por la Dirección General de Fondos Comunitarios.

El plan de trabajo definido para acometer las tareas de evaluación ha sido:

- Diseño del trabajo de campo.
- Recopilación de documentación.
- Entrevistas personales al Organismo Intermedio Regional.
- Análisis de la documentación.
- Realización de la encuestación a la ciudadanía.
- Análisis de la información introducida en la Aplicación de Indicadores de Comunicación.
- Entrevistas personales a los Organismos Intermedios de la Administración General del Estado.
- Tabulación y análisis de la información obtenida de las entrevistas personales.
- Entrevistas personales a las Autoridades de Gestión del FSE y del FEDER.
- Redacción del informe de evaluación.

Por último, el informe de evaluación se ha estructurado tal y como se establece en la Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER, Fondo de Cohesión y FSE 2007-2013, elaborada por la Dirección General de Fondos del Ministerio de Economía y Hacienda, es decir:

- Metodología de evaluación.
- Análisis de la programación de la estrategia de comunicación
- Análisis de la aplicación de las medidas de información y publicidad.
- Verificación de la inclusión de la información y publicidad en las actuaciones de verificación y control de los Fondos FEDER y FSE.
- Incorporación del principio de Igualdad de Oportunidades en las medidas de información y publicidad.
- Análisis del impacto: logros y desafíos de las actividades en materia de información y publicidad.
- Conclusiones y recomendaciones.
- Casos de buenas prácticas.

1.2 Métodos y técnicas utilizadas

Los métodos y técnicas utilizados son los establecidos en la Guía Metodología elaborada *ad hoc* por la Dirección General de Fondos Comunitarios del Ministerio de Economía y Hacienda para atender a los requerimientos de evaluación de los Planes de Comunicación establecidos en los correspondientes Reglamentos.





La herramienta principal empleada para dar respuesta a los indicadores de impacto y la obtención de información necesaria sobre gestión, seguimiento, verificación, control, etc. ha sido la entrevista personal y grupos de discusión que se ha estructurado de acuerdo con los cuestionarios presentados en los Anexos 3 y 4 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.

Además, con el objetivo de medir la repercusión de las actuaciones de información y publicidad sobre la ciudadanía, se ha llevado a cabo una encuesta telefónica¹ según el diseño muestral recomendado por la Guía Metodológica y desagregada por sexo y por tramos de edad de acuerdo con el Padrón Municipal de la Ciudad Autónoma de Ceuta del año 2008 y publicado por el Instituto Nacional de Estadística.

Para determinar el grado de avance de las actuaciones cofinanciadas con fondos FEDER y FSE en materia de información y publicidad, se han analizado los indicadores de realización y de resultados incluidos en la herramienta de recogida de datos diseñada por la Dirección General de Fondos Comunitarios. Estos indicadores se han contrastado con los archivos físicos y electrónicos de los Organismos Intermedios para comprobar la evidencia física de los mismos, así como la calidad de éstos con la finalidad de poder identificar casos de buenas prácticas y los principales desafíos.

En lo referente a las fuentes secundarias, la base de consulta y análisis está compuesta por una serie de documentos, como:

- Reglamento (CE) nº 1083/2006 del Consejo de 11 de julio de 2006 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 se deroga el Reglamento (CE) nº 1260/1999.
- Reglamento (CE) nº 1828/2006 de la Comisión de 8 de diciembre de 2006 por el que se fijan las normas de desarrollo 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 se deroga el Reglamento (CE) nº 1260/1999 del Parlamento y del Consejo, relativo al Fondo Europeo de Desarrollo Regional.
- Programas Operativos FEDER y FSE 2007-2013 de la Ciudad Autónoma de Ceuta.
- Plan de Comunicación de los Programas Operativos del FSE y del FEDER de la Ciudad Autónoma de Ceuta 2007-2013.
- Informes Anuales de Ejecución del FEDER y del FSE para las anualidades 2007, 2008 y 2009.
- Datos incorporados a la Aplicación de Indicadores de Comunicación.
- Informes de seguimiento de los indicadores de comunicación.
- Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER, Fondo de Cohesión y FSE 2007-2013.
- Manuales de Normas y Procedimientos.
- Documentación emitida por las redes de comunicación.
- Publicación de material divulgativo: revistas, folletos, trípticos.

¹ La entrevista telefónica se llevó a cabo utilizando el método CATI (Computer Assisted Telephone Interviewing).





- Notas de prensa y anuncios en los medios de comunicación.
- Convocatorias de ayudas, pliegos de prescripciones técnicas y pliegos de cláusulas administrativas.
- Actas de reuniones.
- Páginas web de las Autoridades de Gestión y de los Organismos Intermedios.
- Otro tipo de documentación.

1.3 Valoración de lo anterior

El análisis exhaustivo del material documental, la relación entre los indicadores de realización y resultado, las entrevistas personales con los organismos intermedios, grupos de discusión y la encuesta a la ciudadanía forman las premisas para determinar la situación a mediados del período de programación y estimar las expectativas de cumplimiento de los objetivos del Plan de Comunicación de los Programas Operativos del FSE y del FEDER de la Ciudad Autónoma de Ceuta 2007-2013.

El equipo evaluador estima positiva la valoración del punto anterior y no se han encontrado condicionantes y/o limitaciones que hayan impedido el desarrollo de las tareas de evaluación del Plan de Comunicación de los Programas Operativos de la Ciudad Autónoma de Ceuta.





2. Análisis de la programación de la estrategia de comunicación

2.1. Pertinencia de la estrategia de comunicación

El actual período de programación supone un nuevo reto para la Comisión Europea en relación con las actuaciones desarrolladas en el marco de la política regional comunitaria y con ayuda de los Fondos Comunitarios. Este reto se perfila en tres vertientes y busca aumentar:

- La **VISIBILIDAD** de la contribución de los fondos comunitarios y el papel desempeñado por la Unión Europea.
- La **CONCIENCIACIÓN** de la ciudadanía acerca de los beneficios de la política regional comunitaria y de los esfuerzos para paliar las disparidades sociales y económicas entre los ciudadanos de la Unión Europea.
- La **TRANSPARENCIA** de la ayuda procedente de los fondos comunitarios.

Para transponer estos objetivos, el artículo 2 del Reglamento (CE) 1828/2006 establece los requisitos en materia de contenidos de los Planes de Comunicación que deben cubrir los siguientes aspectos:

- a) definición de objetivos y de los grupos de destinatarios,
- b) elaboración de la estrategia y el contenido de las medidas de información y publicidad destinadas a los beneficiarios potenciales, a los beneficiarios directos y al público en general,
- c) el presupuesto indicativo para la aplicación del Plan,
- d) los servicios administrativos u organismos responsables de la aplicación de las medidas de información y publicidad,
- e) una indicación del modo en que han de evaluarse 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.

El Plan de Comunicación de los Programas Operativos del FSE y del FEDER de la Ciudad Autónoma de Ceuta 2007-2013 define como principal objetivo estratégico la consecución de la presión de presencia publicitaria sobre la totalidad de los habitantes y zonas de la Ciudad, aunque incrementando las actuaciones sobre colectivos específicos definidos para este período de programación como: colectivos desfavorecidos en riesgo de exclusión social y laboral, estudiantes, instituciones locales y representantes de la sociedad cultural y económica ceutí.

En términos operativos, los objetivos son los siguientes:

- 1) *Respecto a la opinión pública:*
 - a. Proporcionar información sobre el contenido del programa y grado de ejecución del mismo.
 - b. Asegurar que se conoce el funcionamiento de los fondos.





- c. Resaltar el hecho europeo como una seña de identidad que ayuda a incrementar la fortaleza de la región y de sus habitantes.

2) *Respecto a los posibles destinatarios:*

- a. Fomentar la mayor transparencia en la ejecución de los Programas Operativos, fomentando la libre competencia.
- b. Asegurar una correcta comprensión de los procesos de acceso a los fondos.
- c. Establecer de forma clara un cauce de comunicación entre ellos y la administración.
- d. Explicar las fases de las que consta el proceso de concesión de ayudas y sobre todo de las obligaciones que asumen al incorporarse a este proceso.
- e. Dar a conocer a los destinatarios la batería de ayudas existente en cada uno de los Fondos animándoles a iniciar los procesos de solicitud.

3) *Respecto a los beneficiarios:*

- a. Garantizar que sean conscientes del grado de apoyo proporcionado por la Unión Europea.
- b. Garantizar que el resto de la población conozca el grado de apoyo que han recibido, mediante la publicación de la lista de beneficiarios.
- c. Asegurar la coordinación y homogeneización de las resoluciones y de los procedimientos mediante sesiones de puesta en común entre los distintos responsables de gestión de fondos.

Del mismo modo, el Plan de Comunicación establece como objetivo prioritario el incremento de la utilización de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación para hacer llegar, de la forma más económica, el mensaje a un mayor número de destinatarios.

Por otro lado, la estrategia del Plan de Comunicación ha sido diseñada de acuerdo con las tres fases del ciclo de programación: la fase de puesta en funcionamiento, la fase de ejecución y la fase de cierre de los Programas Operativos. Cada una de ellas detalla las actuaciones concretas definidas para alcanzar los beneficiarios potenciales, los beneficiarios directos, así como el público general.

Por tanto y a juicio del equipo evaluador, la estrategia definida en el Plan de Comunicación de los Programas Operativos del FSE y del FEDER de la Ciudad Autónoma de Ceuta 2007-2013 se adecua a las directrices definidas al respecto y a lo estipulado en los Reglamentos Comunitarios, consecuentemente, se considera pertinente la estrategia de comunicación establecida para dichas intervenciones.

2.2. Validez y análisis de la consistencia interna del Plan de Comunicación

El análisis de la consistencia interna del Plan de Comunicación de los Programas Operativos del FSE y del FEDER de la Ciudad Autónoma de Ceuta 2007-2013 se basa, en el estudio de los siguientes puntos:

- Las sinergias existentes entre los objetivos operativos del Plan, es decir, el grado en que los objetivos influyen sobre otros para lograr el objetivo general de la intervención.





- El grado de consistencia entre los objetivos establecidos en el Plan y las actuaciones estratégicas del mismo, es decir, la interrelación existente entre los objetivos definidos para los diferentes grupos de destinatarios y las actuaciones establecidas para las diferentes fases de los Programas Operativos.

La evaluación de las sinergias entre los objetivos del Plan supone analizar la capacidad que cada objetivo tiene para influir sobre el éxito del resto de los objetivos de acuerdo con estos dos criterios:

- Influencia: la consecución de un objetivo permite alcanzar otros objetivos del Plan.
- Sensibilidad: la consecución de otros objetivos permite alcanzar el objetivo establecido.

Para realizar este análisis se ha procedido a valorar las interrelaciones entre los distintos objetivos. El resultado de este análisis se traduce en cuatro tipos de objetivos:

- Objetivo estratégico: es aquel que tiene una valoración en influencia y sensibilidad superior a la media, es decir, se constituye como objetivo clave de la estrategia por su elevado potencial multiplicador.
- Objetivo con un elevado grado de influencia: es aquel que tiene una elevada capacidad de influencia (superior a la media), pero un menor grado de sensibilidad (inferior a la media). Éste puede ser considerado como un objetivo básico del Programa.
- Objetivo sensible: es aquel que tiene una sensibilidad superior a la media, pero con una influencia inferior a la media, lo cual implica que su desarrollo o éxito dependa, en buena parte, del cumplimiento o logro de otros objetivos, por lo que presentan un elevado grado de dependencia del resto.
- Objetivo independiente: es aquel que por sus propias características presenta un mayor grado de independencia (baja influencia y sensibilidad con respecto a la media).

Por tanto, una vez efectuado el análisis se puede proceder a la jerarquización de los objetivos operativos del Plan de Comunicación. Es decir, se destaca una serie de objetivos estratégicos que inciden de forma considerable sobre la consecución del resto de objetivos, mientras que los objetivos restantes incurren de forma importante sobre su consecución. Estos objetivos respaldan el cumplimiento de los principales retos del Plan, es decir, aumento de la visibilidad de la contribución de los fondos comunitarios, de la concienciación de la ciudadanía acerca de la contribución de la Unión Europea a la política regional comunitaria y la transparencia de los fondos:

- Proporcionar información sobre el contenido del Programa y grado de ejecución del mismo.
- Fomentar la mayor transparencia en la ejecución de los Programas Operativos, fomentando la libre competencia.
- Establecer de forma clara un cauce de comunicación entre los destinatarios y la Administración.





- Garantizar que sean conscientes del grado de apoyo de la Unión Europea.

Al mismo tiempo, se pone de manifiesto unos objetivos sensibles, es decir, su logro depende en buena parte del cumplimiento o del éxito de otros objetivos, por lo que presenta un elevado grado de dependencia del resto:

- Asegurar que se conoce el funcionamiento de los fondos.
- Resaltar el hecho europeo como una seña de identidad.

Además, hay unos objetivos independientes, que reflejan necesidades concretas que a pesar de tener una incidencia menos elevada, contribuyen a los retos definidos por la Comisión Europea en lo que atañe a los Planes de Comunicación:

- Asegurar una correcta comprensión de los procesos de acceso a los fondos.
- Explicar las fases de las que consta el proceso de concesión de ayudas y sobre las obligaciones que asumen al incorporarse al proceso.
- Dar a conocer a los destinatarios la batería de ayudas existentes en cada uno de los Fondos animándoles a iniciar los procesos de solicitud.
- Garantizar que el resto de la población conozca el grado de apoyo que han recibido, mediante la publicación de las listas de beneficiarios.
- Asegurar la coordinación y homogeneización de las resoluciones y de los procedimientos mediante sesiones de puesta en común entre los distintos responsables de gestión de los fondos.

Asimismo, las actuaciones definidas responden a los requisitos de dar visibilidad a las actuaciones cofinanciadas y a la concienciación de los beneficiarios y del público general sobre el papel desempeñado por los Fondos Europeos. Para ello, se han detallado los principales canales de difusión de la información, así como las herramientas según las normas estipuladas por el Anexo I del Reglamento (CE) 1828/2006.

Acto seguido se recoge una relación de las medidas propuestas para cada fase de programación y se analiza el grado de consistencia entre las medidas y los objetivos operativos:

- Fase de puesta en funcionamiento:
 - ✓ Difusión de los Programas Operativos a través de los portales web de las autoridades de gestión y organismo intermedio regional.
 - ✓ Realización de dos actos (uno por cada fondo) de firma notarial de los Programas Operativos.
 - ✓ Actualización periódica en la página web de PROCESA sobre la información de los Programas Operativos y los resultados durante su ejecución.
 - ✓ Creación de un Comité de Seguimiento Local de los Programas Operativos.
 - ✓ Elaboración de notas de prensa sobre la aprobación de los Programas, sus contenidos y las fechas de inicio y las actuaciones que prevén.
 - ✓ Publicaciones en el Boletín Oficial de la Ciudad de Ceuta de las convocatorias de subvenciones, haciendo referencia a la cofinanciación de FEDER y FSE y las obligaciones en materia de información y publicidad que adquieren los beneficiarios.
 - ✓ Divulgación de convocatorias de ayudas en medios de comunicación escritos y orales locales.





- ✓ Publicación de material de promoción.
- ✓ Entrega de resúmenes de condiciones a los destinatarios para su información en relación con los procedimientos de examen de solicitudes, los criterios de selección de las operaciones y los requisitos de publicidad.
- Fase de ejecución:
 - ✓ Organización de una actividad anual para todos los Programas Operativos para promocionar los avances registrados y dar a conocer las buenas prácticas en cada período.
 - ✓ Establecer un lema diferente para cada uno de los Programas Operativo: FEDER “Una manera de hacer Europa” y FSE: “Invertimos en su futuro”.
 - ✓ Publicación de la lista de beneficiarios en la web oficial de la Autoridad de Gestión y los detalles sobre los nombres de las operaciones y la cantidad de fondos públicos asignados.
 - ✓ Enlace desde la página web de PROCESA a la página web oficial.
 - ✓ Realización de una actividad informativa anual que coincida con la celebración del Comité de Seguimiento para dar a conocer los resultados y estimar las expectativas sobre el futuro desarrollo del Programa.
 - ✓ Organización de una actividad anual conjunta para todos los Programas Operativos con la participación de la Comisión Europea, representantes de las Autoridades de Gestión y Responsables Regionales, para proporcionar los avances registrados y dar a conocer las buenas prácticas.
 - ✓ Elaboración de notas de prensa sobre los Programas Operativos, su contenido, la fecha de inicio y las actuaciones que se prevén.
 - ✓ Publicación en el Boletín Oficial de la Ciudad de Ceuta de las convocatorias de subvenciones, haciendo referencia a la cofinanciación de FEDER y FSE y las obligaciones en materia de información y publicidad que adquieren los beneficiarios.
 - ✓ Divulgación de convocatorias de ayudas en medios de comunicación escritos y orales locales.
 - ✓ Publicación de material de promoción.
 - ✓ Entrega de resúmenes de condiciones a los destinatarios para su información en relación con los procedimientos de examen de las solicitudes, los criterios de selección de las operaciones y los requisitos de publicidad.
 - ✓ Elaboración de notas de prensa sobre la realización de los Comités de Seguimiento y de los resultados obtenidos por los Programas Operativos.
 - ✓ Realización de un logotipo específico que acompañe todas las actuaciones publicitarias de la Ciudad Autónoma de Ceuta.
 - ✓ Colocación de dos lonas publicitarias en la fachada de la sede de la Sociedad Gestora de Fondos Estructurales de la Ciudad de Ceuta (Edificio Ceuta Center).
 - ✓ Distribución de publicaciones y material publicitario en la totalidad de los colegios de la Ciudad.
 - ✓ Colocación de placas conmemorativas de la participación de los fondos comunitarios en todas las operaciones.
 - ✓ Instalación de carteles conformes a las normas del anexo I del Reglamento (CE) 1828/2006 durante la ejecución de infraestructuras o trabajos de construcción, que lleven referencia a la Unión Europea, el fondo que corresponda, y el lema elegido para cada Fondo.





- ✓ Organización de charlas informativas en las sedes de las asociaciones vecinales de los barrios más desfavorecidos para hacer llegar los contenidos de los Programas Operativos.
 - ✓ Mantenimiento de una red de contactos con todas las asociaciones y organismos que trabajan con colectivos desfavorecidos y en riesgo de exclusión.
 - ✓ Valoración positiva en las adjudicaciones a las empresas que incorporan en sus actuaciones cláusulas de responsabilidad social.
 - ✓ Establecimiento de oficinas de desarrollo de las actuaciones de los Programas en zonas desfavorecidas de la Ciudad para acercar la administración a los destinatarios.
- Fase de cierre:
 - ✓ Difusión en la página web de las Autoridades de Gestión y del Organismo Intermedio Regional de los resultados obtenidos en la ejecución de los Programas Operativos.
 - ✓ Realización de una jornada final sobre la ejecución de los Programas Operativos que cuente con la participación de los principales agentes económicos y sociales de la Ciudad Autónoma de Ceuta, abierta al público y a los medios de comunicación.
 - ✓ Publicación en la página web de PROCESA de toda la información generada durante el período de programación: Programas Operativos, informes anuales de ejecución, evaluaciones estratégicas y operativas, estudios desarrollados con asistencia técnica, etc.

En cuanto a si las medidas de comunicación propuestas y puestas en marcha responden adecuadamente a los objetivos definidos en el Plan de Comunicación, se ha llegado a las siguientes conclusiones:

- Todas las medidas se relacionan con la estrategia de comunicación y la apoyan.
- Cada medida contribuye a alcanzar un objetivo y/o varios objetivos.
- Todas las medidas contribuyen a destacar el papel de la Comunidad y su contribución financiera.
- Se han diseñado medidas específicas para cada uno de los colectivos, es decir, potenciales beneficiarios, beneficiarios, público en general.

Del análisis del documento de programación se evidencia como cada una de las medidas establecidas en la estrategia de desarrollo del Plan de Comunicación de los Programas Operación del FEDER y del FSE de la Ciudad Autónoma de Ceuta 2007-2013 se relacionan con los objetivos establecidos en la estrategia. De esta forma, cada uno de los objetivos es atendido y cubierto por las diferentes medidas diseñadas en el Plan de Comunicación, contribuyendo a lograr la estrategia establecida.

A la vista de los contenidos del Plan de Comunicación y los Reglamentos en vigor, el equipo evaluador considera que la estrategia adoptada por el Plan cumple con los requisitos y supera el alcance de las medidas mínimas en materia de información y publicidad, evidenciando la existencia de coherencia interna.





2.3. Asignación y adecuación de los recursos

El Plan de Comunicación prevé una asignación presupuestaria estimativa de 92.450 € para encomendar la ejecución de las actuaciones establecidas. En todo caso, en los Comités de Seguimiento del 2009 ya se indicó que el montante estimado en los Planes de Comunicación podría y debía ser revisado, dado que, por una parte, se debía computar todo lo hecho por todos los participantes en el Programa Operativo, se pasase o no a cofinanciar. Por otra parte, se comentó también que se habían detectado en el seno del GERIP algunas inconsistencias en la metodología del cómputo de dicho montante. En el próximo Comité de Seguimiento del año 2010 se va a revisar por lo tanto el montante estimado asignado a los aspectos de comunicación. Por ello, el equipo evaluador señala que no tiene sentido hacer ninguna valoración sobre este aspecto hasta que dicho montante no sea definitivo.

Desde el punto de vista de los recursos humanos, se han definido los organismos responsables de la aplicación del Plan y del cumplimiento de la normativa comunitaria en materia de información y publicidad, así como el ámbito de intervención según sus competencias y las medidas que les corresponden.

Para asegurar una coordinación de las actuaciones en materia de información y publicidad, se han creado dos redes de comunicación: el GERIP (Grupo Español de Responsables en materia de Información y Publicidad), para todos los Programas Operativos de los distintos Fondos, y el GRECO-AGE (Grupo de Responsables de Comunicación de los Organismos de la Administración General de Estado), en el que participan los Organismos Intermedios de la Administración General del Estado y algunas entidades locales Gestores y/o Beneficiarios de la Iniciativa URBANA.

En lo que se refiere a los medios técnicos, la Autoridad de Gestión ha puesto en marcha una herramienta informática para la recogida de los datos relacionados con los indicadores de realización y de resultado de las medidas de información y publicidad llevadas a cabo en el marco de los Programas Operativos de la Ciudad Autónoma de Ceuta en los que participan los órganos gestores y/o beneficiarios definidos en párrafos anteriores.

Tras los análisis de los extremos descritos, el equipo evaluador considera adecuada la estructura diseñada en cuanto a recursos, medios técnicos e infraestructuras de trabajo, las cuales, a priori, han de garantizar transparencia, calidad, efectividad de las medidas a acometer en el marco del Plan de Comunicación de los Programas Operativos FSE y FEDER de Ceuta 2007-2013.

2.4. Consideración del Principio de Igualdad de Oportunidades

El diseño de la estrategia del Plan de Comunicación ha tenido en cuenta la prioridad transversal de la igualdad de oportunidades que se refleja a través de:

- Empleo de un lenguaje inclusivo y no sexista.
- Definición de canales de información y medidas de comunicación que lleguen a todos los colectivos.
- Diseño de medidas para dar visibilidad de la importancia de la contribución de la Unión Europea en la igualdad de oportunidades.





El equipo evaluador considera que los documentos de programación, es decir; el Plan de Comunicación y 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 han tenido en consideración el principio de igualdad de oportunidades y su correcta aplicación.





3. Análisis de la aplicación de la programación de la estrategia de comunicación

3.1. Avances en la ejecución de las medidas

El propio Plan de Comunicación de los Programas Operativos del FSE y del FEDER de la Ciudad Autónoma de Ceuta establece una serie de medidas para dar cumplimiento a la estrategia diseñada. Las medidas no establecen valores objetivos en todos sus casos, pero se puede realizar un ejercicio de chequeo de su cumplimiento para subrayar su avance.

A continuación, se realiza un recuento de las medidas propuestas para la fase de puesta en funcionamiento y la fase de ejecución y que han sido implementadas durante el período temporal que hace objeto de la presente evaluación:

- Fase de puesta en marcha:
 - ✓ Difusión de los PO's a través de los portales web de las AG²: www.dgfc.sggg.meh.es (Dirección General de Fondos Comunitarios) y www.procesa.es (Sociedad de Fomento de la Ciudad Autónoma de Ceuta).
 - ✓ Realización de dos actos (uno por cada fondo) de firma notarial de los PO's.
 - ✓ Actualización periódica en la página web de PROCESA sobre la información de los PO's y los resultados durante su ejecución.
 - ✓ Creación de un Comité de Seguimiento Local de los PO's.
 - ✓ Elaboración de notas de prensa sobre la aprobación de los programas, sus contenidos y las fechas de inicio y las actuaciones que prevén.
 - ✓ Publicación en el BOCCE³ de las convocatorias de subvenciones, haciendo referencia a la cofinanciación de FEDER y FSE, y las obligaciones en materia de información y publicidad que adquieren los beneficiarios.
 - ✓ Divulgación de convocatorias de ayudas en medios de comunicación escritos y orales locales. Implementación.
 - ✓ Publicación de material de promoción.
 - ✓ Entrega de resúmenes de condiciones a los destinatarios para su información en relación con los procedimientos de examen de las solicitudes, los criterios de selección de las operaciones y los requisitos de publicidad.

- Fase de ejecución:
 - ✓ Organización de una actividad anual para todos los PO's para promocionar los avances registrados y dar a conocer las buenas prácticas en cada período.
 - ✓ Establecer un lema diferente para cada uno de los PO's: FEDER "Una manera de hacer Europa" y FSE "Invertimos en su futuro".
 - ✓ Publicación de la lista de beneficiarios en la web oficial de la Autoridad de Gestión y los detalles sobre los nombres de las operaciones y la cantidad de fondos públicos asignados.
 - ✓ Enlace desde la página web de PROCESA a la página web oficial.

² Autoridad de Gestión.

³ Boletín Oficial de la Ciudad de Ceuta.





- ✓ Realización de una actividad informativa anual que coincida con la celebración del Comité de Seguimiento para dar a conocer los resultados y estimar las expectativas sobre el futuro desarrollo del programa.
- ✓ Organización de una actividad anual conjunta para todos los PO's, con la participación de la Comisión Europea, representantes de las autoridades de gestión y responsables regionales, para promocionar los avances registrados y dar a conocer las buenas prácticas.
- ✓ Elaboración de notas de prensa sobre los PO's, su contenido, la fecha de inicio y las actuaciones que se prevén.
- ✓ Publicación en el BOCCE de las convocatorias de subvenciones, haciendo referencia a la cofinanciación de FEDER y FSE, y las obligaciones en materia de información y publicidad que adquieren los beneficiarios.
- ✓ Divulgación de convocatorias de ayudas en medios de comunicación escritos y orales locales.
- ✓ Publicación de material de promoción.
- ✓ Entrega de resúmenes de condiciones a los destinatarios para su información en relación con los procedimientos de examen de las solicitudes, los criterios de selección de las operaciones y los requisitos de publicidad.
- ✓ Elaboración de notas de prensa sobre la realización de los Comités de Seguimiento y de los resultados obtenidos por los PO's.
- ✓ Realización de un logotipo específico que acompañe todas las actuaciones publicitarias de la Ciudad Autónoma de Ceuta.
- ✓ Colocación de dos lonas publicitarias en la fachada de la sede de la sociedad gestora de fondos estructurales de la Ciudad de Ceuta (Edificio Ceuta Center).
- ✓ Distribución de publicaciones y material publicitario en la totalidad de los colegios de la Ciudad.
- ✓ Colocación de placas conmemorativas de la participación de los fondos comunitarios en todas las operaciones.
- ✓ Instalación de carteles conformes a las normas del Anexo I del Reglamento (CE) 1828/2006 durante la ejecución de infraestructuras o trabajos de construcción, que lleven la referencia a la UE, el fondo que corresponda, y el lema elegido para cada Fondos.
- ✓ Organización de charlas informativas en las sedes de las asociaciones vecinales de los barrios más desfavorecidos para hacer llegar los contenidos de los PO's.
- ✓ Mantenimiento de una red de contactos con todas las asociaciones y organismos que trabajan con colectivos desfavorecidos y en riesgo de exclusión.
- ✓ Valoración positiva en las adjudicaciones a las empresas que incorporan en sus actuaciones cláusulas de responsabilidad social.
- ✓ Establecimiento de oficinas de desarrollo de las actuaciones de los programas en zonas desfavorecidas de la Ciudad para acercar la administración a los destinatarios.

Al contemplar las medidas ejecutadas en el marco del Plan de Comunicación, se destaca el hincapié realizado por la Ciudad Autónoma de Ceuta para el cumplimiento de los requisitos y para superar e intensificar sus actuaciones con el objetivo de alcanzar el máximo grado de visibilidad de las actuaciones cofinanciadas por los Programas Operativos de FEDER y FSE. En este sentido, se destaca la iniciativa de diseñar un elemento gráfico propio y





distintivo para los proyectos cofinanciados. Este elemento es el logo propio que identifica las actuaciones cofinanciadas en Ceuta y que lleva el lema *Avanzamos con Europa*.

Por otra parte, el sistema de seguimiento y control del Plan de Comunicación establece una tipología de indicadores, la cual está constituida por indicadores de realización e indicadores de resultados. Los indicadores de realización recogen datos para estimar el número y tipo de actuaciones de información y publicidad que se han llevado a cabo por parte de los agentes implicados. Al mismo tiempo, los indicadores de resultado buscan identificar los efectos directos y a corto plazo de las actuaciones de información y publicidad puestas en práctica.

La Autoridad de Gestión, la Dirección General de Fondos Comunitarios, ha puesto en marcha el proceso de creación de una aplicación informática específica para la recogida y el seguimiento de los indicadores de comunicación, que se puede acceder en línea a través de la página de la Dirección General de Fondos Comunitarios (www.dgfc.sqpg.meh.es), previa asignación de una clave de acceso.

Por medio de esta herramienta es posible generar un informe del grado de cumplimiento de los indicadores de realización y de resultados para la totalidad del Plan de Comunicación de la Ciudad de Ceuta. La siguiente tabla recoge los datos correspondientes al período objeto de evaluación, es decir, desde el 1 de enero de 2007 hasta el 31 de marzo de 2010.

INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN PLAN DE COMUNICACIÓN DE CEUTA								
TIPOS DE ACTIVIDADES	INDICADORES DE REALIZACIÓN	INDICADORES DE REALIZACIÓN			INDICADORES DE RESULTADOS			
		Plan	Ejecución	%		Plan	Ejecución	%
1. ACTIVIDADES Y ACTOS PÚBLICOS	(Nº) EVENTOS REALIZADOS	280	199	71%	(Nº) ASISTENTES	22.000	15.745	72%
2. DIFUSIÓN EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN	(Nº) ACTOS DIFUSIÓN	335	261	78%	-	-	-	-
3. PUBLICACIONES REALIZADAS	(Nº) PUBLICACIONES EXTERNAS	71	42	59%	(%) PUBLICACIONES DISTRIBUIDAS/EDITADAS	95	69,7	73%
					(Nº PUNTOS DE DISTRIBUCIÓN)	78	76	97%
4. INFORMACIÓN A TRAVÉS DE PÁGINAS WEB	(Nº) PÁGINAS WEB	3	3	100%	(Nº) VISITAS	215.000	239.884	112%
5. INFORMACIÓN A TRAVÉS DE CUALQUIER TIPO DE CARTELERIA	(Nº) SOPORTES PUBLICITARIOS	173	72	42%	-	-	-	-
6. INSTRUCCIONES EMITIDAS HACIA LOS PARTICIPANTES EN LOS PROGRAMAS OPERATIVOS	(Nº) DOCUMENTACIÓN INTERNA DISTRIBUIDA	320	190	59%	(%) ORGANISMOS CUBIERTOS	100	98,4	98%
7. REDES DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD	(Nº) REDES	4	4	100%	(Nº) REUNIONES	81	40	49%
					(Nº) ASISTENTES	100	91	91%

Datos Ejecución de indicadores desde el 01/02/2007 hasta el 31/03/2010

Fuente: DG Fondos Comunitarios: http://www.dgfc.sqpg.meh.es/aplweb/comunica/informe_Plan.jsp (consultado 21.06.2010)



Los valores objetivos han sido establecidos para la totalidad del período de programación y aglutinan las actuaciones emprendidas por todos los organismos intermedios, así como por las autoridades de gestión de los Programas Operativos FEDER y FSE para dar a conocer los Programas Operativos y las ayudas y/o convocatorias existentes.

A la vista de la marcha de ejecución de los indicadores se ha procedido a la realización de una reprogramación al alza de los valores objetivos de los indicadores de resultado y de realización, ajustándose más a la realidad de las intervenciones. Los valores objetivo del presente informe reflejan la actualización efectuada a través del proceso de reprogramación.

Una vez realizada tal matización, decir que el grado de ejecución de los indicadores de realización varía desde un mínimo de 42% hasta el máximo de 100%. Al considerar que los porcentajes se contrastan con los valores objetivos para todo el período de programación, se registra un alto nivel de cumplimiento de los mismos. En concreto, sólo el indicador referente al número de soportes publicitarios está por debajo del 50% del valor objetivo establecido para todo el período de programación.

En el caso de los indicadores de resultados, el indicador con menor nivel de ejecución es el del número de reuniones al tener un nivel del 49%. No obstante, la lectura de este dato es positiva, ya que se trata de un chequeo a medio plazo y si se sigue esta tendencia es previsible un cumplimiento al 100% del valor objetivo establecido en el Plan de Comunicación.

La contribución de cada uno de los Organismos Intermedios no es comparable, ya que sus responsabilidades son distintas dentro de cada Programa Operativo, lógicamente, la Ciudad Autónoma de Ceuta como Organismo Intermedio Regional, la Dirección General de Fondos Comunitarios y la Unidad Administradora del FSE como Autoridades de Gestión son y han de ser los actores con mayor peso en la ejecución.

A continuación y con la finalidad de efectuar un análisis más detallado, se va a proceder a la realización de un estudio individualizado por tipo de actividad.

Tipo de actividad 1: Actividades y actos públicos

En este tipo de actividad se recoge el número de actos de lanzamiento de los Programas Operativos para los que se elabora el Plan de Comunicación, los actos informativos importantes anuales, actos en torno al Día de Europa y cualquier otro evento contemplado para desarrollar las medidas del plan o transmitir información acerca de la política comunitaria.

Tanto el indicador de realización como el de resultado ofrecen datos muy similares de ejecución, un 71% y un 72%, respectivamente.

La Dirección General de Fondos Comunitarios, al ser Autoridad de Gestión del FEDER, demuestra un alto nivel de aportación a los indicadores de realización y resultado. En particular, se destaca el elevado porcentaje de realización del indicador eventos realizados, una ejecución que implica 117 actos a los que asistieron más de 9.000 personas. A continuación, se sitúa la Dirección General de la PYME con 23 eventos realizados y 519 asistentes. En tercer lugar, destaca la Unidad Administradora del FSE con 11 eventos realizados y 983 asistentes,





Además, la Dirección General de Desarrollo de la Sociedad de la Información ha llevado a cabo 7 eventos con una asistencia de 287 personas.

La Ciudad Autónoma de Ceuta ha realizado 38 eventos con una asistencia de 4.278 personas. Valores adecuados, si se tiene en cuenta que la Ciudad tiene un peso específico en el desarrollo de los Programas Operativos en torno al 50%.

Por lo que respecta a los demás agentes expuestos en este apartado, el equipo evaluador destaca la intensidad del esfuerzo efectuado para dar visibilidad a la política regional que la Unión Europea está realizando en Ceuta.

Tipo de actividad 2: Difusión en medios de comunicación

En este apartado se recogen distintos tipos de acciones de difusión realizadas en los medios (spots en TV, anuncios en prensa, cuñas en radio, "banner" en Internet, notas de prensa en teletipos...) utilizados de forma individual o formando parte de una campaña publicitaria con motivo de dar a conocer los Programas Operativos o alguna de sus actuaciones concretas, o la política regional europea, entre la ciudadanía.

El nivel de ejecución del indicador de actos de difusión es de un 78%, valor muy elevado teniendo en cuenta en el momento del período de programación en el que nos encontramos. Consecuentemente, estos valores recomiendan revisar el valor objetivo al alza.

Por organismos, la contribución de los mismos a estos niveles de ejecución por orden de más aportación a menos es:

- Ciudad Autónoma de Ceuta.
- Red.es.
- Dirección General de la PYME.
- Unidad Administradora del FSE.
- Dirección General de Desarrollo de la Sociedad de la Información.

Por lo que se refiere a los Organismos de la Administración General del Estado, destacar el esfuerzo efectuado por Red.es y la Dirección General de la PYME, aunque, el equipo evaluador considera que los indicadores introducidos son abundantes, pero de escasa calidad.

Tipo de actividad 3: Publicaciones realizadas

En el marco de esta actividad se recogen cualquier tipo de publicaciones editadas (en soporte papel o electrónico: libros, folletos, revistas, CD, DVD, vídeos...) dirigidos a la ciudadanía con la finalidad de dar a conocer los Programas Operativos o alguna de sus actuaciones concretas. Así como aquellas relacionadas con la política regional europea.

Se han realizado 42 publicaciones externas, es decir, un 59% de lo previsto, con 76 puntos de distribución, lo que implica un nivel de ejecución del 97% y un porcentaje de publicaciones distribuidas / editadas del 73%. En términos generales, son valores adecuados teniendo en cuenta en el momento del período de programación en el cual nos encontramos. No obstante, se deja constancia de que el porcentaje de publicaciones distribuidas sería adecuado que se aproximase lo más posible al 100%.





La Ciudad Autónoma de Ceuta es el Organismo Intermedio que más contribuye en la ejecución de los indicadores correspondientes a la actividad 3.

Por lo que se refiere a los demás organismos que aportan a la consecución de esta actividad son los que se relacionan a continuación, en orden de importancia por su contribución en dar visibilidad del papel de la Unión Europea en el desarrollo de la Ciudad Autónoma:

- UAFSE.
- Red.es.
- Dirección General de la PYME.

Tipo de actividad 4: Información a través de páginas web

Dentro de esta actividad se contabilizan las páginas web utilizadas para la transmisión de información sobre los Programas Operativos o algunas actuaciones en concreto, así como la relacionada con la política regional europea. En el caso de los Programas Regionales se contabilizará sólo las relativas a la/s Autoridades de Gestión y la/s de los Organismos Intermedios regionales responsables de la gestión de los Fondos en las distintas Administraciones regionales.

Como no podía ser de otra manera, se han imputado tres páginas web, las correspondientes a las Autoridades de Gestión del FEDER y del FSE (Dirección General de Fondos Comunitarios del Ministerio de Economía y Hacienda y Unidad Administradora del FSE del Ministerio de Trabajo e Inmigración, respectivamente) y la página web correspondiente a la Ciudad Autónoma de Ceuta como Organismo Intermedio.

En el período objeto de esta evaluación, la página web de la Dirección General de Fondos Comunitarios (www.dgfc.sggpg.meh.es) tuvo 49.662 visitas, la correspondiente a la UAFSE (www.mtin.es/uafse) fue visitada en 25.760 ocasiones y, por último, la página de la Ciudad Autónoma de Ceuta (www.procesa.es) recibió 126.586 visitas.

Además, se pone de manifiesto que, por lo que respecta a los demás organismo involucrados en los Programas Operativos FEDER y FSE de Ceuta han llevado a cabo muchas actuaciones de difusión a través de sus propias páginas web, para garantizar la máxima transparencia en la puesta en marcha del proceso de la aplicación de los fondos procedentes de la política regional europea y garantizar el conocimiento del papel jugado por la Unión Europea a la hora de ayudar a impulsar, junto con las autoridades nacionales y regionales, los avances en aquellas áreas que cofinancian los fondos europeos.

Los datos descritos, a priori, resultan muy satisfactorios, no obstante, a la hora de analizar y evaluar la percepción de la ciudadanía se podrá comprobar el efecto real de tal esfuerzo.

Tipo de actividad 5: Información a través de cualquier tipo de cartelería

En esta actividad se recogen los distintos soportes (posters, carteles, placas, expositores, stands y/o vallas) utilizados con fines publicitarios, con la finalidad de dar a conocer los Programas Operativos o alguna de sus actuaciones concretas entre la ciudadanía.





El indicador soportes publicitarios ha alcanzado un nivel de ejecución de un 42%, valor adecuado si se tiene en cuenta en el momento del período de programación en cual nos encontramos y que este indicador va asociado a la ejecución de los Programas Operativos.

A juicio del equipo evaluador los organismos que deberían aportar más a este indicador serían los órganos ejecutores, de los cuales destacan la Ciudad Autónoma de Ceuta, UAFSE, Puertos del Estado e ICEX. Por su parte, destaca el importante esfuerzo realizado por la UAFSE.

Tipo de actividad 6: Instrucciones emitidas hacia los participantes en los Programas Operativos

En el ámbito de esta actividad se engloba toda la documentación distribuida desde las Autoridades de Gestión y/o Organismos Intermedios a los Organismos Gestores de los Programas Operativos y/o potenciales beneficiarios / beneficiarios de los Fondos Europeos aplicados a través de los distintos Programas Operativos (guías metodológicas, instrucciones, informes...).

Con el objeto de garantizar la transparencia de las actuaciones para conseguir la mayor excelencia en las actuaciones a cofinanciar a través del FEDER y del FSE y facilitar el cumplimiento de la normativa comunitaria, se ha definido un indicador, documentación interna distribuida, el cual muestra un nivel de realización global de un 67,50%. Por organismo, aquellos que más esfuerzo han realizado, como cabría de esperara, han sido las Autoridades de Gestión, es decir, la Dirección General de Fondos Comunitarios y la Unidad Administradora del FSE.

No obstante, todos los Organismos Intermedios participantes han elaborado su correspondiente Manual de Normas y Procedimientos y han realizado instrucciones, las cuales han sido distribuidas dentro de sus correspondientes organizaciones.

Tipo de actividad 7: Redes de información y publicidad

Hay que destacar que el séptimo y último tipo de actividad de los indicadores de información y publicidad, en concreto Redes de información y publicidad, se cumplimenta exclusivamente por las Autoridades de Gestión del FEDER y del FSE, al ser las encargadas de organizar, coordinar y dinamizar las redes. En el caso de la Dirección General de Fondos Comunitarios se ha realizado este tipo de actividades en el marco de tres redes de información y publicidad:

- GRECO-AGE.
- GERIP.
- INFORM.

El número de reuniones llevadas a cabo asciende a más de 30, lo que representa el 38% del total previsto para todo el período de programación.

Al igual que en el caso de la Dirección General de Fondos Comunitarios, la UAFSE participa en una red de información y publicidad, INIO, que representa la Red Informal de Responsables en Materia de Información del Fondo Social Europeo y que se reúne entre tres y cuatro veces al año por invitación de la Comisión Europea.





Por último, se hace necesario poner de manifiesto las siguientes situaciones:

- Dirección General del Agua: No ha introducido ningún indicador de realización ni de resultado, ya que hasta la fecha de redacción de este informe no ha llevado a cabo ninguna medida de información y publicidad.
- Oficina Presupuestaria del Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino: No ha introducido ningún dato en la aplicación de gestión y seguimiento de indicadores de comunicación. El equipo evaluador desconoce los motivos, puesto que no ha podido contactar con el mencionado Organismo.
- Instituto de Turismo de España (TURESPAÑA): No ha introducido ningún dato en la aplicación de gestión y seguimiento de indicadores de comunicación. El equipo evaluador desconoce los motivos, puesto que no ha podido contactar con el mencionado Organismo.
- Instituto para la Diversificación y Ahorro de la Energía (IDAE): No ha introducido ningún dato en la aplicación de gestión y seguimiento de indicadores de comunicación. El equipo evaluador desconoce los motivos, puesto que no ha podido contactar con el mencionado Organismo.

Por otro lado, en lo que atañe a la [estimación del montante financiero ejecutado](#) el equipo evaluador remite a lo ya expuesto en la página 14 de este informe de evaluación.

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

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

- Ejemplos de medidas de información y publicidad del programa operativo llevadas a cabo en el marco de aplicación del plan de comunicación.
- Las disposiciones relativas a las medidas de información y publicidad electrónica o por otros medios de la lista de beneficiarios, los nombres de las operaciones y la cantidad de fondos públicos asignada a las operaciones. Incluida, en su caso, la dirección electrónica en la que pueden encontrarse los datos en cuestión.
- El contenido de cualquier modificación importante del plan de comunicación.

En los Informes Anuales de Ejecución 2007, 2008 y 2009, tanto del FEDER como del FSE, se ha elaborado un epígrafe específico de Información y Publicidad. Acto seguido se analiza y evalúa cada anualidad.

Informes Anuales de Ejecución FEDER y FSE 2007

Se detalla las pautas seguidas para poner en marcha y en práctica lo que se establece en los Reglamentos Comunitarios, así como la constitución de dos redes de trabajo y las tareas emprendidas durante la anualidad y, por último, se describen acciones concretas en materia de información y publicidad puestas en marcha.





Informes Anuales de Ejecución FEDER y FSE 2008

En estos informes, se deja constancia de la aceptación por parte de la Comisión Europea del Plan de Comunicación de los Programas Operativos del FSE y del FEDER de la Ciudad Autónoma de Ceuta 2007-2013, cómo se ha procedido y la estrategia perseguida.

En otro orden de cuestiones y por lo que respecta a los trabajos de evaluación, éstos se han puesto en marcha y se ha realizado una metodología conjunta y consensuada por todos los agentes participantes y responsables en esta materia.

Además, se han cuantificado los indicadores de realización y resultado para 2013, recogidos en los Informes Anuales de Ejecución dichas cuantificaciones.

Para finalizar, se lleva a cabo una descripción muy clara y exhaustiva, con ejemplos gráficos para una mejor comprensión de actuaciones concretas realizadas por las distintas Autoridades de Gestión y Organismos intermedios para dar a conocer y transmitir el importante papel que la Unión Europea está jugando en la política regional y en el desarrollo de la sociedad y la economía de la Ciudad de Ceuta.

Informes Anuales de Ejecución FEDER y FSE 2009

En cuanto a la anualidad 2009, la información que se ofrece es, entre otras cuestiones, la siguiente:

- Proceso de diseño de una estrategia general de comunicación.
- Constitución de redes de trabajo e intercambio de información.
- Pautas y proceso de elaboración del Plan de Comunicación.
- Definición y elaboración de documentos y herramientas de seguimiento y evaluación
- Descripción y relación de las actuaciones desarrolladas.
- La casuística de la Ciudad Autónoma Ceuta y el enfoque de las medidas de información y publicidad para los colectivos más desfavorecidos, así como el empleo de las nuevas tecnologías como canales de difusión.
- Muestra de casos de buenas prácticas.

También, se pone de manifiesto la obligatoriedad establecida en el artículo 7.2 del Reglamento (CE) nº 1828/2006 de la Comisión, por la que, tanto las Autoridades de Gestión y, en su caso, el Organismo Intermedio han informado a los beneficiarios que la aceptación de la financiación implica la inclusión en la lista de beneficiarios. Dicha lista de beneficiarios se publica centralizada en las páginas web de la Dirección General de Fondos Comunitarios y de la Unidad Administradora del Fondo Social Europeo (www.dgfc.sgpq.meh.es y www.mtin.es/uafse), según la información que esté disponible en cada momento en las aplicaciones de seguimiento y gestión Fondos 2007 y FSE 2007.

Asimismo, se deja constancia de la realización de una reprogramación al alza de los valores objetivo de los indicadores de realización y resultado, como consecuencia de los datos que arrojan las actuaciones llevadas a cabo. Así, se han elevado las previsiones en los indicadores correspondientes a las siguientes actividades:

- Actividades y actos públicos.





- Publicaciones realizadas.
- Instrucciones emitidas hacia los participantes en los Programas Operativos.
- Redes de información y publicidad.

La reprogramación efectuada es como consecuencia de que la programación de estos indicadores había sido muy conservadora a la vista de que, una vez puesto en marcha el Plan de Comunicación, sólo en la mitad del período se ha cubierto y sobrepasado, en algunos casos, ampliamente lo previsto para todo el período de programación 2007-2013.

En resumen, el contenido de los Informes Anuales de Ejecución en cuanto a información y publicidad cubre y cumple con lo estipulado en la reglamentación, por otra parte, se aprecia un esfuerzo continuo por parte de las autoridades responsables, dando lugar a una mejora sustancial de una anualidad con respecto a la anterior.

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

La capacidad de gestión y de seguimiento de los Organismos Intermedios es un elemento clave que influye sobre el impacto de los fondos estructurales. Por ello, la calidad del proceso de implementación de las actuaciones es fundamental para asegurar una transposición correcta de las medidas.

Desde la Ciudad Autónoma de Ceuta y por parte de las correspondientes Autoridades de Gestión, en respuesta a los requerimientos establecidos en la reglamentación y conocedores de la importancia que tiene el sentar unas bases claras y concisas al inicio de un período de programación para que los resultados a obtener sean positivos, han elaborado los documentos necesarios para facilitar la labor de los organismos implicados y garantizar una adecuada transparencia al proceso.

De esta forma, todos los actores implicados en la gestión, seguimiento, control, evaluación, etc. de los Programas Operativos FEDER y FSE de Ceuta 2007-2013 han elaborado sus correspondientes [Manuales de Normas y Procedimientos](#), los cuales, se encuentran a disposición de cualquier persona que quiera consultarlos, además de haber sido distribuidos a todos los agentes involucrados.

También se encuentra a disposición del público en general los [criterios de selección de los proyectos](#), las normas de elegibilidad, los Reglamentos comunitarios, etc.

En cuanto al caso particular de Información y Publicidad, periódicamente, se facilita [documentación y orientaciones](#) a los organismos participantes en los Programas Operativos FEDER y FSE de la Ciudad Autónoma de Ceuta, además de haber facilitado el Plan de Comunicación y poner a disposición de información relacionada a la ciudadanía en las correspondientes páginas web.

La documentación facilitada y distribuida marca unas pautas claras de las obligaciones y cómo acometer las distintas tareas y como se establece en la reglamentación y con absoluta transparencia.

Al mismo tiempo, todos los Organismos Intermedios entrevistados [archivan el material de información y publicidad en formato electrónico](#) y, para ello, se emplean tanto carpetas en Intranet, así como soportes CD-ROM y/o PEN-DRIVE. Es destacable la aplicación





informática GESFON creada por la Autoridad de Puertos del Estado, dónde se archivan todos los ejemplos de medidas de información y publicidad (carteles de obra, placas, notas de prensa, publicaciones de convocatorias en el BOE, etc.). Dicho sistema está empleado por todas las autoridades portuarias participantes en actuaciones cofinanciadas por FEDER.

Asimismo, por parte de las Autoridades de Gestión se ha procedido al diseño de aplicaciones informáticas para la gestión de datos para cumplir con los requisitos de gestión, control y evaluación, Fondos 2007 y FSE 2007. Por lo que se refiere al seguimiento específico de las medidas de información y publicidad, se ha elaborado otra aplicación específica para esta área, esta aplicación se ha configurado con una filosofía dinámica para ir adaptándolas a las necesidades y requerimientos que vayan surgiendo a lo largo del período de programación.

Por lo que respecta a la asignación y adecuación de recursos destinados a los aspectos de comunicación a juicio del equipo evaluador es adecuada, ya que se han dotado a las distintas estructuras definidas de los medios humanos adecuados, con niveles técnicos y de conocimiento sobre las obligaciones y los Reglamentos Comunitarios adecuados.

En otro orden de aspectos relacionados con el seguimiento, en España todas las administraciones implicadas en la programación y gestión de los Fondos FEDER, FSE y Fondo de Cohesión han puesto en marcha la red GERIP (Grupo Español de Responsables en materia de Información y Comunicación), a la cual pertenece la Ciudad Autónoma de Ceuta; por otra parte, las Autoridades de Gestión del FEDER y del Fondo de Cohesión han creado la red GRECO-AGE (Grupos de Responsables de Comunicación de la Administración General del Estado), en la que se integran los Organismos Intermedios de la Administración General del Estado que participan en el Programa Operativo FEDER de la Ciudad Autónoma de Ceuta, entre otros.

La formalización y creación de estos grupos de trabajo, constituidos por responsables en materia de comunicación persigue garantizar el diseño de estrategias conjuntas en cuanto a información y publicidad de los Fondos Europeos se refiere, para potenciar el intercambio de casos de buenas prácticas y el intercambio de experiencias en la materia entre todos los participantes.

Así, en mayo de 2007, todas las Administraciones Regionales (entre las cuales se incluye la Ciudad Autónoma de Ceuta) junto con la Administración General del Estado constituyen la Red de Comunicación GERIP. Hasta la fecha de redacción de este informe, esta red ha mantenido quince reuniones, en las que se han debatido, entre otros, los siguientes temas:

- Planes de Comunicación.
- Firma electrónica.
- Evaluación.
- Indicadores.
- Informe Anual de Ejecución.
- Información sobre la participación e las redes INIO e INFORM y sobre la iniciativa REGIO-STAR.
- Información sobre reuniones relacionadas con información y publicidad.

Igualmente, en mayo de 2007, las autoridades de gestión del FEDER y del Fondo de Cohesión, a través de su responsable en materia de Comunicación, pusieron en marcha la





Red de Comunicación GRECO-AGE. Hasta la fecha, esta red ha mantenido once reuniones, las cuales han versado sobre las siguientes cuestiones:

- La Información y Publicidad en el período de programación 2007-2013.
- Los Planes de Comunicación.
- Indicadores.
- Evaluación.
- Aplicación de seguimiento.
- Comités de Seguimiento.
- Informe Anual de Ejecución.
- Información sobre varias reuniones relacionadas con la información y la Publicidad.

Por último, y por lo que respecta a la [coordinación y comunicación con otros órganos](#), es decir, Comités de Seguimiento y Comité Consultivo de Seguimiento Estratégico y Evaluación, los cauces de información han sido fluidos, poniendo de manifiesto a ambos órganos las actuaciones acometidas en materia de información y publicidad, así como los logros alcanzados en dicha materia.

Así, anualmente, en los correspondientes Comités de Seguimiento (FEDER, FSE) hay un punto específico, que versa sobre las medidas efectuadas en la anualidad anterior en materia de información y publicidad, así como, la exposición de casos de buenas prácticas realizados por los organismos involucrados en dar a conocer el papel de la Unión Europea en el desarrollo de la política regional.

Además, un representante de la Autoridad de Gestión participa en el Comité Consultivo de Seguimiento Estratégico y Evaluación, informando al mismo sobre las distintas tareas desarrolladas y en ejecución en materia de seguimiento y evaluación desde la óptica de la comunicación. De tal forma, que se expuso, paso a paso todas las tareas llevadas a cabo para poner en marcha este proceso de evaluación (guía metodológica, herramientas de evaluación, período de realización de las mismas). También se ha compartido con los integrantes de dicho Comité Consultivo los trabajos realizados desde las distintas redes de trabajo.

En resumen, la valoración, en términos generales que efectúa el equipo evaluador en cuanto a la repercusión de los sistemas de seguimiento en la calidad de la ejecución de las medidas de información y publicidad en la Ciudad Autónoma de Ceuta es positiva, puesto que se ha distribuido instrucciones, metodologías, manuales que facilitan las tareas a desarrollar por los recursos involucrados, se han diseñado y dotado de adecuadas herramientas informáticas que permiten un adecuado seguimiento y gestión de las medidas de información y publicidad y se han organizado adecuados grupos de trabajo y redes para compartir y debatir cuestiones que garantizan la calidad de los sistemas y la transparencia.





4. Verificación de la inclusión de la información y publicidad en las actuaciones de verificación y control de los Fondos FEDER, Fondo de Cohesión y FSE

Para asegurar una correcta implementación de los Programas Operativos, la Consejería de Economía y Empleo de la Ciudad Autónoma de Ceuta ha elaborado Manuales de Normas y Procedimientos para los Programas Operativos de FEDER y FSE. El objetivo de los mismos es establecer un procedimiento de trabajo conjunto entre los diferentes agentes implicados en la planificación, gestión, ejecución, seguimiento y control de las actuaciones cofinanciadas a través de los dos Programas Operativos arriba mencionados. Por su parte, los Organismos Intermedios de la Administración General del Estado han redactado sus correspondientes Manuales de Normas y Procedimientos.

En este sentido en los apartados relacionados con el procedimiento para la verificación de operaciones se han incluido las obligaciones y los requisitos en materia de información y publicidad. En consecuencia, en las convocatorias, bases reguladoras, impresos relacionados se incluye:

- Emblema comunitario.
- Referencia al Fondo que cofinancia la actuación.
- Porcentaje de cofinanciación.
- Lema correspondiente al Fondo.
- Programa Operativo en el que se enmarca, eje y tema prioritario al que pertenece la actuación.
- Mención a la normativa de aplicación.
- En los casos en que procede, a las obligaciones de los beneficiarios se suman las que se adquieren en materia de publicidad al participar en una actuación cofinanciada.

Los Manuales de Normas y Procedimientos de las actuaciones cofinanciadas por el FEDER y FSE para el período 2007-2013 incluyen, como anexos, las listas de comprobación que tienen como objetivo verificar:

- Si se han cumplido las normas especiales fijadas en el artículo 8 del Reglamento 1828/2006 en relación con el diseño de las vallas informativas, placas conmemorativas y carteles.
- Actuaciones de información y publicidad:
 - Vallas
 - Placas
 - Impresos
 - Material informático
 - Otros.
- Si se ha divulgado mediante publicidad la participación comunitaria en los proyectos cofinanciados.

Por consiguiente, el equipo evaluador da fe de que en la documentación revisada y en los procedimientos puestos en funcionamiento, se ha incluido de forma adecuada actuaciones de verificación y control de la información y publicidad en las actuaciones cofinanciadas con Fondos Europeos.





5. Incorporación del principio de Igualdad de Oportunidades en las medidas de información y publicidad

La incorporación del principio de Igualdad de Oportunidades en las medidas de información y publicidad de los Planes de Comunicación tiene como objetivo ahondar en el esfuerzo de construir y fomentar una cultura más igualitaria y, al mismo tiempo, atraer colectivos con mayor riesgo de exclusión social y/o en exclusión.

En este sentido, y a través de la Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación, se incide sobre el proceso de sensibilización acerca de los lenguajes y canales empleados para las actuaciones de información y publicidad para que se cumpla con el principio de igualdad de oportunidades.

Con el objetivo de identificar el alcance de la incorporación del principio de igualdad de oportunidades, el equipo evaluador a través de la evidencia física, las entrevistas personales y los grupos de discusión ha llegado a las siguientes conclusiones:

- El lenguaje empleado en la documentación de las convocatorias, en las adjudicaciones provisionales y finales, y en las instrucciones a los beneficiarios finales tiene carácter inclusivo.
- La difusión de la información acerca de nuevas convocatorias y/o ayudas se ha hecho a través de canales y medios de comunicación con amplia cobertura, sin discriminar entre el público objetivo de las actuaciones.
- El mensaje de las actuaciones en materia de información y publicidad es genérico, en muchos casos los beneficiarios son entidades empresariales.
- El material divulgativo elaborado promueve imágenes de profesionales que superan los estereotipos de género.

Igualmente, se han identificado una serie de ejemplos de medidas de acción positiva como el Programa de Apoyo Empresarial a las Mujeres, puesto en marcha por las Cámaras de Comercio y el Instituto de la Mujer, con el apoyo económico del Fondo Social Europeo, o la creación de un premio, por parte de la Fundación INCYDE, para promover el fomento de la igualdad en el marco de los viveros a través de un reconocimiento a las emprendedoras.

El análisis de las publicaciones editadas por los varios Organismos Intermedios participantes no ha identificado incumplimientos o actuaciones discriminatorias hacia ningún colectivo.





6. Análisis del impacto: logros y desafíos de las actividades en materia de información y publicidad

El contexto particular de la Ciudad Autónoma de Ceuta, y en concreto su extensión de 20 km² y con una elevada densidad de población, hace que la presión de las actividades de información y publicidad tenga una gran incidencia sobre el nivel de concienciación de la población y sobre la visibilidad de la cofinanciación europea. Asimismo, la estrategia del Plan de Comunicación recae sobre la visibilidad de las actuaciones cofinanciadas al imponer la obligación de colocar placas conmemorativas de la participación de los fondos comunitarios en todas las operaciones sea o no obligatorio por Reglamento.

El análisis de los impactos se ha abordado desde dos perspectivas, una interna (gestores) y otra externa (ciudadanía).

En cuanto a los gestores del FEDER y del FSE se han realizado entrevistas personales tanto a agentes públicos como privados para conocer su opinión sobre el grado de conocimiento de las obligaciones existentes en la programación, gestión, seguimiento, control, evaluación e información y publicidad, su correspondiente tasa de satisfacción y la tasa de utilidad de las actuaciones acometidas.

Además y con el objetivo de analizar el grado de conocimiento de los distintos Fondos y el grado de conocimiento del papel desempeñado por la Unión Europea, es decir, medir la implementación de los objetivos estratégicos relacionados con la concienciación y la visibilidad, se ha llevado a cabo una encuesta entre la población ceutí. Dicha encuesta, responde a los requisitos definidos en la Guía Metodológica y ha sido realizada sobre una muestra de 666 personas. Cuya ficha técnica es:

- **Universo:** Habitantes a partir de 15 años residentes en la Ciudad Autónoma de Ceuta.
- **Muestra:** 666 habitantes a partir de 15 años residentes en la Ciudad Autónoma de Ceuta.
- **Ámbito:** Ciudad Autónoma de Ceuta.
- **Error muestral:** $\pm 1,94\%$.
- **Nivel de confianza:** 95%.
- **Recogida de la información:** Encuesta telefónica, método CATI.

A continuación, se procede al análisis de las respuestas obtenidas de las entrevistas personales efectuadas a todos los beneficiarios públicos y privados.

Grado de conocimiento de las obligaciones existentes en la programación, gestión, seguimiento, control, evaluación e información y publicidad⁴.

⁴ Según la Guía Metodológica de Seguimiento y evaluación de los Planes de comunicación de los Programas Operativos FEDER, Fondo de Cohesión y FSE 2007-2013 la valoración tendrá que hacerse diferenciando para cada uno de los distintos tipos de actos (gestión, control evaluación y/o comunicación de los Fondos Europeos) y, en el caso en que el entrevistado haya asistido a varios actos de alguno/os de los diferentes tipos deberá realizar la valoración media de los mismos. Consecuentemente, los valores que se muestran son valores medios al haber asistido el participante a más de un acto.





Por lo que respecta a los organismos implicados en la implementación de las intervenciones, 78,57% de los Organismos Intermedios afirman tener conocimiento de las obligaciones existentes con respecto a la programación, gestión, seguimiento, evaluación e información y publicidad.

Asimismo, ponen de manifiesto su conocimiento del Plan de Comunicación de los Programas Operativos del FSE y del FEDER de la Ciudad Autónoma de Ceuta 2007-2013, comprobándose que el conocimiento es mayor en los organismos regionales que en los nacionales, cuestión obvia si se tiene en consideración que los Organismos de la Administración General del Estado participan en más de una región, es decir, que han de conocer y utilizar más de un Plan de Comunicación, mientras que la Administración Regional ha de tener en cuenta la estrategia definida en su Plan de Comunicación y, además han participado en la definición de dicha estrategia, objetivos, medidas, es decir, en su redacción.

Todos los organismos involucrados que afirman conocer las obligaciones que implica el gestionar Fondos Europeos aseguran haber recibido instrucciones de la Autoridad de Gestión y/o de los Organismos Intermedios.

Además han participado en jornadas o sesiones formativas organizadas por la Autoridad de Gestión y por los propios Órganos Gestores, ya sea de la Administración General del Estado o de la Administración Regional, dirigidas a transmitir información, instrucciones a los órganos ejecutores y/o beneficiarios de los fondos europeos.

Por último, todos los Organismos forman parte de alguna red de comunicación relacionada con los Fondos Europeos, ya sea europea, nacional o regional, en función del nivel competencial de cada Organismo.

En resumen, el grado de conocimiento de las obligaciones existentes en la programación, gestión, seguimiento, control, evaluación e información y publicidad es elevado, no obstante, se debería de seguir trabajando en esta misma línea para que todos los Organismos involucrados mostraran el correspondiente grado de conocimiento.

Además, es de destacar que no hay diferencia en el grado de conocimiento de las obligaciones existentes entre sector público y el sector privado, puesto que desde la Ciudad Autónoma de Ceuta se ha hecho un gran esfuerzo en informar e involucrar a todos los agentes económicos y sociales en la gestión y en la difusión del importante papel que juega la Unión Europea en el desarrollo y la convergencia de la Ciudad con el resto de las regiones.

Tasa de satisfacción, que indique la valoración de los beneficiarios/Organismos Intermedios y/o gestores o participantes respecto a la información facilitada

La tasa de satisfacción respecto a la información facilitada en materia de comunicación representa otro de los indicadores de impacto diseñados en la Guía Metodológica.

Para la totalidad de los encuestados, el grado de satisfacción con la información proporcionada en las diferentes sesiones y/o eventos relacionados con los requisitos en materia de comunicación es alto. No obstante, llama la atención sobre la duración extensa de las reuniones y la necesidad de acortar las sesiones, darles un carácter operativo más destacado e incluir más ejemplos de buenas prácticas y de medidas implementadas y sus resultados.





En relación con las reuniones, jornadas y/o cursos acerca de procedimientos de gestión, control, evaluación y/o comunicación los niveles de satisfacción bajan en lo que se refiere a los últimos criterios valorados: duración de las sesiones y el nivel de satisfacción de las expectativas. Aunque la tasa de satisfacción es elevada, se observa que ésta es más positiva sobre las actuaciones relacionadas exclusivamente con la información y la publicidad que con aquellas que se hallan vinculadas al seguimiento, gestión, control y evaluación.

Tasa de utilidad de las actuaciones

Con respecto al indicador de impacto tasa de utilidad de las actuaciones, los valores que se desprenden del análisis de las respuestas del personal entrevistado son altos: un 57% de los entrevistados muestran máximo acuerdo, el 29% están de acuerdo y el 14% en desacuerdo con la utilidad de las actuaciones.

Al igual que sucedía con el indicador de impacto anterior, la tasa de utilidad es mayor por los que respecta a la organización e instrucciones facilitadas en las reuniones monográficas de información y publicidad que en aquellas que se han tratado temas relacionados con la gestión, el control y la evaluación.

De modo global, el equipo evaluador considera que los valores que ofrecen los tres indicadores analizados previamente, dirigidos a los beneficiarios tanto públicos como privados de los Programas Operativos FEDER y FSE de Ceuta son adecuados, consecuentemente, se recomienda seguir trabajando en la misma línea, efectuando un especial hincapié en que todos los involucrados conozcan sus obligaciones en cuanto a programación, gestión, seguimiento, control, evaluación e información y publicidad.

Por lo que se refiere a los indicadores de impacto de las medidas de información y publicidad sobre la ciudadanía en general, a continuación se procede al análisis y evaluación de los resultados de la encuestación efectuada.

Grado de conocimiento de los fondos

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, el 95,20% de los ceutíes afirman conocer dichos fondos, diferenciando los mismo, el 84,23% conoce el Fondo Europeo de Desarrollo Regional y el 66,67% el Fondo Social Europeo.

Por género, el 96,17% de los hombres confirma conocerlos, frente a un 94,19% de las mujeres. Por fondos, el 85,25% de los varones reitera su conocimiento del FEDER, frente a 83,18% de las mujeres y el 67,26% de los hombres ratifican su conocimiento del FSE ante el 66,67% de las mujeres.

Por tramos de edad, es la población de mediana edad aquella que tiene más conocimiento de los fondos, reduciéndose éste entre los más jóvenes y la población de mayor edad.

Por fondos la tónica de conocimiento es similar, no obstante, la principal característica a destacar es que los jóvenes y la población de mediana edad tienen un mayor conocimiento del FSE, siendo la población de mayor edad la que poseen un conocimiento mayor del FEDER.

La jerarquización de conocimiento de proyectos cofinanciados por la Unión Europea es la que se establece a continuación, en función de las respuestas facilitadas por los encuestados:





- Infraestructuras y equipamientos.
- Formación y Empleo.
- Ayudas a las empresas.
- Medio ambiente.
- Ayudas para luchar con la exclusión y/o a personas con discapacidad.
- Ayudas para disminuir las desigualdades sociales entre hombres y mujeres.
- Investigación, Desarrollo e Innovación y Sociedad de la Información.

El equipo evaluador considera esta jerarquización desde la óptica del conocimiento, lógica, puesto que responde a la estrategia definida desde la Ciudad Autónoma de Ceuta en su política regional y de convergencia.

Por género, no se aprecian grandes diferencias, otra cuestión es por tramos de edad. Acto seguido se destacan las dos áreas de proyectos o inversiones más conocidas por cada grupo de población en función de la edad:

- Población joven: Ayudas para disminuir la desigualdad social entre hombres y mujeres y ayudas para luchar contra la exclusión y/o a personas con discapacidad.
- Población de mediana edad: Investigación, Desarrollo e Innovación y Sociedad de la Información y ayudas a empresas.
- Población de mayor edad años: Ayudas para luchar contra la exclusión y/o a personas con discapacidad e infraestructuras y equipamientos y medio ambiente.

Por lo que se refiere a los canales de comunicación más eficientes sobre la población destinataria, los más destacados en orden de importancia son los que se detallan a continuación:

- Anuncios en prensa, radio, televisión.
- Vallas en las carreteras / placas en centros de formación.
- A través de terceras personas.
- Carteles, posters en la calle.

Los dos canales de comunicación con menor importancia relativa son los folletos y la información transmitida a través de Internet.

Por género, no se aprecian grandes diferencias, el canal más valorado por ambos colectivos es la publicidad transmitida a través de la inserción de anuncios en empresa, cuñas publicitarias en radio y televisión. A continuación, los varones afirman haber tenido conocimiento de las ayudas mediante vallas en las carreteras / placas en centros de formación, mientras que la mujeres aseveran que su conocimiento ha sido a través de terceras personas.

Al efectuar el análisis por tramos de edad, se aprecia que cada canal de comunicación tiene su importancia y su validez en cada tramo de edad, por tanto, acto seguido se relacionan los dos canales de información con mayor importancia (según las respuestas dadas por los encuestados), por tramos de edad:





- Población joven:
 - ✓ A través de Internet.
 - ✓ A través de terceras personas.
- Población de mediana edad:
 - ✓ A través de folletos.
 - ✓ Ha participado en algún curso de formación financiado por la Unión Europea.
 - ✓ Ha visto vallas en las carreteras / placas en centros de formación.
 - ✓ Ha visto / oído anuncios en prensa, radio, televisión.
- Población mayor:
 - ✓ Ha visto / oído anuncios en prensa, radio, televisión.
 - ✓ Ha visto en las carreteras / placas en centros de formación.

Grado de conocimiento del papel desempeñado por la Unión Europea

El conocimiento de los fondos y la existencia de medidas de publicidad que incurren en el día a día de la sociedad ceutí, permite la formulación de una opinión sobre el papel desempeñado por la Unión Europea en la Ciudad Autónoma. A través de la encuesta a la ciudadanía, se ha abierto la posibilidad de estimar la valoración de la sociedad de la Ciudad al respecto y los resultados reflejan el hecho de que la población estima altamente positiva la contribución de la Unión Europea

Así, se evidencia que el 39% de los entrevistados consideran muy beneficioso el papel jugado por la Unión Europea en el desarrollo e implementación de la política regional de Ceuta, a continuación, el 35% de la ciudadanía cree que ha sido positivo, el 17% tiene la convicción de que el papel jugado ha sido crucial y, finalmente, un 4% lo considera irrelevante.

En cuanto a la opinión puesta de manifiesto por género, no se aprecian grandes diferencias. Sin embargo, por tramos de edad las opiniones son más diversas, aunque en la misma tónica. Así, mientras que la mayoría de los jóvenes y la población más longeva considera el papel jugado por los Fondos Europeos en Ceuta positivo, el resto de población cree que es muy beneficio.

Por último, y por lo que respecta a si los lemas seleccionados reflejan adecuadamente el papel que juega la Unión Europea a través del FEDER y del FSE en el mayor desarrollo económico y social de España y en concreto de la Ciudad Autónoma de Ceuta, el 80,28% opina que los lemas seleccionados reflejan adecuadamente el papel de la Unión Europea.

Por género, el 83,77% de las mujeres opinan que los lemas reflejan adecuadamente el papel que juega la Unión Europea, frente al 76,99% de los hombres.

Por edades, la tónica de las respuestas es muy similar a las cuestiones planteadas previamente, cuestión hace pensar en que se debería de hacer un especial hincapié en la población con edades más extremas, es decir, los más jóvenes y los de mayor edad.

A modo de conclusión, y en función de los resultados obtenidos de la encuestación realizada a la ciudadanía residente en la Ciudad Autónoma de Ceuta se observa un gran





conocimiento de los Fondos Europeos y del importante papel que éstos juegan en el desarrollo de la política regional, así como la preocupación que Europa muestra por la ciudadanía de Ceuta.





7. Conclusiones y recomendaciones: propuestas de medidas a adoptar

Del presente ejercicio evaluativo del Plan de Comunicación de los Programas Operativos del FSE y del FEDER 2007-2013 de la Ciudad Autónoma de Ceuta se pueden extraer las siguientes conclusiones:

- Se considera pertinente la estrategia de comunicación del Plan y conforme con los requisitos establecidos al respecto, así como con las directivas europeas en vigor.
- Los objetivos del Plan de Comunicación son coherentes entre sí, y existe una consistencia interna de los mismos.
- El avance de la ejecución de las medidas es correspondiente con el momento de la evaluación, es decir el grado de cumplimiento de los indicadores de realización es, en media, de 50%.
- Se han incluido de forma satisfactoria los aspectos de información y publicidad en los Informes Anuales de Ejecución.
- Las listas de comprobación para la realización de las verificaciones administrativas incluyen los requisitos en materia de información y publicidad.
- La incorporación del principio de igualdad de oportunidades se ha realizado de forma correcta tanto en el diseño del Plan de Comunicación como en la puesta en marcha de las medidas concretas.
- Los indicadores de impacto en lo que se refiere al grado de conocimiento de las obligaciones existentes en la programación, gestión, seguimiento, control, evaluación e información y publicidad, y a las tasas de satisfacción respecto a la información facilitada y la utilidad de las actuaciones tienen valores altos.
- El grado de conocimiento de los distintos Fondos es muy elevado dónde el conocimiento del FEDER, 84%, supera con 9 puntos porcentuales el conocimiento del FSE, 75%.
- La valoración de la ciudadanía del papel desempeñado por la Unión Europea es positivo, casi 40% de los encuestados valoran muy beneficioso el papel de la Unión Europea en la política regional.

A raíz de las conclusiones anteriores, el equipo evaluador considera oportuno efectuar las siguientes recomendaciones:

- Se recomienda a las correspondientes Autoridades de Gestión del FEDER y del FSE seguir trabajando con la misma intensidad y en el mismo sentido en el cual se ha venido trabajando.
- Se recomienda seguir elaborando el epígrafe de los Informes Anuales de Ejecución, en materia de información y publicidad, de la forma en que se ha elaborado el correspondiente a la anualidad 2009.
- Se recomienda seguir trabajando en la misma línea que se está realizando en la actualidad en cuanto a los sistemas de seguimiento.
- Se recomienda seguir realizando el esfuerzo que se lleva a cabo en la actualidad con la finalidad de dar cumplimiento e integración del Principio de Igualdad de Oportunidades.
- Aunque, en función de los resultados obtenidos de la encuestación dirigida a la ciudadanía, se denota un gran conocimiento de los Fondos Comunitarios y del importante papel que juega la Unión Europea en la Ciudad Autónoma de Ceuta, se recomienda seguir realizando el esfuerzo actual con la misma intensidad.





- Por otra parte, se sugiere un esfuerzo adicional entre los colectivos de 15 a 24 años y de 75 y más años con la finalidad de incrementar su conocimiento. Por ejemplo, para el colectivo más joven, se podría realizar un comic con ejemplos reales de actuaciones realizadas en la Ciudad, distribuyéndose en los centros de formación y para el colectivo de mayores, en particular, y para ciudadanía en general, se podría realizar una exposición sobre lo que ha significado y significa para el desarrollo de la Ciudad y, por ende, de su población de los Fondos Europeos.





8. Buenas prácticas

Según la definición de la Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER, Fondo de Cohesión y FSE 2007-2013, se identifica como “buena práctica” toda actuación que responda a alguno/os de los siguientes criterios:

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

En función de los criterios de descritos, el equipo evaluador ha seleccionado los siguientes casos de buenas prácticas:

Caso nº 1: Dotación de elementos publicitarios identificativos en establecimientos beneficiarios de ayudas cofinanciadas por el FEDER

Breve descripción de la actuación:

Con el objetivo de reflejar el papel desempeñado por los fondos estructurales, a través del FEDER, y para poner en evidencia el respaldo y el apoyo de la Unión Europea al desarrollo regional, en la Ciudad Autónoma de Ceuta se ha puesto en marcha una medida que supera los requisitos en la materia. Para ello, se ha elevado a categoría de obligación la colocación de un elemento publicitario, bajo la forma de una pegatina, placa o cartel, en todos los establecimientos que han recibido una ayuda cofinanciada con fondos europeos.

Al asegurar un grado alto de visibilidad y desencadenar un efecto multiplicador con un bajo coste, se considera que la actuación puede identificarse como una buena práctica. Al mismo tiempo, la permanencia de los elementos publicitarios durante al menos 3 años crea un vínculo entre la financiación europea y la tipología de actuaciones elegibles de cara a posibles nuevas solicitudes de ayudas por parte de los que soportan la presión publicitaria.

Criterios de idoneidad:

- Uso de recursos innovadores en la presentación, organización y/o desarrollo: con una actuación de bajo coste se obtiene un gran efecto multiplicador y se involucra al beneficiario de la ayuda.



- Adecuación de los contenidos a los objetivos perseguidos: la actuación cumple con los objetivos perseguidos en el Reglamento (CE) nº 1828/2006 de la Comisión, así como el Plan de Comunicación de los Programas Operativos FEDER y FSE de la Ciudad Autónoma de Ceuta 2007–2013.
- Adecuación con el objetivo general de difusión de los fondos: la actuación aumenta el grado de conocimiento de la ciudadanía del papel desempeñado por la Unión Europea y, al mismo tiempo, el apoyo de la Unión al tejido productivo y empresarial de Ceuta.
- Alto grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción de comunicación: el 100% de los beneficiarios de las ayudas aplican las medidas en materia de publicidad.
- Evidencia de un alto grado de calidad: se sustenta sobre el alto grado de disposición del beneficiario en las actuaciones de comunicación de la ayuda percibida.





Caso nº 2: Celebración del Día Mundial de la Mujer Trabajadora (8 de marzo)

Breve descripción de la actuación:

Con motivo del Día Mundial de la Mujer se procedió a realizar una carrera dirigida fundamentalmente a las mujeres.

El itinerario definido para el evento transcurría por las principales calles de la Ciudad Autónoma de Ceuta, dando a conocer la importancia de la incorporación de la mujer al mercado laboral y el gran papel que la Unión Europea y las políticas de igualdad han realizado en estas cuestiones de integración del colectivo femenino.

La carrera tuvo una gran difusión a través de la realización de medidas de publicidad en medios distintos medios de comunicación (prensa, radio, televisión, etc.). Todo ello haciendo mención específica de la cofinanciación de Fondos Europeos y, consecuentemente, la involucración de la Unión Europea.

En la cabecera de la carrera, las mujeres portaban una gran pancarta, en la que además del título de la acción, se podían apreciar los diferentes logos y la cofinanciación europea. Además, los distintos medios de comunicación recogieron y dieron puntual información de dicha acción.

Debido al gran éxito alcanzado con el evento organizado, las autoridades organizadoras han decidido realizar la actuación todos los años.

Criterios de idoneidad:

- Uso de recursos innovadores en la presentación y/o desarrollo: puesto que se ha elegido la celebración de una carrera para dar a conocer el importante papel que la Unión Europea y de sus Fondos tiene en la integración de las mujeres en el mundo laboral y en la sociedad.
- Adecuación de los contenidos a los objetivos perseguidos: a través de la actuación se ha dado visibilidad a los Fondos Europeos, se ha puesto en conocimiento de la ciudadanos los objetivos europeos que persiguen estos Fondos, además de cubrir claramente los objetivos establecidos en el Plan de Comunicación, así como en los Reglamentos Comunitarios.
- Incorporación de criterios de Igualdad de oportunidades: la acción está diseñada principalmente para las mujeres de Ceuta, aunque no excluye a ningún colectivo.
- Adecuación con el objetivo general de difusión de los fondos:, tanto en la convocatoria como en la publicidad realizada, así como en la cobertura del evento y en la pancarta que encabezó la carrera es hizo mención expresa a la cofinanciación del Fondo Social Europeo.
- Alto grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción de comunicación: se logró un alto grado de cobertura sobre la población objetiva como consecuencia del gran esfuerzo realizado a través de la utilización de los distintos medios de comunicación.

- Evidencia de alto grado de calidad: de las medidas de comunicación llevadas a cabo, cuestión que es demostrada por el alto grado de participación de las mujeres de Ceuta, las cuales no dudaron en asistir con sus hijos y familiares.



Caso nº 3: Jornadas informativas internas llevadas a cabo por el ICEX, para informar sobre las obligaciones en materia de comunicación período de programación 2007-2013.

Breve descripción de la acción acometida:

Por parte del ICEX se organizaron y llevaron a cabo unas jornadas informativas internas en su sede central, para comunicar y poner de manifiesto las obligaciones comunitarias en materia de información y publicidad para el período de programación 2007-2013.

Los destinatarios de las jornadas fueron los gestores de las actividades que desarrolla el ICEX con financiación del FEDER.

Criterios de idoneidad:

- Uso de recursos innovadores en la presentación, organización y/o desarrollo: Se considera innovador porque ha sido la primera vez que dentro del ICEX se ha llevado a cabo una actuación de esta envergadura con la finalidad de

concienciar de la importancia de dar transparencia y visibilidad a los Fondos Europeos, no sólo desde el propio Organismo, sino vinculando dichas jornadas con lo que se debe hacer de cara a los destinatarios últimos de las actuaciones cofinanciadas y al público en general.

- Adecuación de los contenidos a los objetivos perseguidos: Se ha logrado ampliamente, ya que el objetivo final perseguía reforzar, recordar y orientar las actuaciones que hay que llevar a cabo en materia de información y publicidad en el período 2007-2013 en relación con la ejecución del ICEX cofinanciadas por el FEDER. Además, la formación ha llegado a las personas que tienen relación con los organismos colaboradores, de tal forma que éstos también tuvieran entre sus obligaciones la transmisión del papel de la Unión Europea hacia los potenciales beneficiarios y la ciudadanía.
- Incorporación del criterio de igualdad de oportunidades: Se ha tenido un especial cuidado en la utilización del lenguaje, para que éste no sea sexista y, además, ha habido una importante participación del colectivo femenino en las jornadas formativas.
- Adecuación con el objetivo general de difusión de los fondos: Las personas que asistieron a la jornada formativa son los responsables de poner en práctica las obligaciones reglamentarias en relación con la información y publicidad de los Fondos Europeos y el papel que desempeña la Unión Europea.
- Alto grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción de comunicación: La totalidad de las personas afectadas participaron en las jornadas organizadas, consecuentemente, el grado de cobertura ha sido de un 100%.
- Evidencia de un alto grado de calidad: Se evidencia a través de:
 - Interés mostrado por los asistentes.
 - Alto grado de participación en los debates.
 - Transmisión de los conocimientos adquiridos en las tareas diarias de los asistentes.
- Uso de nuevas tecnologías de la información: Toda la documentación (logos y lemas en varios idiomas, instrucciones en cuanto a formatos y textos a incluir en los documentos), están disponibles en la intranet del ICEX, junto con el resto de información y manuales relativos a FEDER.





Caso nº 4: Grupo Español de Responsables de Información y Publicidad

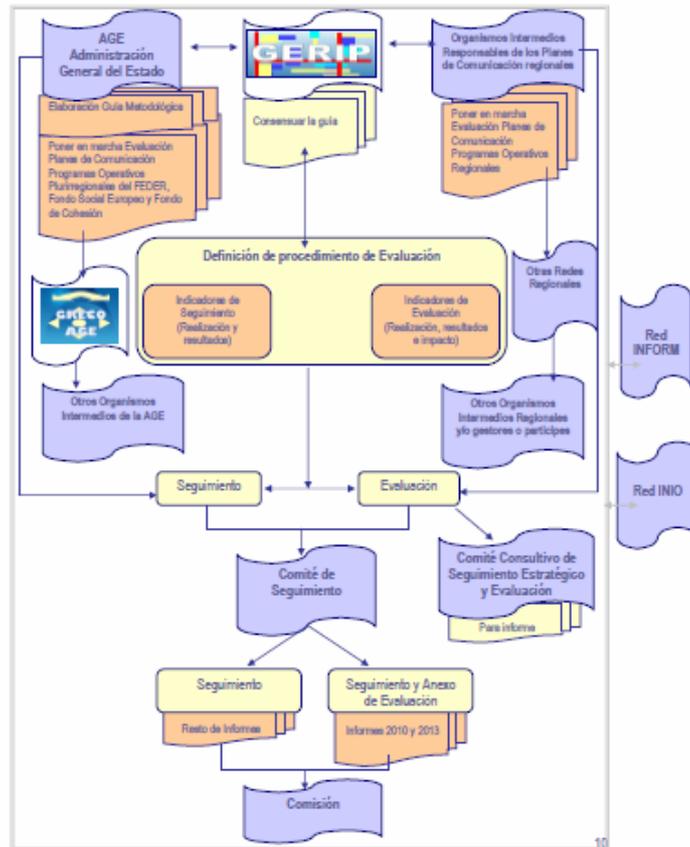
Breve descripción de la acción acometida:

El GERIP es una red constituida por las personas responsables de información y publicidad de las Autoridades de Gestión del FEDER, FSE y Fondo de Cohesión y de los responsables de comunicación de cada uno de los Planes de Comunicación regionales. Nace de una iniciativa de las Autoridades de Gestión para establecer un cauce de comunicación adecuado que permitiese diseñar la estrategia de comunicación conjunta para todos los Fondos Europeos de la política regional y todas las administraciones participantes en su gestión. Asimismo, esta red iba a permitir y adecuar el desarrollo de diferentes opciones de planes de comunicación conjunta o separadamente entre los Fondos a las exigencias reglamentarias en materia de comunicación. Su objetivo fundamental es, por lo tanto, el establecimiento de una estrategia de comunicación conjunta, la coordinación de sus participantes a la hora de aplicar esta estrategia, el intercambio de ideas, la creación de un foro de discusión y la plataforma para la toma de decisiones y orientaciones consensuadas en beneficio de las funciones que los representantes de comunicación de los planes tienen que desarrollar. Asimismo, establece un puente informativo entre los participantes de la red española y las redes europeas de la Comisión, INIO e INFORM.

Criterios de idoneidad:

- Por el uso de recursos innovadores en la presentación, organización y/o desarrollo, ya que es la primera vez que se nombran responsables de comunicación, uno para cada uno de los distintos Planes de Comunicación, y que a través de este cauce se diseña una estrategia conjunta de comunicación y se consensúan entre todos los Fondos y Administraciones todos los aspectos de la comunicación.
- Por la adecuación de los contenidos a los objetivos perseguidos, ya que desde su inicio ha ido aportando soluciones a todos los planteamientos presentados: pautas para la elaboración de los planes de Comunicación, respuesta a las observaciones de la Comisión, definición de metodología a seguir para la evaluación, indicaciones para la elaboración de los informes anuales, resolución de dudas y problemas, etc.
- Por haber incorporado criterios de Igualdad de Oportunidades, tanto en sus planteamientos de funcionamiento de la red, como de representatividad y posibilidades futuras.
- Por la adecuación con el objetivo general de difusión de los Fondos, puesto que el fundamento base de las reuniones que se llevan a cabo siempre es la discusión, planteamientos y consenso sobre aspectos relacionados con la difusión de los Fondos.
- Por el alto grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción de comunicación. Los trabajos del GERIP, van más allá de los Organismos participantes en la red, porque a su vez la AGE y el Organismo responsable del Plan de Comunicación regional actúan de intermediarios y trasvasan las decisiones tomadas en su seno al resto de los participantes (organismos gestores y/o beneficiarios) de sus Planes de Comunicación.

- Por la evidencia de un alto grado de calidad en el funcionamiento y trabajos generados en el seno del grupo, como se ha venido demostrando en los productos, pautas y decisiones derivadas de los trabajos de la red. Por el uso de nuevas tecnologías de la información, todas las actas de las reuniones y los documentos repartidos se cuelgan en la página web de la Autoridad de Gestión.





Caso nº 5: Elaboración de la “Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los Programas Operativos FEDER, Fondo de Cohesión y FSE 2007-2013”

Breve descripción de la acción acometida:

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

Se trata por lo tanto de una herramienta de comunicación, dirigida a todos los participantes en la aplicación de los Fondos, incluidos los beneficiarios de los mismos y a los equipos evaluadores, en el logro de una mayor transparencia en las tareas de seguimiento y evaluación que dichos colectivos tienen que asumir.

Criterios de idoneidad:

- Por el uso de recursos innovadores en su aplicación, de manera indirecta, al dar lugar al diseño de una aplicación específica para la introducción de los indicadores, que permite obtener informes del estado y evolución de las acciones de comunicación realizadas en cualquier momento.
- Por la adecuación de los contenidos a los objetivos perseguidos, ya que se han tenido en cuenta las características concretas que presentan tanto la programación de los distintos Programas Operativos y Planes de Comunicación como la realidad de las distintas Comunidades y Ciudades Autónomas españolas, manteniendo un principio de proporcionalidad en las actuaciones que deben llevar a cabo unas y otras.
- Por haber incorporado criterios de Igualdad de Oportunidades: además de utilizar un lenguaje de género adecuado en su redacción, la Guía introduce en el documento del informe final a presentar por los evaluadores, un apartado que analice la contribución de las medidas de comunicación en el principio de Igualdad de Oportunidades.
- Por la adecuación con el objetivo general de difusión de los Fondos: la posibilidad de elaborar informes sobre el seguimiento de las actuaciones facilita la difusión que de las actuaciones cofinanciadas por los Fondos pueden realizar los Organismos que utilizan y aplican la metodología en ella descrita.
- Por el alto grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción de comunicación. La Guía se ha difundido entre todos los Organismos Intermedios y se ha hecho llegar a los gestores de las ayudas de los Fondos, colectivo al que va dirigida la publicación.

- Por la evidencia de un alto grado de calidad en el diseño de la Guía, como lo demuestra el hecho de la buena aceptación de la misma por parte de la Comisión y de la mayoría de los estados miembros y la utilización que de ella han decidido hacer otros países para su evaluación.
- Por el uso de nuevas tecnologías de la información al haberse colgado en la web de la Autoridad de gestión, que ha creado un apartado específico en la misma para comunicación, sino también en la de los Organismos Intermedios responsables de los Planes de Comunicación regionales AGE, para la necesaria puesta en marcha de los contenidos de la misma.

