



Unión Europea



Evaluación del Plan de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER y del FSE, 2007-2013, de la Región de Murcia

Marzo de 2011

Índice

1. METODOLOGÍA DE LA EVALUACIÓN.	2
1.1. Diseño técnico de la evaluación	3
1.2. Métodos y técnicas utilizadas.....	4
1.3. Valoración general de la metodología propuesta	8
2. ANÁLISIS DE LA PROGRAMACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN.....	9
2.1. Evaluación de la Pertinencia de la Estrategia de Comunicación.	9
2.2. Análisis de la validez y la consistencia interna del Plan de Comunicación.....	16
2.3. Adecuación de la dotación de los medios económicos, humanos y técnicos asignados a las tareas de comunicación de los fondos.....	20
2.4. Consideración del Principio de Igualdad de Oportunidades en la Estrategia de Comunicación.	21
3. ANÁLISIS DE LA APLICACIÓN DE LAS MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD.....	23
3.1. Avances en la ejecución de las medidas.....	23
3.2. Integración de las actividades de información y publicidad en los Informes Anuales de Ejecución	32
3.3. La repercusión de los sistemas de seguimiento en la calidad de la ejecución de las medidas.....	35
4. VERIFICACIÓN DE LA INCLUSIÓN DE LA INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD EN LAS ACTUACIONES DE VERIFICACIÓN Y CONTROL DE LOS FONDOS.....	44
5. INCORPORACIÓN DEL PRINCIPIO DE IGUALDAD DE OPORTUNIDADES EN LAS MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD	47
6. ANÁLISIS DEL IMPACTO: LOGROS Y DESAFÍOS DE LAS ACTIVIDADES EN MATERIA DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD.	50
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES: PROPUESTAS DE MEDIDAS A ADOPTAR	59
8. BUENAS PRÁCTICAS.....	65

1. METODOLOGÍA DE LA EVALUACIÓN.

Uno de los aspectos más novedosos de la gestión de las actuaciones cofinanciadas por los Fondos Estructurales durante el período de programación 2007-2013 se ha centrado en los aspectos relacionados con la información y publicidad. Ello se debe a que “los ciudadanos de la Unión Europea no están suficientemente informados del papel que desempeña la Comunidad en los programas de financiación destinados a reforzar la competitividad económica, crear puestos de trabajo y fortalecer la cohesión interna”, como se señala en el considerando inicial del Reglamento (CE) Nº 1828/2006, de 8 de diciembre, de la Comisión.

Este Reglamento dedica toda la Sección 1ª de su Capítulo II a las disposiciones relativas a las actividades de información y publicidad que deben llevar a cabo los Estados miembros en relación con las intervenciones de los Fondos Estructurales. De esta forma, la gestión de las actividades de Información y Publicidad en los Programas Operativos ha pasado a constituir una obligación jurídica y la garantía de su realización recae, tanto sobre la Autoridad de Gestión, como sobre los propios organismos intermedios y beneficiarios de las ayudas comunitarias.

Esta normativa ha supuesto un salto cualitativo relevante respecto a la programación precedente del período 2000-2006, por su mayor nivel de exigencia y precisión. Así, la gestión de los Programas Operativos del FEDER y del FSE de la Región de Murcia 2007-2013 integra acciones de visibilidad de las actuaciones previstas. La puesta en marcha de tales actuaciones, así como su seguimiento y evaluación, debe ser, como la del resto de ámbitos de gestión, especialmente cuidada. Por lo tanto, su correcta ejecución exige el cumplimiento de las exigencias establecidas por la normativa comunitaria en materia de Información y Publicidad.

Teniendo en cuenta lo anterior, la evaluación de los Planes de Comunicación tiene por objeto valorar el grado de consecución de los objetivos estratégicos del mismo, esto es, medir la eficacia de las medidas de comunicación emprendidas. Como se reconoce en el artículo 4.2.c del Reglamento (CE) Nº 1828/2006, es necesario “... que se evalúen los resultados de las medidas de información y publicidad en cuanto al grado de visibilidad y concienciación de los programas operativos (PO), así como del papel desempeñado por la Comunidad”.

Por lo tanto, su realización se justifica por la necesidad de comprobar si la aplicación de dichos Planes está logrando aumentar la visibilidad de los Fondos Estructurales de los Programas Operativos y del papel desempeñado por la Unión, así como la transparencia de la ayuda procedente de los Fondos (artículo 69 del Reglamento (CE) Nº 1083/2006).

Para ello, la *Dirección General de Economía y Planificación de la Consejería de Economía y Hacienda de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia* ha elaborado el **Plan de Comunicación de los PO del FEDER y del FSE 2007-2013 de la Región de Murcia**. Dicho

Plan se ha configurado como el principal instrumento para establecer, en primer lugar, las medidas en materia de comunicación necesarias para dar una mayor notoriedad y transparencia a la actuación de la UE en la Comunidad Autónoma y, en segundo lugar, para determinar las responsabilidades y funciones de las diferentes partes implicadas en la gestión de las operaciones cofinanciadas por el FEDER y el FSE.

1.1. DISEÑO TÉCNICO DE LA EVALUACIÓN

El diseño técnico de la evaluación de los Planes de Comunicación se ha realizado por las Autoridades de Gestión de las intervenciones estructurales en España. Ello se debe a que la Comisión Europea no ha proporcionado unas orientaciones indicativas específicas sobre la metodología de evaluación a aplicar. Su papel en este sentido se ha limitado a la publicación en su página web de unas fichas metodológicas orientativas para la evaluación de las actuaciones de información y publicidad en el nuevo periodo de programación 2007-2013 y de una serie de documentos e informes de trabajo con la finalidad de que puedan constituirse como referencia para los países miembros¹.

En consecuencia, el Estado español ha sido el que ha establecido el desarrollo y la aplicación práctica de los principios a seguir respecto a la evaluación de la comunicación de los Fondos Estructurales. Desde esta perspectiva, el alcance, contenido y objetivos de la presente evaluación se ajusta a lo determinado por 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 Comunitarios del Ministerio de Economía y Hacienda y la Unidad Administradora del FSE del Ministerio de Trabajo e Inmigración, con la colaboración de las Comunidades Autónomas, en el seno del Grupo Español de Responsables de Información y Publicidad (GERIP) y del *Grupo de Responsables de Comunicación de los Organismos de la Administración General de Estado (GRECO-AGE)*.

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

- + Los objetivos de los Planes de Comunicación, es decir, visibilidad de los Programas Operativos y concienciación de la ciudadanía acerca del papel que Europa juega, a través de la aplicación de la Política Cohesión, en la mejora de su calidad de vida.

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

- + El alcance de la misma a los grupos objetivo de las actuaciones de comunicación, es decir, los beneficiarios, los beneficiarios potenciales y el público en general.
- + El principio de proporcionalidad (conforme al artículo 4.3 del *Reglamento (CE) nº 1083/2006 del Consejo, por el que se establecen las disposiciones generales relativas al Fondo Europeo de Desarrollo Regional, al Fondo Social Europeo y al Fondo de Cohesión, y el Reglamento (CE) Nº1080/2006 del Parlamento Europeo y del Consejo de 5 de julio de 2006 relativo al Fondo Europeo de Desarrollo Regional y por el que se deroga el Reglamento (CE) no 1783/1999.*

Su diseño se ha organizado en dos grandes fases:

- + Elaboración de los indicadores de seguimiento y evaluación para que éstos se incluyesen y cuantificasen en los Planes de Comunicación, que debían ser declarados aceptados por la Comisión Europea.
 - + Elaboración y distribución de instrucciones a los órganos implicados en el desarrollo de las actuaciones contenidas en los Planes de Comunicación para asegurar su cumplimiento.
 - + Cuantificación de los indicadores incluidos en los Planes de Comunicación y volcado en las correspondientes bases de datos.
- + Establecimiento de la metodología y criterios de evaluación a aplicar.

Bajo este planteamiento general, el **objetivo principal de la evaluación** es “*analizar el grado de ejecución y resultados e impactos logrados por el Plan de Comunicación*”, apreciando, asimismo, la calidad de la programación de la estrategia de comunicación y de las medidas aplicadas para garantizar la publicidad de la intervención y el cumplimiento de los requisitos que, en esta materia, establecen los actuales Reglamentos comunitarios.

El **horizonte temporal** que abarca la presente evaluación comprende las medidas y actuaciones ejecutadas entre el 1 de enero de 2007 y el 31 de marzo de 2010.

1.2. MÉTODOS Y TÉCNICAS UTILIZADAS

+ Sistema de indicadores.

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

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

- + **Diseño:** los indicadores de seguimiento y evaluación han sido homogeneizados en su definición, de acuerdo con el Anexo 2 de la *Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER, Fondo de Cohesión y FSE 2007-2013*, atendiendo a:
 - ✓ Las actividades de información y publicidad que se incluyen en cada uno de los Planes de Comunicación aceptados por la Comisión.
 - ✓ El ámbito de actuación de los Planes de Comunicación (la evaluación no está vinculada al Programa Operativo y/o Fondo).
- + **Tipología:** los indicadores se dividen en:
 - ✓ Indicadores de realización, para conocer el número y tipo de actuaciones de información y publicidad que se han llevado a la práctica.
 - ✓ Indicadores de resultado, para evaluar los efectos directos y en el corto plazo de las actuaciones de información y publicidad contenidas en los Planes.

La estimación de los valores a alcanzar por cada uno de los indicadores se ha consensado también que:

- ✓ Se realice a 2013, puesto que es la referencia de los Planes de Comunicación y teniendo en cuenta que el carácter de las actuaciones de comunicación hacen que sus efectos sobre los destinatarios requieran mayor plazo para ser observados.
 - ✓ Se consideren las actividades ejecutadas por los responsables de los Planes de Comunicación y por los Organismos Intermedios beneficiarios y/o gestores del/los Programas Operativos a los que en ellos se haga referencia.
- + **Proporcionalidad:** La evaluación de las actividades de información y publicidad y de los documentos asociados para apreciar la coherencia, eficacia e impacto de la estrategia de comunicación ha respetado el principio de proporcionalidad. De esta forma, el alcance de la presente evaluación es el apropiado para avanzar en la consecución de los objetivos fijados para la misma en la citada Guía Metodológica.

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

En la selección de estos indicadores se ha tenido en cuenta la claridad en su delimitación, la sencillez en su aplicación y la representatividad en cuanto a los objetivos que pretende la propia evaluación. Así, a través de estos indicadores, se pretende recoger en aquellas actuaciones dirigidas a los aspectos más directamente ligados con la información, el grado

de transparencia requerida para lograr la selección de las mejores actuaciones posibles a cofinanciar a través de la política de cohesión.

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

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

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

- Grado de conocimiento de los distintos Fondos Estructurales y del fondo de Cohesión.
- Grado de conocimiento del papel desempeñado por la Unión Europea.

✦ **Análisis Documental.**

El análisis documental ha permitido llevar a cabo el examen del marco de referencia relativo a las actuaciones en materia de Información y Publicidad. Para ello, se ha integrado la revisión de aquellos documentos relevantes o claves en la materia. Se destacan entre otros los siguientes:

- Reglamento 1828/2006, Capítulo II Sección I.
- Planes de Comunicación de los Programas Operativos FEDER, FSE y FC, 2007-2013.
- Documentación emitida por las redes de comunicación INFORM e INIO de la Comisión Europea.
- Documentación emitida por el GERIP, el GRECO-AGE y el resto de redes de comunicación regionales.
- Información de seguimiento: Informes de ejecución anuales, Actas de los Comités de Seguimiento.
- Manuales de Procedimientos y/o específicos en materia de información y publicidad.

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

+ Entrevistas.

Se han llevado a cabo entrevistas, tanto directas, como realizadas a través de encuestas. Estas entrevistas han sido una herramienta importante para la obtención de información cuantitativa y han permitido cruzar dicha información con la obtenida de los indicadores de evaluación, analizando con mayor profundidad los efectos directos e indirectos de las medidas de Información y Publicidad puestas en marcha.

Atendiendo a criterios de equilibrio en cuanto a representatividad y calidad, se ha entrevistado a la Autoridad de Gestión, al Organismo Intermedio de la Región de Murcia y a otros organismos en su calidad de beneficiarios y/o gestores de los fondos, con la finalidad de obtener información, no sólo cuantitativa, sino también cualitativa ligada con las propias medidas de comunicación llevadas a cabo, y con la repercusión de la información en la mejora de la propia gestión de los Fondos.

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

+ Grupos de Discusión.

Los grupos de discusión han tenido por finalidad identificar las causas de necesidades o problemas en materia de información y publicidad, y sus posibles soluciones.

En ellos han participado los distintos tipos de agentes implicados en la gestión y desarrollo de las actuaciones en materia de información y publicidad, aprovechando para ello las distintas redes montadas al efecto.

En concreto, se han celebrado las siguientes mesas redondas:

- + Sensibilización y concienciación de la Ciudadanía, en la que se han analizado los canales, instrumentos, objetivos cubiertos, y principales obstáculos y éxitos identificados en el desarrollo de las tareas de comunicación.
- + Accesibilidad y calidad en la formación e información proporcionada en materia de Información y Publicidad a beneficiarios potenciales.

1.3. VALORACIÓN GENERAL DE LA METODOLOGÍA PROPUESTA

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

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

A este respecto, el proceso ordenado de obtención de datos que se ha llevado a cabo en el desarrollo de la evaluación, adaptándose a cada una de sus fases, ha permitido un análisis en profundidad de cada uno de los aspectos abordados en el informe, construyéndose así una base importante de referencia sobre la que se han apoyado las valoraciones finales.

2. ANÁLISIS DE LA PROGRAMACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

Los PO FEDER y FSE de la Región de Murcia constituyen un importante instrumento de apoyo para la convergencia económica de la región hacia los estándares europeos, avanzando hacia la mejora de las infraestructuras de transporte y sociales, el desarrollo de la sociedad del conocimiento, el desarrollo local y urbano y la utilización sostenible de los recursos naturales.

Informar de los logros alcanzados para la consecución de dichos objetivos exige diseñar un esquema de actuación orientado a garantizar la publicidad de las intervenciones, la transparencia de su ejecución y la información puntual de los avances producidos en la misma.

Para ello, aprovechando la flexibilidad que introduce la reglamentación comunitaria, se ha elaborado un único Plan de Comunicación para ambos PO, que contiene la estrategia general y las actividades de comunicación a llevar a cabo en este período de programación en el ámbito de tales intervenciones, además de los dispositivos de aplicación del Plan.

También hay que señalar que se ha tenido muy presente el **principio de proporcionalidad** en el sentido de que el número de actuaciones recogidas en el Plan guarda una estrecha relación con el montante de fondos europeos percibidos por la región. Dicho principio se evidencia, igualmente, por la cantidad de actuaciones que cada organismo que interviene en los PO debe realizar en materia de comunicación, que está muy vinculada con su participación dentro de los mismos.

Por todo ello, la aplicación del principio de proporcionalidad se valora positivamente en este Plan. Además, este principio de proporcionalidad ha guiado los análisis efectuados en la presente evaluación, puesto que el mismo se ha tenido en cuenta tanto para la valoración de la estrategia, como de la ejecución y los resultados e impactos producidos por las diferentes medidas llevadas a cabo en el marco del Plan de Comunicación.

2.1. EVALUACIÓN DE LA PERTINENCIA DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

El Plan de Comunicación de los PO del FEDER y del FSE de la Región de Murcia parte de la experiencia adquirida a través del *Plan de Información y Publicidad del Programa Operativo Integrado de la Región de Murcia 2000-2006*. De hecho, su formulación ha tratado de potenciar aquellas actuaciones que mejores resultados han alcanzado en el anterior periodo de programación, y de reforzar aquellos aspectos considerados mejorables tras el seguimiento de las actividades de comunicación del periodo 2000-2006, relacionados principalmente con la comunicación y difusión de las actuaciones.

De esta forma, la estrategia de comunicación 2007-2013 se ha construido teniendo en cuenta las lecciones extraídas del anterior período de programación. Para ello, la gestión y ejecución de las acciones de información y publicidad para la difusión del POI 2000-2006 han sido sometidas a examen en el Plan de Comunicación de los PO 2007-2013. Del análisis realizado se desprende que las diversas actuaciones de información y publicidad, desarrolladas tanto por la Autoridad de Gestión, como por el Organismo Intermedio, órganos gestores y beneficiarios, han permitido el adecuado cumplimiento de la normativa comunitaria en esta materia (Reglamento (CE) Nº 1260/1999 y Reglamento (CE) Nº 1159/2000).

No obstante, y a pesar de los logros alcanzados, en el nuevo Plan de Comunicación se destaca que los resultados del anterior Plan de Información y Publicidad del POI 2000-2006 pueden ser mejorados, incidiendo especialmente en determinados aspectos relacionados con la “comunicación”, mediante el refuerzo de los siguientes puntos:

- + La calidad y claridad en los contenidos y formatos utilizados, mediante su mejor adecuación al público objetivo; la formación y contacto regular con los profesionales de los medios de comunicación; y la coordinación y formación continua con los gestores y beneficiarios de los fondos.
- + La creación de sinergias entre los diferentes puntos y medios de transmisión de la información en relación con los fondos europeos, mediante la configuración de redes y de grupos de trabajo.

Tomando esta realidad como punto de partida, la nueva estrategia de comunicación pretende consolidar los resultados logrados en el periodo 2000-2006, incidiendo en los aspectos que se han identificado como mejorables, y estableciendo unos objetivos concretos que permiten además avanzar en la dirección ya tomada en el anterior periodo de programación.

Tales objetivos se resumen en los cuatro siguientes Objetivos Generales o Estratégicos del Plan de Comunicación:

- + **Objetivo 1:** Proporcionar información continua, clara y accesible sobre las oportunidades financieras y de participación que ofrecen los Programas Operativos del FEDER y del FSE en la Región de Murcia, y garantizar la máxima transparencia en la gestión de los Fondos Estructurales, dando a conocer los sistemas y procedimientos de gestión y los requisitos y procedimientos de acceso de los mismos.
- + **Objetivo 2:** Hacer visibles las intervenciones contempladas dentro de los Programas Operativos FEDER y FSE, reflejo de la contribución de la Unión Europea, así como su papel en el crecimiento económico y la cohesión social de la región.
- + **Objetivo 3:** Mejorar los sistemas y métodos de gestión de los Programas Operativos y hacerlos más transparentes, con el fin de garantizar la correcta utilización de los

fondos estructurales y el cumplimiento de la normativa comunitaria que les es de aplicación.

- + **Objetivo 4:** Mejorar la formación de los profesionales de la comunicación, en asuntos relacionados con la política comunitaria de cohesión, para conseguir mayor eficacia en las acciones de comunicación que se desarrollen.

Esta definición estratégica se centra, por lo tanto, en los temas de información, comunicación y visibilidad, como un punto primordial para el fortalecimiento de las relaciones económicas, políticas y sociales de la UE con todos los agentes implicados en la Política Regional Comunitaria y con la población murciana en su conjunto.

Teniendo en cuenta lo anterior, el análisis de la pertinencia del Plan de Comunicación estudia por un lado, el grado de cumplimiento de las obligaciones reglamentarias establecidas respecto al diseño y contenido del mismo y, por otro, el grado de atención respecto a las recomendaciones de las redes INFORM e INIO para la adecuada planificación, gestión y ejecución de las acciones de información y publicidad².

Respecto a la **pertinencia con relación a las obligaciones reglamentarias en lo que se refiere al diseño y el contenido del Plan**, se pretende constatar, en primer lugar, que el alcance del *Plan de Comunicación de los PO FEDER y FSE de la Región de Murcia* responde, convenientemente, al determinado por el artículo 2 del Reglamento (CE) Nº 1828/2006. En particular, se deben considerar, al menos, los siguientes aspectos:

- + Los objetivos y los grupos destinatarios.
- + La estrategia y contenido de las medidas de información y comunicación.
- + El presupuesto indicativo para la aplicación del Plan.
- + Los servicios administrativos responsables de su aplicación.
- + Una indicación sobre los detalles para realizar el seguimiento y evaluación del Plan.

Analizado el contenido del *Plan de Comunicación de los PO FEDER y FSE de la Región de Murcia*, que se organiza en un total de nueve capítulos, se comprueba que éstos abarcan sobradamente el contenido mínimo que debería tener el informe atendiendo a las exigencias reglamentarias. De hecho, el Plan considera además, elementos adicionales a los requeridos por la normativa de aplicación. Estos elementos adicionales incorporados han posibilitado mejorar la calidad de la programación de la comunicación llevada a cabo en aspectos tales como:

² Estas redes son la plataforma de Información y Comunicación de la Comisión Europea para el FEDER y el FSE, respectivamente, que promueven el intercambio de experiencias y conocimientos entre los responsables de comunicación, jefes de proyecto y todas las personas interesadas en informar sobre las intervenciones de los Fondos Estructurales y de Cohesión en los Estados miembros.

- + Mejora de la consistencia de la estrategia: El análisis de la situación de partida del capítulo 2 ha resultado de gran utilidad en la medida en que ha evitado construir, como ya se ha comentado, el Plan de Comunicación sobre el vacío, de forma que ha podido partir sobre la base de lo ya existente. Así, se han preservado aquellos componentes de la estrategia del período anterior que han proporcionado unos buenos resultados, complementándola, al mismo tiempo, con actividades adicionales que han enriquecido la estrategia actual para hacer frente a los aspectos mejorables identificados por el Plan. En consecuencia, la solidez de la estrategia obedece a los resultados y lecciones aprendidas de la aplicación de las intervenciones anteriores del período 2000-2006.
- + Mejora de la eficacia comunicativa: El capítulo 5 del Plan señala, en la descripción del contenido de las actuaciones a llevar a cabo, los diferentes instrumentos de comunicación a utilizar en cada caso. La variedad de herramientas que contempla favorece la eficacia comunicativa del Plan y, por tanto, contribuye al logro de sus objetivos. Con esto se facilita dar la mejor forma posible a la comunicación, seleccionando, en cada caso, la que mejor se ajusta en función de la naturaleza del mensaje que se quiere transmitir o de las características de los destinatarios a los que se pretende llegar.
- + Mejora de la coordinación y de la gestión integral del Plan: En el apartado 5.1 del Plan, relativo a las actuaciones de carácter general o transversales, se enumeran los tres puntos de información especializada en diferentes aspectos de la Unión Europea existentes en la Región de Murcia (punto de la Red “Europe Direct”, Euroventanilla y Web SIFE) planteándose la constitución de una red que coordine los tres puntos con el fin de generar sinergias entre los mismos. Se hace mención en el capítulo 7 del Plan a la creación de redes, exponiendo el papel a desempeñar por el *Grupo Español de Responsables en materia de información y publicidad (GERIP)* integrado por las personas responsables en esta materia representantes de las Autoridades de Gestión del FEDER y el FSE y de las Comunidades Autónomas. La creación desde el principio de este Grupo permitió coordinar la programación de los Planes de Comunicación y constituye un instrumento fundamental para mejorar todas las fases de su gestión (puesta en marcha, ejecución, seguimiento y evaluación).

En resumen, el grado de cumplimiento de las exigencias establecidas reglamentariamente respecto al diseño y contenido de los Planes de Comunicación es máximo. Por lo tanto, desde la perspectiva del contenido y alcance del Plan, la evaluación de la pertinencia del mismo es muy positiva.

En cuanto a la **pertinencia con relación a las orientaciones comunitarias en materia de información y publicidad**, es preciso examinar la adecuación de la estrategia de comunicación diseñada para dar información y publicidad de los PO FEDER y FSE de la Región de Murcia respecto a la documentación en esta materia procedentes de las redes INFORM e INIO de la Comisión Europea.

→ **Las orientaciones relativas a la programación de la comunicación.**

La etapa inicial de programación o planificación del presente Plan de Comunicación se ha caracterizado por el impulso otorgado al **principio de descentralización y de cooperación**, dando cabida a la participación de los diversos organismos involucrados. En este sentido, los retos actuales sobre la mejora de la información y publicidad de los Fondos Estructurales han sido abordados en el seno del GERIP, lo que ha permitido dar una respuesta conjunta y eficaz, evitando una excesiva dispersión, tanto de los objetivos, como de las acciones y mensajes a trasladar a los diferentes destinatarios de la estrategia. En consecuencia, se ha articulado una estrategia sobre unas bases comunes, que ha favorecido la generación de sinergias mediante el apoyo recíproco entre mensajes, pero, al mismo tiempo, suficientemente flexible para adecuar la misma a las características específicas de cada intervención en su respectivo *Plan de Comunicación*.

Esta cooperación se ha basado, pues, en la experiencia de que mejorar las comunicaciones en el ámbito de la Política de Cohesión implica considerar múltiples dimensiones (informar sobre sus objetivos, su funcionamiento, sus resultados, etc.), que deben abordarse a través de la participación de diferentes organizaciones cuyos perfiles y competencias se complementan y refuerzan mutuamente.

Lo anterior ha hecho que la valoración de la pertinencia del Plan respecto a las recomendaciones de las redes INFORM e INIO a tener en cuenta en la fase de preparación de los Planes sea muy positiva, ya que:

- La estrategia de comunicación está perfectamente definida a través de los objetivos generales o estratégicos definidos.
- Los grupos destinatarios son claramente presentados y, de forma implícita, también sus necesidades de información.
- Las responsabilidades de comunicación han sido expuestas y se señalan los datos de referencia de las personas designadas con competencias en esta materia.
- Se ha creado un sistema de seguimiento apropiado para dar cumplimiento con lo establecido al respecto en el artículo 4 del Reglamento (CE) Nº 1828/2006, garantizando que se dispone en todo momento de la información necesaria para atender los requerimientos de la normativa comunitaria. Al igual, también se contempla un proceso de evaluación dirigido a valorar el grado de consecución de los objetivos del Plan, a partir del análisis de la eficacia y el impacto de las medidas de comunicación emprendidas.

Con relación a la articulación de las medidas de información y publicidad, aunque la estrategia planteada ya organiza las actuaciones diseñadas en función de los grupos destinatarios del Plan, una agrupación de las acciones por ámbitos temáticos de actuación facilitarían una mayor visibilidad de la estrategia y la orientación de tales actuaciones a los objetivos de comunicación fijados.

→ **Las orientaciones relativas a la gestión operativa y aplicación de los Planes.**

Las recomendaciones de las redes INFORM e INIO en este ámbito han estado dirigidas a **mejorar la capacidad organizativa** de los agentes encargados de desarrollar las acciones de información y publicidad, con el fin de favorecer una ejecución eficaz y la calidad en el buen funcionamiento de los Planes.

En este sentido, el Plan presenta, igualmente, un elevado grado de pertinencia, debido, sobre todo, al importante papel de coordinación que está realizando, desde el primer momento, el GERIP para la mejora de la gestión de la comunicación.

Hasta la fecha, en el marco de las redes GERIP, se han organizado reuniones de trabajo, en las que se han discutido diferentes aspectos relacionados con la gestión de los Planes, como la tipología de acciones a llevar a cabo, los criterios de selección de mejores prácticas, la definición de indicadores de realización y resultados para el seguimiento y evaluación de las actuaciones de comunicación, entre otros. Desde esta red, se ha hecho hincapié en la importancia del cumplimiento de las disposiciones normativas de aplicación en materia de información y publicidad, y de la verificación de la utilización de los instrumentos de comunicación correspondientes en función de la naturaleza de las operaciones (vallas informativas, placas conmemorativas, carteles, entre otros). Asimismo, se ha insistido en la necesaria **implicación de los beneficiarios** para una buena ejecución de las medidas, alentándoles para que demuestren que son conscientes de la importancia del papel que desempeñan en la aplicación de los Fondos.

Además, la participación en el **GERIP** de todos los Organismos Intermedios, jefes de fila de la gestión de los Fondos Europeos en cada Administración Regional, ha posibilitado, abrir múltiples niveles de información, en función de la posición en la que se encuentran dentro de la estructura organizativa en la aplicación de los Fondos.

Por otra parte, el **Grupo de responsables de Comunicación de la AGE (GRECO-AGE)**, constituido en mayo de 2007, cuenta con los Organismos Gestores de los fondos FEDER y Fondo de Cohesión de la Administración General del Estado (enmarcados tanto en PO Regionales como en Programas Plurirregionales).

En el caso de la Región de Murcia, y con el fin de dotar de mayor coherencia y coordinación a las acciones programadas dentro del Plan de Comunicación, se ha hecho también un esfuerzo importante en crear el **Grupo de Trabajo de Información y Publicidad de la CARM (GRADIMUR)**, encargado de gestionar, conjuntamente, los flujos de información y publicidad de los PO. Dicho grupo, liderado por las personas designadas responsables en materia de información y publicidad en cada uno de los órganos gestores de la Administración Regional, constituye un importante apoyo a los órganos gestores en el desarrollo de sus responsabilidades, siendo punto de referencia para el intercambio de experiencias e información de forma ágil, garantizando así la correcta aplicación de la normativa comunitaria.

En cuanto a los procedimientos de comunicación interna y externa, es importante señalar que la Dirección de Economía y Planificación de la Consejería de Economía, Empresa e Innovación ha editado un **“Manual Práctico sobre Información y Publicidad de las Actividades de los Fondos Estructurales 2007-2013”**. En este manual, difundido entre beneficiarios de los PO del FEDER y FSE y Organismos gestores, se recogen las directrices a seguir en materia de información y publicidad para dar respuesta a las exigencias reglamentarias. De esta forma, se garantiza la difusión de las obligaciones en materia de información y publicidad que corresponden a cada uno de los agentes que pueden intervenir en la ejecución de las actuaciones cofinanciadas.

En resumen, las recomendaciones de las redes INFORM e INIO para una eficiente gestión operativa y aplicación de los Planes de Comunicación han sido adoptadas ampliamente en el caso de la Región de Murcia, no observándose ningún aspecto insuficientemente abordado en este ámbito.

✦ **Las orientaciones relativas al seguimiento y evaluación de los Planes.**

Con relación al seguimiento y evaluación de los Planes de Comunicación, las recomendaciones que se han indicado pretenden, por un lado, garantizar la disponibilidad de información permanente sobre el avance en la implementación y, por otro, asegurar la revisión del Plan para adaptarlo a los posibles cambios que pudieran producirse durante su aplicación.

Estas orientaciones han sido consideradas, al igual que las anteriores, en el *Plan de Comunicación de los PO FEDER y FSE de la Región de Murcia*. Prueba de ello es que el seguimiento de las acciones de información y publicidad ha sido objeto de un capítulo en los últimos Informes Anuales de Ejecución de los PO, estableciéndose los mecanismos oportunos para que se proceda, de esta misma forma, en todas las próximas anualidades.

También la DG de Fondos Comunitarios del Ministerio de Economía y Hacienda, como Autoridad de Gestión de los PO FEDER, así como la Subdirección General de la UAFSE, respecto a los PO FSE, han creado sendas aplicaciones informáticas que almacenan toda la información necesaria que se precisa para satisfacer las exigencias que requiere un seguimiento óptimo de las acciones de comunicación. Dichas aplicaciones recogen los diferentes indicadores de realización y resultados de tales acciones, que deben completarse continuamente.

Este aplicativo formará parte del sistema informático *Fondos 2007* y *FSE 2007* para la gestión y seguimiento de los fondos de este nuevo período, que ha desarrollado la Dirección General de Fondos Comunitarios. La incorporación de este módulo en *Fondos 2007* y *FSE 2007* posibilitará que el trabajo en la gestión de las acciones de información y publicidad se integre, informáticamente, junto con el resto de ámbitos ya operativos: gestión, certificación y auditoría.

A su vez, se han definido unos indicadores comunes de seguimiento y evaluación, así como la metodología para su cálculo y cuantificación. El propio Plan de Comunicación recoge las previsiones de ejecución para 2013 en lo que respecta a los indicadores de realización y resultados.

Además, se ha establecido un proceso de evaluación, que se describe 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 Comunitarios del Ministerio de Economía y Hacienda, en colaboración con la Subdirección General de la Unidad Administradora del Fondo Social Europeo del Ministerio de Trabajo e Inmigración. Este procedimiento se basa en dos grandes fases:

- + En primer lugar, la elaboración y cuantificación de los indicadores de seguimiento y evaluación incluidos en el Plan de Comunicación.
- + En segundo lugar, el establecimiento de la metodología y criterios de evaluación a aplicar para apreciar la calidad de las medidas aplicadas, el grado de cumplimiento de la normativa en materia de información y publicidad, el impacto del Plan e identificar buenas prácticas en materia de comunicación. Esta etapa tiene por objeto, por lo tanto, preparar las herramientas de análisis necesarias para el estudio, y posterior utilización, del grado de ejecución y resultados e impactos logrados por el Plan de Comunicación.

Dicha Guía resulta de gran utilidad, no sólo a los equipos evaluadores para el análisis de la estrategia de comunicación, el avance de la ejecución, la estimación de impactos y la identificación de buenas prácticas, sino también para la Autoridad de Gestión y todos los Organismos Intermedios, ya que dispone los mecanismos para hacer el seguimiento de las actuaciones recogidas en los Planes de Comunicación, que se debe plasmar en los distintos Comités de Seguimiento y en los Informes Anuales correspondientes.

En definitiva, en términos generales se considera que las recomendaciones aportadas por la redes INFORM e INIO han sido incorporadas de forma adecuada a lo largo de todas las fases del desarrollo del Plan.

2.2. ANÁLISIS DE LA VALIDEZ Y LA CONSISTENCIA INTERNA DEL PLAN DE COMUNICACIÓN

El análisis de la validez y la consistencia interna del Plan de Comunicación examina el grado de **adecuación existente entre los objetivos establecidos por el Plan y las líneas de actuación diseñadas**. Esto supone apreciar la contribución de las acciones contempladas en el Plan al cumplimiento de dichos objetivos.

En este sentido, la propia articulación del Plan ya ofrece una aproximación de la lógica de intervención que plantea. Así, el capítulo 1 describía la estrategia de comunicación formulada, asentada sobre unos objetivos estratégicos. Estos objetivos se han concretado en varias líneas básicas de actuación, establecidas en función del grupo destinatario al que se dirigen las actividades comprendidas en cada una de ellas.

De esta forma, la articulación del Plan se ha basado en la secuencia *Objetivos Estratégicos – Líneas básicas de Actuación por grupo destinatario – Acciones*. Su estudio permite valorar la coherencia del Plan y la calidad del enfoque de las acciones del mismo para alcanzar los resultados fijados.

Es preciso señalar que la estrategia diseñada en el Plan de Comunicación de la Región de Murcia establece la agrupación de las acciones propuestas en líneas de actuación en función de su orientación hacia los grupos destinatarios del Plan, pero no en función de los objetivos planteados, tal y como se ha comentado anteriormente. No obstante, si analizamos la vinculación entre las líneas de actuación y los objetivos del Plan se concluye que éstos son la consecuencia lógica de las actuaciones de información y publicidad previstas, cuya ejecución debe contribuir al logro de los objetivos estratégicos establecidos. Este elevado grado de coherencia se aprecia en dos hechos característicos:

- + Por una parte, todas las actuaciones se asocian al menos con un objetivo estratégico.
- + Por otra, no hay ningún objetivo que esté sin atender por, al menos, alguna de las acciones.

Llama la atención el porcentaje más elevado de actuaciones asociadas a los objetivos relacionados con *proporcionar información continua, clara y accesible sobre las oportunidades financieras y de participación, y garantizar la máxima transparencia de los Fondos Estructurales (OE1) y hacer visibles las intervenciones contempladas dentro de los PO FEDER y FSE, así como su papel en el crecimiento económico y la cohesión social de la región (OE2)*.

En términos generales, las actuaciones de carácter transversal y las destinadas a beneficiarios se asocian al alcance de varios de los objetivos del Plan, mientras que el resto de las líneas de actuación se orientan cada una de ellas, principalmente, al cumplimiento de uno de los objetivos. Es el caso de las actuaciones dirigidas a beneficiarios potenciales, que contribuyen principalmente al cumplimiento del objetivo 1, o de las actuaciones orientadas a órganos gestores, que se vinculan, sobre todo, al objetivo 3.

Tras el análisis de la influencia de las acciones sobre los objetivos del Plan, se constata que la difusión de información sobre las oportunidades de los PO y la visibilidad de las intervenciones, aparecen como pilares básicos de la estrategia, siendo atendidos por el 81% de las actuaciones contempladas en el Plan de Comunicación. Junto a las acciones destinadas a la mejora de los sistemas y métodos de gestión, se persigue de esta forma el fortalecimiento de los procesos de transparencia e información promovidos por la UE.

En conjunto, las acciones de información y visibilidad procuran dar a conocer la Política de Cohesión y los Fondos Estructurales para generar un clima favorable a las actividades que lleva a cabo en estos PO. Se incrementa así la percepción social sobre la importancia que tienen los recursos comunitarios en la mejora de la calidad de vida de las personas.

El estudio de la consistencia del Plan también analiza la **coherencia en relación con las necesidades de información de los destinatarios** del mismo (beneficiarios potenciales, beneficiarios, órganos gestores y público en general), que deben estar presentes en el diseño de cualquier estrategia de comunicación. En este caso, si bien el *Plan de Comunicación de los PO del FEDER y FSE* de la Región de Murcia no enumera explícitamente las necesidades de información que presentan los grupos destinatarios del mismo, la estrategia diseñada sí ha tenido en cuenta esta circunstancia. Ello se demuestra desde, al menos, dos enfoques:

- + El planteamiento de los objetivos estratégicos del Plan está vinculado con los grupos destinatarios, lo que facilita un mayor impacto de las acciones de información y publicidad y, por lo tanto, una mayor probabilidad de alcanzar las metas fijadas.
- + Los distintos roles que se reconocen a los grupos destinatarios del Plan respecto a su papel y funciones en el desenvolvimiento de los PO determina, también, las necesidades más importantes de información que pueden tener.

A partir de estas consideraciones, es posible deducir fácilmente las necesidades de información de todos los grupos destinatarios del Plan. Así, en el caso de los beneficiarios potenciales, el artículo 5.2 del Reglamento (CE) Nº 1828/2006 señala algunas de las que presentan. En resumen, sus necesidades de información se relacionan con el conocimiento de las características de los PO, así como de las obligaciones y responsabilidades derivadas de la cofinanciación.

Por su parte, las necesidades de información de los beneficiarios y organismo gestores tienen que ver con el conocimiento de la normativa y los reglamentos comunitarios, por un lado, y de los procedimientos de gestión de los Fondos, por otro.

Finalmente, las necesidades de información del público en general han sido manifestadas en varios de los documentos de la Comisión, centrándose en el conocimiento de los objetivos de la Política Regional y los Fondos Estructurales, y los logros obtenidos gracias a los proyectos cofinanciados. Dichas necesidades, son totalmente asumidas por el *Plan de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER y del FSE, 2007-2013 de la Región de Murcia*.

Teniendo en cuenta que la formulación estratégica del Plan de Comunicación debe adaptarse a las necesidades de información que tiene el público destinatario de las actuaciones, se ha realizado el **análisis de la coherencia de la estrategia**, que evalúa la adecuación de los objetivos a las necesidades de información reconocidas en función del grupo de destinatarios del Plan.

Se constata que todas las necesidades de información aparecen atendidas por varios de los objetivos estratégicos del Plan. Una vez comprobada, además, en el capítulo anterior, la coherencia entre los objetivos estratégicos del Plan y las actuaciones a desarrollar a través del Plan de Comunicación, se deduce que todas las actuaciones en conjunto apuntan hacia la satisfacción de las necesidades de información de los grupos destinatarios del Plan.

En concreto, si se tiene en cuenta el número de actuaciones que atienden cada una de las necesidades de información de los grupos destinatarios del Plan de Comunicación, es preciso tener en cuenta que, por un lado, algunas de las actuaciones que plantea el Plan están dirigidas a cubrir más de una de las necesidades de información identificadas, y por otro, que a la hora de relacionar las actividades con las necesidades de los grupos destinatarios, no se han incluido aquéllas consideradas como transversales por afectar a todos los grupos destinatarios del Plan.

Se constata que una parte importante de las actuaciones dirigidas a satisfacer las necesidades de información de los beneficiarios potenciales, tienen como finalidad difundir las condiciones necesarias para acceder a la financiación y las obligaciones asociadas. El conocimiento de los mecanismos de gestión y de las medidas de información y publicidad contempladas en el Plan, son las necesidades asociadas a beneficiarios y órganos gestores atendidas por un mayor número de actuaciones, mientras que en el caso de las necesidades asociadas al público en general, el conocimiento de los objetivos de la política regional y los fondos estructurales centran una parte importante de las actividades. En general, se concluye que todas las necesidades de información identificadas son cubiertas, al menos, por dos de las actuaciones del Plan.

El análisis realizado revela el elevado grado de coherencia de la estrategia de comunicación en relación con las necesidades de información de los destinatarios. En concreto:

- + La mayoría de las actuaciones del Plan de Comunicación se orientan hacia la cobertura de las necesidades de información que presenta el público en general, en concreto, el 44% del total de actuaciones planteadas.
- + El 29% responden a las demandas de información que hacen los beneficiarios y órganos gestores del PO. Este menor porcentaje se puede explicar por la experiencia que han acumulado en el anterior período de programación, lo que les sitúa en una mejor posición ante los requerimientos que exige la nueva normativa comunitaria.
- + El 27% restante de las actuaciones planteadas, aportan información útil para los potenciales beneficiarios de las intervenciones que promueven los PO.

Este resultado parece razonable si se tiene en cuenta que uno de los retos más importantes que el Plan asume es el de aumentar el conocimiento que la población en general tiene sobre el papel de la UE y el papel de los fondos procedentes de Europa, reforzando la calidad y claridad del contenido de la información distribuida y su mejor

adecuación al público en general, siendo esta última una de las necesidades ya identificadas en el anterior periodo de programación 2000-2006.

En definitiva, la integración de todos estos componentes de la estrategia (objetivos, prioridades y destinatarios) sienta las bases para consolidar una visión conjunta de la UE y los Fondos Estructurales, que posibilita poner en valor su papel a través, tanto del trabajo de los órganos gestores y beneficiarios, como, sobre todo, de los proyectos a desarrollar en el marco de cada PO.

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

El Plan de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER y del FSE de la Región de Murcia 2007-2013, contempla un presupuesto indicativo de 4.500.000 euros.

Sin embargo, se debe advertir que, a la hora de estimar este montante aproximado, ningún Plan de Comunicación tuvo en cuenta las actuaciones de todos los organismos gestores de fondos que participan en los correspondientes PO. Del mismo modo, tampoco se incluyó la previsión del coste de las actividades de información y publicidad llevadas a cabo con cargo a recursos propios (por tanto, no cofinanciadas). Todo ello, sin duda, refleja las dificultades que ha habido para efectuar este ejercicio de estimación presupuestaria.

No obstante, estas cuestiones han sido objeto de estudio y debate en la red GERIP y, tal y como se puso de manifiesto en los últimos Comités de Seguimiento de 2010, se espera poder alcanzar una solución adecuada en las reuniones de los próximos Comités con ocasión de la presentación de los Informes de Ejecución correspondientes a la anualidad 2010.

Por ello, no resulta conveniente abordar análisis adicionales hasta que se adopte una solución adecuada que resuelva las dificultades existentes en este terreno.

Por otro lado, el logro de los resultados esperados de la aplicación de las medidas de información y publicidad depende, igualmente, de la suficiente dotación de medios humanos, técnicos y materiales necesarios para el buen funcionamiento y seguimiento del Plan. En este sentido, la creciente importancia otorgada a los aspectos de publicidad, dentro de la gestión de los Programas, ha implicado un incremento de la carga de trabajo motivada por las mayores exigencias a satisfacer.

El acrecentamiento de las obligaciones en materia de información y publicidad ha supuesto, por consiguiente, un volumen de trabajo mayor para coordinadores y gestores. Esta circunstancia se ha paliado, bien con el recurso a asistencias técnicas externas, bien con la mejora de la formación específica de los equipos involucrados en la gestión de los

fondos, tanto en el ámbito de la administración autonómica y local, como en el ámbito de la administración central.

Así, prácticamente todos los organismos gestores pertenecientes a la Administración General del Estado y más del 70% de los del Gobierno regional han participado en jornadas sobre los requisitos de comunicación, siendo esta participación del 100% en el caso de las Corporaciones Locales, que afirman haber recibido en todos los casos algún tipo de formación sobre los requisitos de comunicación.

Sobre la base de las impresiones obtenidas en las entrevistas realizadas, un rasgo común a destacar es la elevada cualificación de los responsables de la coordinación de los PO, así como su excelente conocimiento de la intervención. Dicha capacitación es extensible a la mayoría de los organismos gestores, sin observarse carencias o deficiencias importantes ni en lo que respecta a las tareas de carácter técnico ni a las de carácter administrativo. Sin duda, la formulación de unos procedimientos adecuados está facilitando la aplicación de la estrategia de comunicación.

Por otra parte, se reconoce la existencia de una división de tareas definida dentro de los equipos de trabajo, en especial en los Organismos Intermedios y la Autoridad de Gestión, donde la separación de funciones se ha protegido en los propios procedimientos de gestión establecidos. A nivel de beneficiarios, existen casos en los que, en ocasiones, la movilización de los recursos humanos disponibles se ha realizado para atender todos los cometidos sin existir una distribución clara de funciones dentro del equipo. La ausencia de un esquema preciso de actividades que hace que las mismas personas atiendan todas las tareas de gestión se justifica por el reducido número de recursos humanos disponibles.

En todo caso, existe una opinión generalizada respecto a la conveniencia de contar con un equipo más amplio para agilizar la marcha de los trabajos. Algunos de los problemas que han planteado se refieren a la recogida de datos y su transmisión a la base de datos de “Indicadores de Comunicación”, lo que sugiere que un aspecto a mejorar sea la mayor y más adecuada utilización de las herramientas informáticas disponibles y de las nuevas tecnologías de telecomunicaciones.

2.4. CONSIDERACIÓN DEL PRINCIPIO DE IGUALDAD DE OPORTUNIDADES EN LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

Una adecuada puesta en común y coordinación a cerca de la correcta integración del principio de Igualdad de Oportunidades en el Plan de Comunicación, entre los organismos responsables del desempeño de la Política de Cohesión en la región, ha permitido su correcta consideración como principio horizontal en el Plan de Comunicación, afianzada, por las siguientes razones:

- + En virtud del Objetivo Estratégico 1 del Plan (*Proporcionar información, continua, clara y accesible sobre las oportunidades financieras y de participación que ofrecen los Programas Operativos del FEDER y del FSE en la Región de Murcia, y garantizar la máxima transparencia en la gestión de los Fondos Estructurales*) todas las personas, deben contar con una información adecuada y transparente sobre los Programas, evitando cualquier tipo de barreras para acceder a ella.
- + La definición de los destinatarios del Plan alude, entre los beneficiarios potenciales, a organizaciones no gubernamentales, señalando especialmente a aquellos organismos de promoción de igualdad entre hombres y mujeres. De esta forma, uno de los colectivos fundamentales a los que se pretende hacer llegar toda la información, de forma continua, clara y accesible, sobre los Fondos, es aquel interesado en el fomento de la igualdad de oportunidades.

Los medios de comunicación y publicidad son otro grupo de destinatarios de especial relevancia, por su capacidad para hacer más visible el papel de las mujeres en todas las esferas de la vida, canalizando de forma adecuada los mensajes, con el fin de emitir una visión real y erradicar estereotipos sexistas que no corresponden con la sociedad actual.

Finalmente, analizado el contenido del Plan de Comunicación, se constata el uso de un lenguaje no sexista a lo largo del documento, aunque se han detectado algunos casos puntuales como la utilización del término “ciudadanos” como colectivo, en vez de “ciudadanía” (páginas 3 y 35), o la alusión a los “beneficiarios de los fondos estructurales” en vez de utilizar la fórmula “beneficiarios/as” (página 9, 17, 20).

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

3.1. AVANCES EN LA EJECUCIÓN DE LAS MEDIDAS

Respecto al avance en la ejecución de las medidas, hay que señalar, en primer lugar, que los distintos tipos de actuaciones de información y publicidad programadas ya han sido iniciadas en la práctica totalidad de los casos. Teniendo en cuenta la planificación efectuada, las acciones llevadas a cabo en la primera fase de lanzamiento de los PO se han correspondido principalmente con actuaciones específicas de carácter puntual, así como con otras medidas cuya ejecución se prolongará de forma continua a lo largo de la programación. Éstas, junto con las acciones periódicas, constituyen el grueso de las acciones a efectuar en la fase de desarrollo y cierre de los Programas.

De esta forma, el balance general sobre el avance en la ejecución de las actuaciones de información y publicidad muestra que el 86% de las actuaciones ya se han finalizado o se encuentran muy avanzadas, por lo que la valoración resulta bastante positiva.

Todas estas actuaciones han permitido que la ejecución alcanzada por los indicadores de realización y resultados a fecha 31 de marzo de 2010 haya sido satisfactoria (Tabla 1). La considerable ejecución observada ha llevado a una revisión al alza en el objetivo previsto en bastantes indicadores, que ya ha quedado recogida en el Informe Anual de Ejecución de 2009 de los PO FEDER y FSE de la Región de Murcia. En concreto, se han elevado las previsiones en los indicadores 1, 2, 3, 6 y 7. 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 había cubierto o sobrepasado lo previsto para todo el período de programación.

Respecto al número de redes de comunicación, el incremento de su valor programado se debe a que en la programación inicial no se habían computado las redes europeas INFORM e INIO, de las que emanan directrices en materia de comunicación desde la Comisión a todos los Estados miembros y en la que vienen participando de forma muy activa las personas responsables de comunicación de las Autoridades de Gestión y de los Organismos Intermedios regionales que pertenecen a la red GERIP.

Todo ello constata que el esfuerzo de informar a los implicados en la aplicación de los Fondos en la región, pero también a los potenciales beneficiarios de los fondos y al público en general, ha sido mucho más importante incluso de lo que se había previsto. De hecho, y a pesar de la reprogramación al alza de la mayoría de indicadores, los valores de ejecución alcanzados a 31 de marzo de 2010 de los indicadores 1,2 y 3, y especialmente en los dos últimos casos, parecen indicar que se sobrepasarán las expectativas antes de finalizar la programación.

TABLA 1. EJECUCIÓN DEL PLAN COMUNICACIÓN DE LA REGIÓN DE MURCIA DESDE EL 01/01/2007 HASTA EL 31/03/2010

Tipo Actividad	Indicador realización	Programación	Ejecución	%	Indicador Resultado	Programación	Ejecución	%	Montante estimado
1	Nº actividades y actos públicos	582	468	80,40%	Nº de asistentes	65.000	52.905	81,40%	3.107.472
2	Nº de acciones de difusión	1.785	1.661	93,10%					1.167.868
3	Nº de publicaciones externas realizadas	218	215	98,60%	% publicaciones distribuidas / editadas	95%	95,90%		879.028
					Nº puntos de distribución	119	94	79%	
4	Nº de páginas Web	3	3	100%	Nº de Visitas	145.000	107.257	74%	318.390
5	Nº de soportes publicitarios	485	300	61,90%					440.460
6	Nº de documentación interna distribuida	244	149	61,10%	% de organismos cubiertos	100%	99,30%		39.283
7	Nº de redes de información y publicidad	5	5	100%	Nº reuniones	87	42	48,30%	197.320
					Nº asistentes	120	106	88,60%	

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

Un aspecto fundamental de la evaluación del Plan de Comunicación es el estudio detallado de las realizaciones y los resultados logrados hasta el 31 de marzo de 2010, así como la estimación de los que podrán obtenerse al final del período de programación, a partir de la ejecución conseguida hasta la fecha y del esfuerzo pendiente. Evidentemente, las múltiples circunstancias que afectan en el desarrollo de los Programas hacen extremadamente complejo anticipar de forma rigurosa el comportamiento futuro de las intervenciones y más aún su incidencia en el ámbito de la comunicación.

Estas razones hacen que los cálculos realizados deban tomarse únicamente como orientaciones, al no poder controlar todos los factores que condicionan el funcionamiento operativo de los Programas, como los sistemas de gestión y control, la implicación de diversos agentes en la ejecución de los proyectos, la demanda de las ayudas, entre otros posibles elementos externos a dichos Programas.

No obstante, el análisis efectuado no se ha basado en una simple extrapolación de la ejecución acumulada hasta 2013 (año para el que se ha establecido el cumplimiento de los objetivos). Por el contrario, aunque toma como referente el comportamiento pasado y la

evolución de la ejecución lograda de los distintos indicadores de comunicación, también considera, en la previsión de su trayectoria para las próximas anualidades, una serie de cuestiones extraídas a partir de las lecciones de la experiencia de períodos anteriores, y que evidencian que el ritmo de aplicación de los fondos, y por tanto de las medidas de información y publicidad asociadas a ellos, muestra una tendencia de ejecución creciente a lo largo del tiempo, como consecuencia de:

- + El aprendizaje adquirido por los distintos órganos ejecutores, especialmente significativo en lo referente a las obligaciones de información y publicidad.
- + El dilatado período de maduración de algunos proyectos, que requieren de un tiempo previo necesario para su correcta ejecución, lo que hace que la difusión de sus resultados no se produzca inmediatamente. En este sentido, cabe prever que el aumento progresivo en la implementación de proyectos dé lugar a una aceleración de las acciones de información y publicidad.
- + La incidencia de problemas específicos que impiden la correcta realización de determinadas actuaciones, sobre todo en los primeros años de vigencia de los Programas, que frenan el desarrollo de la comunicación relacionada con las mismas.
- + A todo lo anterior, hay que añadir que las perspectivas y previsiones de la mayor parte de los órganos gestores consultados durante el proceso de evaluación, que apuntan a un mantenimiento o aceleración de sus actuaciones de comunicación.

Por todo ello, se puede esperar una dinámica caracterizada por un incremento creciente, más que una evolución lineal de la ejecución. De esta forma, se ha llevado a cabo una proyección de carácter más realista para la trayectoria de la ejecución, efectuando un ajuste de tipo potencial sobre las realizaciones y resultados obtenidos entre enero de 2007 y marzo de 2010.

Como valoración previa, es preciso señalar que, a pesar de los destacados avances que se observan en la ejecución de las actuaciones, como se pondrá de relieve a continuación, existen elementos de mejora que conviene apuntar. En primer lugar, la descripción de ciertas actuaciones que se han cargado en la aplicación de “*Indicadores de Comunicación*” no está bien definida, lo que limita significativamente el análisis y evaluabilidad de las mismas.

En segundo lugar, se han detectado valores anómalos en los indicadores cuya unidad de medida se expresan en porcentajes. Esto sucede especialmente en los indicadores de resultados correspondientes a determinadas actuaciones de organismos concretos que aconseja que lleven a cabo una revisión de la ejecución que han grabado en la citada herramienta informática.

En tercer y último lugar, aunque se ha constatado que la metodología de indicadores resulta útil para la recopilación de actuaciones de comunicación, y es comprensible por la mayoría de los organismos implicados, sin embargo aún se aprecian casos de acciones no

computadas en la categoría adecuada, o informaciones erróneas debido a problemas puntuales en su interpretación.

De esta forma, respecto a las **actividades y actos públicos**, hay que señalar que se han celebrado hasta 468 eventos en los que se ha tratado el tema de los Fondos Estructurales de alguna forma, es decir, el 80,4% de los previstos para todo el período. A ellos han asistido 52.905 personas, lo que indica la gran aceptación e interés que los mismos han despertado.

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

Entre los organismos de la Administración General del Estado, prácticamente el 67% de las actuaciones han sido responsabilidad de la DG de Fondos Comunitarios del Ministerio de Economía y Hacienda. Su papel, como Autoridad de Gestión, le obliga a desarrollar múltiples jornadas, conferencias, cursos, etc. para facilitar la coordinación con todas las entidades gestoras de fondos de España. A ello hay que añadir su necesaria participación en aquellas reuniones de Comisiones de Trabajo, Redes Sectoriales, en las que ostenta la presidencia de tales Grupos, o ante la propia Comisión Europea, como representante máximo del Estado español.

En el ámbito de la Región de Murcia, el Instituto Murciano de Acción Social, ha sido el organismo más activo en este ámbito, concentrando más del 50% de las actividades desarrolladas, seguido por el Instituto de Fomento. En este último caso, la información y promoción de las órdenes de ayuda cofinanciadas por Fondos Europeos, han sido el objetivo principal de los actos desarrollados. En el caso del IMAS, su adecuado seguimiento y recogida de información sobre el cumplimiento de las obligaciones en materia de comunicación, por parte de los beneficiarios de las ayudas, ha contribuido a su importante peso final en el total de actividades y actos públicos desarrollados en la Región de Murcia.

Asimismo la Dirección General de Política de la PYME ha mantenido una importante actividad centrada, de forma prioritaria, en la celebración de jornadas de trabajo en la que se ha puesto de manifiesto los avances y oportunidades de la Política de la PYME con los Fondos Estructurales como referente en las diferentes Comunidades Autónomas españolas. Sin embargo, algunas de estas jornadas no están claramente especificadas.

ADIF, por su parte, también ha realizado actuaciones publicitarias vinculadas a las visitas de importantes personalidades de la política nacional e internacional a las infraestructuras cofinanciadas, pero también jornadas de carácter formativo que tienen como objetivo

informar acerca de la participación de FEDER en su cofinanciación y de la gestión diaria del mismo. Hay que llamar la atención a que ciertas actuaciones no están correctamente identificadas, por lo que cabría pensar que algunas de ellas no se correspondieran con este indicador. Además, se han detectado actuaciones localizadas en otras regiones y que, por lo tanto, no corresponden a este Plan de Comunicación.

Por último, el Ayuntamiento de Lorca ha llevado a cabo distintas actuaciones dirigidas a presentar la Iniciativa Urbana a los diferentes colectivos implicados.

Desde una perspectiva temporal, se aprecia una aceleración inicial en la organización de actos y eventos relacionados con la Política Regional entre 2007 y 2008, apreciándose un ligero descenso en el siguiente año. No obstante, si en 2007 la ejecución fue de 112, se llegó a 173 en 2009, año en el que prácticamente todos los organismos implicados en la gestión de los PO organizaron alguna jornada.

El avance en el desarrollo de los proyectos cofinanciados y el sucesivo arranque de nuevas operaciones ha abierto las posibilidades de realización de actos relacionados con la publicidad e información de los objetivos específicos de estas actuaciones y los primeros resultados obtenidos, así como de una mayor diversificación de los gestores implicados. Esta circunstancia ha posibilitado que tras un mantenimiento inicial en el peso de las actuaciones realizadas por parte de la DG de Fondos Comunitarios, entre 2008 y 2009 su iniciativa e impulso haya ido disminuyendo dando paso a los órganos gestores de proyectos. Además, se ha podido llegar a un público cada vez más numeroso, de modo que se ha pasado de los 12.295 asistentes a tales actos en 2007 a 19.084 en 2009.

Por otra parte, la simulación realizada sobre el comportamiento esperado en los próximos años indica una elevada probabilidad de superar los objetivos fijados para estos indicadores a 2011. No obstante, se aprecia un ligero descenso en el número de actuaciones realizadas por parte de la Autoridad de Gestión y el Organismo Intermedio, cuyo papel ha sido más importante en la fase de lanzamiento de los PO, que se espera se haga más patente conforme avanza el periodo de programación. Este descenso podría equilibrar el nivel final de ejecución de los indicadores, que en caso de no producirse, haría aconsejable una nueva revisión de los objetivos fijados para este indicador.

Respecto a las **actividades de difusión en medios de comunicación**, el grado de ejecución alcanzado ha sido muy elevado. El número de acciones de difusión hasta marzo de 2010 asciende a 1.661, lo que supone el 93,10% del valor programado para todo el período.

La mayor parte de estas actuaciones ha correspondido a los órganos dependientes de la Región de Murcia, y en particular al Servicio de Empleo y Formación, debido en gran medida a la publicación en los correspondientes Diarios Oficiales de las operaciones cofinanciadas que se han tenido que licitar, y a la Dirección General de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información. En este último caso las actuaciones desarrolladas, aunque no tan numerosas como en el caso del SEF, han estado

caracterizadas por su importante visibilidad, lo que ha permitido incrementar la repercusión de las mismas.

El elevado peso en el cómputo final de actuaciones de las publicaciones en Diarios Oficiales es también compartido por la Administración General del Estado, aunque el volumen de publicaciones que han realizado sus órganos ha sido significativamente inferior al de la Comunidad Autónoma. En todo caso, destaca el Ministerio de Política Territorial, que ha favorecido una gran difusión de sus actuaciones en la región.

Asimismo, ADIF ha realizado numerosas actuaciones de difusión de las licitaciones de obras de construcción de las infraestructuras ferroviarias. Hay que llamar la atención a que ciertas actuaciones no están correctamente identificadas, y que se utilizan dígitos y siglas que dificultan la correcta interpretación de la actuación. Además, se han detectado actuaciones localizadas en otras regiones y que, por lo tanto, no corresponden a este Plan de Comunicación.

Además, cabe sobresalir también a Red.es por la abundante aparición de noticias en prensa de proyectos gestionados por esta entidad, a pesar de que en bastantes casos no se entiende exactamente en qué consiste la actuación presentada, con lo que su relación con los Fondos es muy imprecisa.

Por último, el Ayuntamiento de Lorca se ha distinguido por una adecuada difusión de la Iniciativa Urbana, gracias, sobre todo, a la aparición de bastantes noticias en medios de comunicación digitales.

Las vías de difusión de las operaciones de las entidades distintas a la Administración han sido mayoritariamente notas de prensa, noticias y anuncios en medios de comunicación escrita.

La evolución temporal de la ejecución de estas actividades ha experimentado un crecimiento notable en la primera mitad del periodo, multiplicándose especialmente en 2008 como consecuencia de la aprobación de los Programas en diciembre del año anterior y la aparición de un mayor número de anuncios y noticias relacionadas con determinados aspectos de las intervenciones estructurales en la región.

Las perspectivas de cumplimiento del objetivo establecido para este indicador son altas, pues muy posiblemente se llegue incluso a superar la ejecución programada antes del final del periodo si continúa el ritmo registrado hasta ahora. Por ello, y en el caso de no registrarse próximamente una reducción del mismo, sería aconsejable la revisión del valor previsto del indicador para todo el periodo.

El tercer tipo de actividades de información y publicidad que recogen los indicadores de seguimiento y evaluación es el relativo a **publicaciones editadas**. En este sentido se han realizado un total de 215 publicaciones con la finalidad de dar a conocer entre la ciudadanía los PO de La Región de Murcia, las actuaciones que contemplan los mismos y la Política Regional Europea en general.

La distribución de las realizaciones logradas hasta la fecha, por tipo de instituciones implicadas, muestra un claro predominio de actuaciones realizadas a través de los organismos de la Región de Murcia.

Destaca el número de iniciativas desarrolladas por ADIF y el Consejo Superior de Cámaras de Comercio, Industria y Navegación de España. Sin embargo, hay que decir que, en el primer caso, se han observado actuaciones que parece podrían corresponder a otros Planes, por lo que se sugiere hacer una revisión de las actuaciones para depurarlas. En el caso del Consejo de Cámaras, su ejecución se ha referido básicamente a publicaciones relativas al Programa PIPE cofinanciado por el FEDER.

Los efectos de estas actuaciones, medidos a través de los indicadores de resultados definidos, ponen de manifiesto el compromiso de todas las entidades en la distribución del material publicable elaborado. Prácticamente todos los ejemplares editados se han hecho llegar a sus destinatarios desde el primer momento, siendo los más eficaces en este sentido los organismos de la Administración General del Estado.

Para ello, los puntos de distribución empleados han sido bastante numerosos, sobre todo por parte de la AGE y de la Región de Murcia que, de los 94 que se han utilizado en total hasta la fecha, 68 (es decir, el 72%) lo han sido por organismos pertenecientes a ellas. Este hecho puede explicarse por la menor cercanía o proximidad que pueden tener, en relación, por ejemplo, con los órganos locales, a los beneficiarios finales de las ayudas que gestionan. De esta forma, entidades más pegadas al territorio, o al ámbito de influencia donde se desarrollan las actuaciones, como los Ayuntamientos, precisan de pocos canales de distribución, a diferencia de los que se sitúan más alejados, que requieren muchos más para que la información circule de una manera fluida.

Las ediciones que se han publicado han sido, principalmente, folletos, dípticos y trípticos para dar publicidad y promocionar determinadas operaciones de los PO. Asimismo, también se han utilizado para anunciar la celebración de jornadas o seminarios dedicados a diversos aspectos relacionados con los Fondos Estructurales. Este tipo de publicaciones representan el 43,7% del total, mientras que la parte restante se reparte, principalmente, entre publicaciones manuales, libretos, CDs y otros soportes.

En cuanto al grado de cumplimiento de los objetivos fijados, cabe señalar que el indicador de realización, que cuantifica el número de publicaciones, ha registrado una evolución importante en su ejecución, por lo que se prevé que se alcanzarán próximamente los objetivos fijados al inicio de la programación.

Teniendo en cuenta el elevado ritmo de ejecución de las publicaciones, y la efectividad de los 94 puntos de distribución actuales, con los que ha sido posible enviar casi el 96% de las ediciones efectuadas (superando el objetivo señalado para el final del período), es razonable pensar que se superará la previsión a 2013 de los objetivos marcados para este tipo de actividades de comunicación.

Por otro lado, el desarrollo de la estrategia de comunicación de los PO FEDER y FSE de la Región de Murcia ha motivado la creación de diversas **páginas web**, que dan soporte a numerosas actuaciones de difusión de la Política de Cohesión y su aplicación en la región. Sin duda, las más destacadas son las de las Autoridades de Gestión de ambos fondos y la del Organismo Intermedio regional, las cuales llevan en funcionamiento desde el anterior período 2000-2006 y están en constante actualización de contenidos. Con ellas, se ha dado la máxima transparencia a la puesta en marcha del proceso de la aplicación de los recursos procedentes de la Política Regional Europea y se ha garantizado el conocimiento del papel jugado por la UE a la hora de ayudar a impulsar los avances en aquellas áreas que cofinancian los fondos europeos.

La cobertura lograda por estas páginas web, a partir del número de visitas que han tenido durante las tres últimas anualidades, ha sido significativa. Así, por término medio, más de 107.000 personas al año han consultado algún tipo de información sobre la Política Regional en las páginas web de los principales organismos responsables de los PO de la Región de Murcia, sobresaliendo la correspondiente a la DG de Fondos Comunitarios.

Sin embargo, este avance parece insuficiente para conseguir el objetivo de 145.000 visitas anuales que se ha fijado para el conjunto del período, estimándose que, si continúa el ritmo de ejecución registrado hasta ahora sólo se alcanzarán el 85% de las previsiones.

Una de las herramientas tradicionales para la publicidad de los Fondos Estructurales es la **cartelería**, a través de la cual se da visibilidad a las operaciones cofinanciadas, mediante vallas, placas, carteles, entre otros soportes. Hay que señalar que la utilización de este tipo de soportes está muy relacionada con el avance en el desarrollo de los propios PO, de modo que se espera una evolución más positiva en los próximos años conforme se incremente el ritmo de ejecución del gasto. De los 300 soportes que en total se han utilizado, 218 han sido promovidos por los organismos de la Administración Regional, lo que implica cerca del 73%. En particular, el Instituto Murciano de Acción Social ha realizado en estos años un importante trabajo de recopilación de las actuaciones desarrolladas por parte de los beneficiarios de las ayudas que gestionan, y que han permitido garantizar, a través de la utilización de distintos soportes de comunicación, la adecuada promoción de la contribución comunitaria al desarrollo de actos y proyectos sociales.

Respecto a la trayectoria mantenida en estos tres primeros años de ejecución por este indicador, hay que reiterar la alta probabilidad de lograr el objetivo establecido para el mismo en 2013, que se cifra en 485. A marzo de 2010, el ratio de eficacia se sitúa en el 62%, por lo que el esfuerzo pendiente para los próximos años parece perfectamente asumible. De esta forma, cabe esperar que, en la medida en que la puesta en marcha de operaciones vaya aumentando, las acciones específicas de difusión del papel que desempeña la UE en la Región de Murcia, a través de este tipo de soportes vayan, igualmente, creciendo en paralelo.

La sexta categoría de actividades de información y publicidad en las que se organiza el sistema de indicadores del Plan de Comunicación tiene que ver con **las instrucciones emitidas hacia los participantes de los Programas Operativos**. Esta actividad se refiere a la distribución de toda la documentación hacia los organismos gestores y beneficiarios de las ayudas comunitarias con el fin de conseguir la máxima transparencia de las actuaciones a cofinanciar.

Sin duda, el compromiso por las Autoridades de Gestión de los PO en este sentido ha sido muy destacado, elaborando y haciendo llegar diversos documentos de trabajo a todos los participantes en el proceso de la aplicación de los Fondos. En concreto, se ha distribuido un total de 149 documentos que han posibilitado un mejor conocimiento de las obligaciones en todos los ámbitos de la gestión de los fondos, incluidos los aspectos de comunicación. Dicha cantidad supone el 61% de lo programado para todo el período.

El protagonismo en este excelente comportamiento ha recaído en los organismos de la Administración General del Estado y, en particular, en la DG de Fondos Comunitarios del Ministerio de Economía y Hacienda, que ha sido la responsable del 53% de los informes, guías, instrucciones y demás documentación que ha circulado entre todos los participantes de los PO, seguida de la UAFSE.

Asimismo, hay que mencionar a la Fundación INCYDE, que ha mantenido una comunicación fluida con los beneficiarios y otras entidades interesadas a través del envío de diversas instrucciones. En este sentido, también se puede citar a Puertos del Estado, si bien aquí se ha detectado el uso de siglas que impide la correcta comprensión de algunas actuaciones.

Respecto a la cobertura lograda de organismos que han accedido a dicha información, la valoración es bastante positiva, si se tiene en cuenta que toda la documentación ha llegado prácticamente a todos los destinatarios a los que se dirigía. Según los datos de la Aplicación Informática de "*Indicadores de Comunicación*", el porcentaje de organismos cubiertos está en el 99%. La diferencia que hay respecto al valor máximo posible del 100% de cobertura puede estar en errores en la grabación de la información por una inadecuada interpretación del significado o de las unidades de medida de este indicador. Sólo esto explica que, puntualmente, un único organismo (como el caso de la DG de Política Comercial) alcance un porcentaje de cobertura del 2%.

En cualquier caso, con la ejecución registrada hasta el momento, existen expectativas razonables del cumplimiento de los objetivos marcados.

Por último, el indicador de número de **redes existentes de información y publicidad** para facilitar la puesta en marcha e implementación práctica de la estrategia de comunicación diseñada asciende a 5, tras la reciente consideración de las redes europeas INFORM e INIO, que en la programación inicial no se habían computado.

Por su parte, GERIP se ha configurado como el foro principal de discusión en materia de comunicación en la que vienen participando de forma muy activa, como ya se ha comentado, las responsables de comunicación de las Autoridades de Gestión y los responsables de comunicación regionales.

A su vez, este mismo papel se produce en el ámbito de los organismos gestores de FEDER y Fondo de Cohesión de la Administración Central a través de la red GRECO-AGE. Su utilidad reside, no sólo en el carácter técnico de este Grupo, que lo convierte en un foro muy adecuado para proponer soluciones prácticas en lo que a la comunicación de los Fondos respecta, sino también en un “*semillero*” de propuestas y orientaciones a trasladar a GERIP para su consideración.

La Región de Murcia cuenta además con una red regional, en concreto el Grupo de Trabajo de Información y Publicidad de la CARM (**GRADIMUR**), constituido en 2009, y que permite el encuentro y coordinación, de forma periódica, de todos los centros gestores responsables de las medidas de información y publicidad en la Región, correspondientes a actuaciones cofinanciadas por el FEDER y el FSE.

Hasta la fecha, se han celebrado 42 reuniones por el total de redes de comunicación. En 2007, coincidiendo con la etapa de preparación de los Planes, se organizaron 12, a las que asistieron 271 personas. En 2008 disminuye muy levemente el número de reuniones, si bien en 2009 vuelve a incrementarse, como consecuencia de las mayores necesidades de coordinación que hay por la puesta en práctica de los mecanismos de seguimiento de los Planes y la organización previa de la evaluación reglamentaria de 2010.

En cuanto a las posibilidades de alcanzar los objetivos cuantificados para los indicadores relacionados con este tipo de actividades de comunicación, hay que señalar que la creciente confianza en el funcionamiento de estos grupos de trabajo garantiza su sostenibilidad en los próximos años. De hecho, tanto GERIP, como GRECO-AGE, se configuran ya como los principales mecanismos de coordinación en el ámbito de la publicidad de los fondos, estando plenamente consolidados gracias a la amplia participación que hay en los mismos.

Por ello, no se aprecia ningún riesgo para lograr los objetivos programados de los indicadores de realización y resultados asociados a las redes de comunicación para el total del periodo, teniendo en cuenta además que los porcentajes actuales de cumplimiento de los mismos ya se acercan de forma adecuada a sus valores programados.

3.2. INTEGRACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD EN LOS INFORMES ANUALES DE EJECUCIÓN

El Reglamento (CE) Nº 1828/2006 estipula la obligatoriedad de aportar información periódica sobre la aplicación del Plan de Comunicación en las reuniones de los Comités de

Seguimiento y en los informes anuales y final de ejecución del Programa. En este sentido, las actividades desarrolladas que garantizan el cumplimiento de tales obligaciones en el ámbito del Plan de la Región de Murcia, han sido las siguientes:

- + **Comunicación de información a los Comités de Seguimiento.** Los Comités de Seguimiento de los Programas Operativos del FEDER y del FSE de la Región de Murcia celebrados hasta la fecha han recibido información de la Autoridad de Gestión y los Organismos Intermedios sobre el Plan de comunicación y sus medidas llevadas a cabo, los medios de comunicación utilizados para la difusión de las mismas, y el grado de ejecución física y financiera del Plan a partir de los indicadores de seguimiento establecidos.
- + **Inclusión de información en los informes anuales de ejecución de los Programas Operativos.** Estos informes han contenido un capítulo dedicado a presentar los avances en la aplicación del Plan de Comunicación, ofreciendo información cualitativa y cuantitativa sobre las medidas de información y publicidad llevadas a cabo, los medios de comunicación utilizados, las disposiciones relativas a la publicación, electrónica o por otros medios, de la lista de beneficiarios, operaciones y fondos públicos asignados³, y el grado de ejecución física y financiera alcanzado por el Plan.

Más concretamente, los informes se han detenido, en especial, en la descripción de las actuaciones a realizar por la Autoridad de Gestión en virtud del artículo 7 del *Reglamento (CE) Nº 1828/2006 de la Comisión, de 8 de diciembre de 2006, por el que se fijan normas de desarrollo para el 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*. Además, de la actividad informativa relativa a la publicidad del lanzamiento de los PO, es responsable de la organización de las siguientes medidas de información y publicidad:

- + Una **actividad informativa anual importante**, de acuerdo con lo establecido en el plan de comunicación, en la que se presenten los logros del programa o programas operativos, incluidos, en su caso, los proyectos importantes. Así en 2007 se celebró el Seminario sobre *“Nuevos Instrumentos de Financiación en Zonas Urbanas”*, y el correspondiente a 2008 se materializó en unas *“Jornadas sobre Buenas Prácticas en Actuaciones de Impulso a la I+D+i, financiadas con Fondos Estructurales”*. Por último, para el Acto Anual de 2009 se organizó el *“Seminario Hispano-Francés sobre la innovación con el apoyo de los Fondos Europeos”*.

³ La publicación, electrónica o por otros medios, de la lista de los beneficiarios, los nombres de las operaciones y la cantidad de fondos públicos asignada a las operaciones constituye un deber de la Autoridad de Gestión, recogido en el artículo 7.2.d) del Reglamento (CE) Nº 1828/2006 y se plasmará en la publicación al menos en la página Web de la Autoridad de Gestión. El Plan de Comunicación de los PO del FEDER y del FSE de la Región de Murcia ha tenido en cuenta este imperativo de la normativa comunitaria, previendo la publicación de dicha lista entre las actuaciones destinadas a beneficiarios potenciales y/o potenciales participantes en las operaciones cofinanciadas.

- + **Izamiento de la bandera de la Unión Europea durante una semana, a partir del 9 de mayo, delante de los locales de las Autoridades de Gestión.** Esta obligación reglamentaria se ha cumplido rigurosamente, tanto por la DG de Fondos Comunitarios del Ministerio de Economía y Hacienda, como por la DG de Economía y Planificación de la Región de Murcia, registrándose en los respectivos Informes Anuales. De hecho, con ocasión del Día de Europa se han organizado diversos actos y celebraciones que han permitido aumentar la visibilidad de la UE y los Fondos Estructurales.
- + **Publicación, electrónica o por otros medios, de la lista de beneficiarios,** los nombres de las operaciones y la cantidad de fondos públicos asignada a las operaciones. En este sentido, la decisión adoptada en el GERIP fue, por una parte, que la citada lista apareciese en la página Web de las Autoridades de Gestión y que los Organismos Intermedios estableciesen enlaces con la misma y, por otra, que dicha lista se elaborase a partir de la información contenida en cada momento en la aplicación FONDOS 2007. La información contenida en la citada lista se actualiza continuamente de forma semanal.

Finalmente, a partir de la anualidad 2009 los Informes Anuales de los PO presentan también ejemplos de buenas prácticas en comunicación puestas en marcha en el marco de este Plan de Comunicación. Las seleccionadas para dicho año cumplen todos los criterios que establece la *Guía General de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación*, la cual ha sido considerada, en sí misma, un ejemplo de buena práctica. El resto de las recogidas en el Informe Anual de 2009 son:

- + La constitución de la RED GERIP "*Grupo Español de Responsables de Información y Publicidad*".
- + La Guía General de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los Programas Operativos FEDER, Fondo de Cohesión y FSE 2007-2013.
- + La actuación de AENA relativa a la publicación de anuncios de licitación de los expedientes de contratación que no se publican, por no alcanzar el umbral previsto ni en las Directivas Comunitarias ni en la legislación española de Contratación, en los 2 diarios de mayor tirada nacional: EL PAÍS y EL MUNDO y en el caso de este Plan de Comunicación en el diario LA VERDAD DE MURCIA por parte de AENA.
- + Las Jornadas Informativas Internas llevadas a cabo por el ICEX, para informar sobre las obligaciones en materia de comunicación en el nuevo período de programación 2007-2013.
- + El plan de información y difusión sobre el proyecto "vivero de empresas para mujeres".
- + La difusión del FSE y de los proyectos cofinanciados por éste en la Página web del Servicio de Empleo y Formación en la Región de Murcia.

- + El plan de información y difusión sobre ayudas del Instituto de Fomento de la Región de Murcia (INFO).
- + La publicación de resúmenes de los programas operativos del FEDER 2007-2013 y del FSE 2007-2013.
- + La Difusión del FEDER por los propios beneficiarios del proyecto Tú y Tu Barrio, así como la realización de actividades de comunicación por parte de los propios beneficiarios en su barrio en la zona de intervención a través del FEDER en la parte reservada a la iniciativa URBAN@ en Lorca.

En consecuencia, se puede afirmar que en 2009 se incluye ya en el Informe Anual una información muy completa y de calidad sobre las actividades de información y publicidad, que debe servir de referencia para los próximos.

3.3. LA REPERCUSIÓN DE LOS SISTEMAS DE SEGUIMIENTO EN LA CALIDAD DE LA EJECUCIÓN DE LAS MEDIDAS

La correcta aplicación de las disposiciones reglamentarias en el terreno de la información y publicidad requiere la implantación de mecanismos de revisión interna y la realización de las oportunas tareas de gestión y control ordinario. La existencia de procedimientos de control posibilita la comprobación de las actuaciones efectuadas, y su adecuación tanto a la normativa vigente como a los principios de una buena gestión.

La Autoridad de Gestión encargada de la ejecución de las intervenciones estructurales de la Política Regional Comunitaria es responsable del respeto de las obligaciones en materia de información y publicidad. En este sentido, el Plan de Comunicación de los PO del FEDER y del FSE de la Región de Murcia determina que las unidades responsables en este ámbito recaen en la DG de Fondos Comunitarios del Ministerio de Economía y Hacienda, la Unidad Administradora del Fondo Social Europeo y la Dirección General de Economía y Planificación de la Consejería de Economía, Empresa e Innovación, en la actualidad Consejería de Economía y Hacienda. Desde esta última unidad se ha procurado realizar una **intensa labor para la emisión de instrucciones a los órganos encargados de la gestión y ejecución de las actuaciones**. Para ello se ha procedido a la designación de una persona encargada de los aspectos de publicidad, cuya labor queda además reforzada con la contratación de asistencias técnicas para supervisar y verificar los dispositivos de gestión y control de las actuaciones cofinanciadas por el FEDER y el FSE en la Región con el fin de corregir posibles irregularidades.

El propósito de propiciar una gestión más sencilla de la comunicación de los Fondos Estructurales ha exigido el diseño de un conjunto de procesos que favorecen la consulta, actualización e intercambio de información de calidad. Para ello, la DG de Economía y Planificación ha elaborado el "*Manual Práctico sobre Información y Publicidad de las Actividades de los Fondos Estructurales 2007-2013*", que se constituye como guía de

referencia al ofrecer orientaciones útiles para facilitar una amplia difusión, de una manera homogénea y clara, de la acción de la UE y la Política Regional en la Región de Murcia a través de los PO del FEDER y del FSE. Con ello se facilita la gestión de las acciones de comunicación previstas y el cumplimiento de las exigencias y especificaciones técnicas impuestas por la normativa comunitaria y autonómica que rige la aplicación de los Fondos Estructurales en la Región.

Como complemento de lo anterior, ha elaborado, igualmente, diferentes documentos a los que los gestores y demás personas implicadas en la gestión de los PO del FEDER y del FSE pueden recurrir para completar su formación y desempeñar su trabajo de una manera correcta. Entre estos documentos destacan, fundamentalmente, los dos siguientes:

- + La Descripción de los Sistemas de Gestión y Control de los PO del FEDER y del FSE de la Región de Murcia.
- + Los Manuales de Procedimientos de Gestión y Control de los PO del FEDER y del FSE de la Región de Murcia.

Todos estos documentos e instrucciones, que han dotado de una gran transparencia a la gestión de los recursos comunitarios, han sido recibidos por todos los órganos gestores de los PO, de acuerdo con los resultados obtenidos de la explotación de los cuestionarios destinados a gestores y beneficiarios. En este sentido, han jugado también un papel muy importante las redes creadas, como GERIP, GRECO-AGE o GRADIMUR, que se han configurado como grupos de trabajo muy útiles para discutir cuestiones relativas a la gestión de la comunicación de los Fondos.

Además del control (procedimiento cuya aplicación al ámbito de la publicidad se examina en el capítulo 4 del presente Informe), la función del seguimiento permite identificar los problemas existentes y las dificultades detectadas, así como su incidencia en el cumplimiento de las obligaciones. Por ello, se considera esencial la **valoración de la calidad de los procedimientos establecidos** para llevarlo a cabo.

La implantación de un sistema de seguimiento dentro de la gestión ordinaria de la información y publicidad de los PO obedece al hecho de dotar a los organismos responsables del Plan de una herramienta que proporcione una mayor facilidad para alcanzar los objetivos fijados, así como un control adecuado y una coordinación de todas las actividades que se llevan a cabo. En líneas generales, dicho sistema se configura como una herramienta técnica que brinda un apoyo, tanto a la planificación, como a la propia evaluación, puesto que la agiliza y formaliza de tal forma que permite visualizar resultados futuros esperados, producto de las acciones que se están llevando a cabo.

Todo ello da lugar a una serie de ventajas para los organismos intermedios y gestores de las operaciones, ya que:

- + Permite examinar cuantitativamente datos de ejecución a partir de una batería de indicadores definida, lo que aporta información sobre el desarrollo y la

implementación del Plan. Con ello, se dispone de un conocimiento apropiado del desempeño real dentro del cual poder definir objetivos plausibles y asumibles.

- + Ofrece una visión objetiva de los recursos disponibles, así como de la administración de los mismos. Esto aporta elementos suficientes para estimar, de forma razonada, su rendimiento.
- + Facilita el ajuste y adecuación de los objetivos, asignando la cuota de responsabilidad atribuible a cada uno de los agentes encargados de su cumplimiento.
- + Mejora la coordinación de las iniciativas que se plantean y la eficacia, por lo tanto, de las actuaciones a llevar a cabo en materia de información y publicidad.
- + Obliga a los organismos responsables del Plan de Comunicación a programar el uso más eficiente posible de los recursos, estimulándose un mejor aprovechamiento de éstos.

El análisis del **sistema de indicadores** asociado al seguimiento del Plan, trata de juzgar su calidad respecto al cumplimiento de los objetivos que pudieran determinar su inclusión en el Plan de Comunicación, de forma que posibiliten la verificación del grado de eficacia de la ejecución y ofrezcan una descripción del Plan con coherencia lógica, desde el nivel más inmediato (los gastos efectivos y las actividades realizadas), hasta el ámbito más amplio (efectos producidos por tales acciones de publicidad).

La evaluación de la calidad de los indicadores parte de un conjunto de criterios básicos que permiten analizar su grado de adecuación a las funciones que tienen atribuidas. Así, tomando como referencia los documentos producidos por la propia Comisión Europea, un buen indicador ha de ser portador de los atributos de pertinencia, relevancia, cuantificabilidad, fiabilidad y utilidad.

En lo concerniente a la valoración de la calidad de los Indicadores de Seguimiento de realizaciones y resultados, a partir de la apreciación del grado de cumplimiento de los anteriores criterios mencionados, cabe afirmar que **el nivel cualitativo de los mismos es satisfactorio y adecuado para el seguimiento de las medidas de información y publicidad del Plan.**

El sistema de indicadores de seguimiento, incluido en el Plan, se ha elaborado a partir de las aportaciones realizadas por los miembros del GERIP durante el proceso de preparación de los Planes y de las observaciones efectuadas posteriormente para su mejora y adecuación a la naturaleza de las actividades de información y publicidad previstas en los mismos.

Esta definición de indicadores de comunicación supone un salto cualitativo de gran magnitud por cuanto es la primera vez que se lleva a cabo un ejercicio de este tipo en el ámbito de la información y la publicidad de los Fondos Estructurales en España. El proceso de construcción de los mismos se ha caracterizado por la selección de indicadores

comunes para todos los Planes, con independencia de si éstos son monofondo o plurifondo o si se refieren a un PO regional o plurirregional. Ello ha sido posible por el planteamiento de una estrategia de comunicación compartida por todas las Comunidades Autónomas, que ha dado lugar a una tipología bastante homogénea de actuaciones de información y publicidad.

Sin embargo, tampoco ha estado exento de complicaciones. Una de ellas se refiere a las dificultades que se han producido, sobre todo en los primeros momentos de puesta en práctica de los indicadores, con la correcta interpretación de algunos de ellos. Esta circunstancia fue objeto de una profunda reflexión en el marco del GERIP, donde se precisaron los criterios a seguir y se analizó el comportamiento interno de los indicadores más problemáticos.

Otra carencia se relaciona con los indicadores de resultados, puesto que algunos de ellos requieren de un trabajo de campo específico que permita ofrecer información fiable. Evidentemente, esto se debe traducir en una planificación de recursos económicos e inputs necesarios para su realización. En este punto, y a modo de ejemplo, es conveniente resaltar que los resultados medidos por el número de asistentes a determinados actos o eventos públicos de gran alcance, en los que también se aborde, entre otros asuntos, los relacionados con la Política de Cohesión, no es posible valorarlos sin la realización de estimaciones.

Además de realizaciones y resultados, el sistema de indicadores contempla también otros destinados a medir el **impacto del Plan de Comunicación**. Dichos indicadores están orientados a medir el avance en el cumplimiento de los objetivos de la estrategia de comunicación y su obtención requiere el desarrollo de un trabajo de campo específico, a través de entrevistas a órganos gestores y beneficiarios y de encuestas a la ciudadanía. En este sentido, todos los objetivos estratégicos de información y publicidad están recogidos en los indicadores de impacto del Plan, alcanzándose un adecuado grado de cobertura. Esto permite afirmar que **el nivel cualitativo de los mismos es satisfactorio y adecuado para el seguimiento de los objetivos fijados por el Plan**.

En definitiva, a pesar de los márgenes de mejora que se han señalado en el sistema de indicadores del Plan, la conclusión final es que resulta globalmente adecuado. Así, estos resultados son una muestra de que los procedimientos instaurados están resultando eficaces para garantizar una correcta difusión de una imagen homogénea y clara en las acciones de información y publicidad de todas las actuaciones cofinanciadas por el FEDER y el FSE en la Región de Murcia durante el periodo 2007-2013.

En lo que respecta a la **disposición de manuales específicos de gestión, control, evaluación e información y publicidad**, tanto las Autoridades de Gestión de los PO, como el Organismo Intermedio de la Región de Murcia, han realizado una intensa labor para el establecimiento de mecanismos rigurosos de gestión y control de las operaciones cofinanciadas. De hecho, en el ejercicio de sus competencias, han llevado a cabo las

labores de información, asesoramiento y difusión en materias relacionadas con los Fondos.

Para ello, una de las principales herramientas generadas en este sentido es el Documento de Descripción de los Sistemas de Gestión y Control, de acuerdo con el anexo XII del Reglamento (CE) Nº 1828/2006 para su aplicación en los correspondientes requerimientos en el tratamiento de la información de los distintos beneficiarios. Su elaboración ha contribuido a clarificar las competencias y funciones de los agentes participantes en los PO, así como a la ordenación de los circuitos de información y de documentación, describiendo los sistemas, la organización y los procedimientos de los órganos gestores e intermedios, así como los sistemas de auditoría interna establecidos por todos ellos.

Además, a nivel de órganos gestores también se está llevando a cabo un esfuerzo importante para elaborar manuales de procedimientos de gestión y control, que ayuden a la aplicación de la programación estructural 2007-2013. De esta forma, se eleva la capacidad de gestión de los Fondos mediante el diseño de herramientas adecuadas que facilitan las tareas de seguimiento, control, información y publicidad de las intervenciones estructurales de la Región de Murcia.

En materia de información y publicidad, se ha elaborado el ya aludido *“Manual Práctico sobre Información y Publicidad de las Actividades de los Fondos Estructurales 2007-2013”*. Este Manual indica de manera sencilla y con ejemplos gráficos, las normas y los esquemas a seguir para garantizar una correcta difusión de una imagen homogénea y clara en las acciones de información y publicidad de todas las actuaciones cofinanciadas con Fondos Estructurales y la Región de Murcia durante el periodo 2007-2013.

Esta preocupación por el cumplimiento de la normativa es compartida por la mayoría de los órganos gestores. Así se constata que todos cuentan en su departamento con alguna persona dedicada a la revisión y actualización de la normativa europea en este ámbito, con el apoyo continuo de la Autoridad de Gestión y el Organismo Intermedio Regional, y la coordinación a través de las redes GERIP, GRECO-AGE y GRADIMUR, constituidas como punto de encuentro de los distintos gestores en materia de información y publicidad.

Prueba de la eficacia del sistema establecido es que todos los órganos que participan en los PO afirman recopilar y archivar el material de comunicación de las actuaciones que gestiona, tras haber recibido las instrucciones pertinentes al respecto. Sin embargo, el 60% de los gestores afirman haber encontrado problemas a la hora de dar cumplimiento a los requisitos de comunicación en el desarrollo de sus operaciones, y en particular, a la hora de dar visibilidad a las actuaciones cofinanciadas, o de registrar los nombres de las operaciones y la cantidad de fondos públicos asignados a las mismas, en el caso de operaciones con un volumen importante de expedientes por categoría de gasto.

En cuanto a la **adecuación de los recursos destinados a los aspectos de comunicación**, la dotación de recursos humanos y materiales para la implementación del Plan de

Comunicación de los Programas Operativos del FEDER y del FSE de la Región de Murcia 2007-2013 se ha evaluado en el apartado 2.3 del presente Informe. Allí ya se puso de manifiesto el presupuesto estimado de 4.500.000 euros, así como determinadas cuestiones que impedían abordar un análisis riguroso sobre la adecuación del mismo, relacionadas con la no consideración de las actuaciones de todos los organismos gestores de fondos que participan en los PO, ni la previsión del coste de las actividades de información y publicidad llevadas a cabo con cargo a recursos propios.

Teniendo en cuenta que estos aspectos están en proceso de discusión en el marco de GERIP y van a ser discutidos en los Comités de Seguimiento a celebrar en 2011, resulta complicado emitir un juicio de valor sólido respecto a la asignación y adecuación de los recursos financieros destinados a los aspectos de comunicación.

Por otro lado, es preciso señalar que el almacenamiento adecuado de la información es un factor esencial, a efectos de disponer de todos los datos del seguimiento puntualmente, así como de obtener salidas de información para facilitar las tareas de evaluación. Para ello, es fundamental que el intercambio de información se realice de una forma electrónica, hecho que queda garantizado con la **disponibilidad y organización de aplicaciones informáticas**.

A este respecto, la Autoridad de Gestión es responsable del correcto funcionamiento y operatividad del sistema informático de seguimiento de los diferentes Planes de Comunicación. Así, la DG de Fondos Comunitarios ha fijado unos criterios homogéneos sobre la forma y momento de completar los indicadores, que se sintetizan en la forma y plazo de completar la información por parte de las diferentes administraciones.

Respecto al plazo, se recomienda que la información se grabe en el momento en el que se genera, es decir, cuando se realiza la actividad que se trate. Respecto a la forma, los datos se registran en la aplicación informática "*Indicadores de Comunicación*" con todo nivel de detalle por actuación y se agregan, posteriormente, por tipos de indicadores, lo que asegura la trazabilidad completa de las medidas de información y publicidad. El sistema informático creado posibilita la grabación de la ejecución de los indicadores de seguimiento asociando dicha ejecución a la actividad concreta realizada. Ello permite la identificación exhaustiva de todas las acciones de publicidad que se han ido llevando a cabo.

El procedimiento para la carga de indicadores fue consensuado en el GERIP, decidiéndose que la ejecución correspondiente a las Comunidades Autónomas se centralizara en el Organismo Intermedio coordinador, que es quien accede a dicha aplicación. Por su parte, el resto de los organismos que participan en los PO son responsables de introducir su propia ejecución en la citada aplicación.

La Autoridad de Gestión ha convocado diversas sesiones y reuniones de trabajo del GERIP y el GRECO-AGE para proporcionar formación a todos los usuarios de la aplicación (Ministerios, Comunidades Autónomas, Ayuntamientos, entre otros) y explicar cuantas

novedades se han ido produciendo en la misma. En paralelo, su tarea se ha orientado a la resolución de dudas puntuales sobre el funcionamiento y al apoyo al manejo como usuario no informático de la aplicación.

Estas redes mencionadas, reúnen a nivel nacional a las personas responsables de información y publicidad de las autoridades de gestión y de los responsables de comunicación de cada uno de los Planes de Comunicación regionales. Asimismo, están llamadas a permitir y adecuar el desarrollo los planes de comunicación a las exigencias reglamentarias en materia de comunicación. Por todo ello, el **análisis de su estructura y funcionamiento** se plantea como esencial para la valoración de su papel desempeñado.

En este sentido, hay que apuntar que la Redes de comunicación creadas reúnen a las personas designadas responsables en materia de información y publicidad con relación a los Fondos Estructurales. Su funcionamiento reside en el mantenimiento de una fluida comunicación con todos los colectivos implicados en la gestión de los Fondos Europeos y con los potenciales beneficiarios y beneficiarios de los mismos, para garantizar que se cuenta con los mejores proyectos a cofinanciar con dichos fondos, así como de la generación de mecanismos de información al público en general, para que la ciudadanía española esté mejor informada acerca del papel que los fondos procedentes de la Política Regional Europea juegan en la mejora de su calidad de vida.

Por un lado, en GERIP participan, bajo la presidencia de las Autoridades de Gestión, los responsables de comunicación de cada uno de los Planes de Comunicación regionales. Su objetivo fundamental es el establecimiento de una estrategia de comunicación conjunta, la coordinación de sus participantes a la hora de aplicar esta estrategia, el intercambio de ideas, la creación de un foro de discusión y la plataforma para la toma de decisiones y orientaciones consensuadas en beneficio de las funciones que los representantes de comunicación de los planes tienen que desarrollar. Asimismo, establece un puente informativo entre los participantes de la red española y las redes europeas de la Comisión, INIO e INFORM.

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

De acuerdo con lo anterior, la definición del modelo de seguimiento se ha realizado en estrecha colaboración entre todos los organismos intermedios y colaboradores de los PO en el seno de ambas redes. Dicha cooperación ha estado presente desde la fase de programación de las actuaciones y se ha extendido posteriormente para acordar los

mecanismos de ejecución, seguimiento y evaluación de las medidas de información y publicidad.

Este hecho ha dado lugar a una mayor toma de conciencia de la importancia de la comunicación entre los diversos participantes de los PO. Así, la gestión global de la comunicación de los PO se caracteriza por la formación de un amplio marco de consideraciones que aglutina a los representantes de todas las instancias de la Administración Nacional (Central, Regional y Local).

Esa amplia estructura de participación, y la celebración de consultas con todos los miembros de GERIP y GRECO-AGE, ha representado un elemento muy fructífero para garantizar la pertinencia de las estrategias seguidas y la eficacia del sistema de seguimiento para las mismas, al implicar el compromiso de los diferentes organismos en la utilización de las herramientas diseñadas y los mecanismos de funcionamiento creados.

Entre las principales ventajas que la mayor implicación de esta red de actores ha tenido sobre los dispositivos de seguimiento, cabe reconocer:

- + Por un lado, el mejor conocimiento de los aspectos de publicidad de los PO (recursos disponibles, estrategia y objetivos, medidas a realizar, etc.). Prueba de ello es que **la totalidad de los organismos gestores de los Programas declaran conocer su Plan de Comunicación.**
- + Por otro, la legitimidad para poder coordinar y asesorar a todos los beneficiarios de los Programas en materia de información y publicidad de Fondos Estructurales.

Finalmente a nivel regional, en el caso de los PO del FEDER y del FSE de la Región de Murcia, el **Grupo de Responsables de Actividades de Difusión de Murcia (GRADIMUR)**, garantiza el correcto desarrollo de las obligaciones en materia de información y publicidad, a la vez que coordina las actuaciones para la evaluación del Plan de Comunicación, lo que permite incorporar de forma eficaz las recomendaciones derivadas del proceso de evaluación, a fin de corregir los problemas detectados en la aplicación de las estrategias de información y publicidad.

Por último, en lo que se refiere a la **comunicación y coordinación con otros órganos**, además de las redes de comunicación GERIP y GRECO-AGE, orientadas específicamente a la coordinación de las autoridades de gestión y responsables de comunicación en materia de información y publicidad existen, tanto a nivel nacional como regional, otros foros destinados a la coordinación y discusión en relación a la evolución y desarrollo de los PO del FEDE y del FSE. En concreto, el *Comité Consultivo de Seguimiento Estratégico y Evaluación, el Grupo Técnico de Evaluación para el FSE, los Comités de Seguimiento de los PO del FEDER y del FSE de la Región de Murcia, o el Comité de Coordinación Interfondos de la Región de Murcia.*

Para garantizar el intercambio de la información generada en relación al desarrollo de los PO, a raíz de las distintas reuniones celebradas, se han mantenido encuentros periódicos

para informar puntualmente a todos los organismo gestores sobre las modificaciones y actualizaciones en todo lo relacionado con el desarrollo de los Programas, así como de la normativa vigente, tanto a nivel de la Administración General del Estado, como de la Comunidad Autónoma. En ellas, las novedades en materia de información y publicidad han sido puestas en conocimiento de los beneficiarios y de los órganos gestores, y se han podido resolver otras cuestiones en función de las necesidades de información de cada momento.

A su vez, tanto desde la DG de Economía y Planificación, como desde la DG de Fondos Comunitarios del Ministerio de Economía y Hacienda, se ha prestado asesoramiento a los órganos gestores para que integren las tareas relacionadas con el cumplimiento de las obligaciones reglamentarias de información y publicidad y del Plan de Comunicación de los PO del FEDER y del FSE de la Región de Murcia en sus tareas habituales de gestión, seguimiento, evaluación y control, facilitándoles, de esta forma, el ejercicio de sus responsabilidades.

Además, para el desarrollo de labores de información y publicidad en la parcela destinada a los beneficiarios y el público en general, se cuenta con diferentes centros con capacidad de difusión de las actividades de la Unión Europea en la región en cada uno de sus específicos campos de actuación. En este sentido, destacan aquellos organismos y delegaciones que pueden difundir los materiales realizados, como:

- + La oficina o unidad regional de la Región de Murcia en Bruselas.
- + El Centro de Información Europea de la Región de Murcia-Europe Direct, dependiente de la Secretaría de Relaciones Externas y Cooperación Europea de la Comunidad Autónoma.
- + La Euroventanilla de la Red Euro Info Centres, dependiente de la Agencia de Desarrollo Regional (Instituto de Fomento de la Región de Murcia, INFO).
- + El Servicio de información Europea de la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de la Región de Murcia.
- + El Centro de Documentación Europea de la Universidad de Murcia.
- + La Web SIFE, dependiente de la Dirección General de Economía y Planificación, de la Consejería de Economía y Hacienda.

Estos enlaces se conforman como la piedra angular de la política de información descentralizada, dado que la mayoría se dirige al gran público y están agrupados en redes. De este modo, se multiplica el esfuerzo difusor de las actuaciones que se desarrollan con el apoyo del FEDER y del FSE, ya que se trata de estructuras cercanas al público, creadas en organismos preexistentes y con experiencia, que informan a la ciudadanía acerca de la UE y sus políticas de un modo adaptado al receptor de la información.

4. VERIFICACIÓN DE LA INCLUSIÓN DE LA INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD EN LAS ACTUACIONES DE VERIFICACIÓN Y CONTROL DE LOS FONDOS

El Reglamento (CE) Nº 1828/2006, que fija las normas de desarrollo para el Reglamento anterior, contempla en los apartados 2, 3, 4 y 5 del artículo 13 los distintos tipos de verificaciones a desarrollar por la Autoridad de Gestión: **administrativas y sobre el terreno**. Estas verificaciones comprenden aspectos administrativos, financieros, técnicos y físicos, entre los que se encuentran aquellos relacionados con el ámbito de la comunicación.

El objeto del procedimiento de verificación es, entre otros, asegurar que las medidas de información y publicidad se apliquen de conformidad con las exigencias reglamentarias y lo recogido en el Plan de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER y del FSE, 2007-2013, de la Región de Murcia.

Así, las medidas de comunicación relacionadas con las operaciones cofinanciadas cuyo gasto realizado ha sido certificado hasta la fecha han sido objeto de procedimientos de **revisión interna** y de verificación, con el alcance y contenidos establecidos en los Reglamentos. Ello ha posibilitado la comprobación de las actuaciones aprobadas que se han efectuado y su adecuación tanto a la normativa de aplicación sobre **información y publicidad**, como a los principios de una buena gestión en general, identificando problemas y dificultades, así como su incidencia efectiva en el cumplimiento de las obligaciones.

En particular, a través de las verificaciones administrativas se ha comprobado la conformidad del gasto declarado por los órganos gestores con la normativa comunitaria, nacional y regional en materia de información y publicidad. El cumplimiento de las tareas de **verificación administrativa**, que la Dirección General de Economía y Planificación debe acreditar de forma exhaustiva y previa a la declaración de gastos, queda documentado en unas **listas de comprobación**, como certificación acreditativa de la comprobación del cumplimiento de toda la normativa y condiciones exigibles. Dichas listas de control son las siguientes:

- + Lista de contratación. Las cuestiones relativas a la comunicación de los fondos europeos que se recogen en esta lista son:

CUESTIONES A VERIFICAR		SI	NO	N/P
1	¿Incluía el anuncio de licitación publicado en el DOUE una mención a la cofinanciación europea?			
6	¿Se cumplen las normas de publicidad de las licitaciones?			

- + Listas de verificaciones administrativas. Para ambos fondos, FEDER y FSE, las cuestiones relativas a información y publicidad contempladas son:

CUESTIONES A VERIFICAR		SI	NO	N/P
7	¿Se cumple con las medidas de información y publicidad establecidas en el artículo 8 del Reglamento 1828/2006?			
18/20 ⁴	¿Se ha cumplido con el “Plan de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER y del FSE, 2007-2013 de la Región de Murcia”?			

- + Lista de certificación. En esta lista se han de verificar las siguientes cuestiones relativas a las medidas de información y publicidad llevadas a cabo:

CUESTIONES A VERIFICAR		SI	NO	N/P
7	¿Se ha cumplido lo establecido en el artículo 8 del Reglamento 1828/2006? (Información y Publicidad)			

En las **verificaciones sobre el terreno**, por su parte, se ha cumplimentado la lista de control in situ, que incluye cuestiones específicas destinadas a verificar el cumplimiento de las medidas de información y publicidad. Con ello, se pretende constatar si en los proyectos cofinanciados se menciona la participación de los fondos europeos, al menos, en:

- + Placas explicativas permanentes.
- + Carteles en los enclaves de las operaciones.
- + Anuncios de los contratos, pliegos.
- + Publicaciones (guías, folletos, trípticos).
- + Contenidos digitales y/o audiovisuales.
- + Otras posibles acciones de comunicación.

Además, durante la verificación sobre el terreno de inversiones físicas se ha procedido a la realización de **reportajes fotográficos** que permiten crear un banco de imágenes con la finalidad de que se pueda verificar y demostrar, tanto la ejecución de las operaciones cofinanciadas, como el cumplimiento de la normativa regional, nacional y comunitaria de aplicación, en particular la relacionada con las necesidades de información a la ciudadanía.

Por lo tanto, las listas de comprobación, que se incluyen en la Plataforma de Gestión de Fondos Europeos (PLAFON), se configuran como el principal instrumento para asegurar el cumplimiento de los aspectos administrativo, financiero, físico y técnico. En ellas se recogen los elementos reglamentarios que deben tenerse en cuenta para dar notoriedad y transparencia a las acciones cofinanciadas por los Fondos y poner de relieve las posibilidades que ofrecen a sus beneficiarios potenciales.

⁴ Pese a que el contenido de la cuestión es el mismo, en el caso de la Lista de verificaciones administrativas (Ayudas) FSE 2007-2013, el verificando es el 18; en el resto de casos es el número 20.

A su vez, la aplicación de gestión centralizada **Fondos 2007**, incluye listas de comprobación, que recogen adecuadamente los aspectos fundamentales que precisan ser verificados para asegurar el cumplimiento básico de las obligaciones de comunicación.

Una vez realizadas las verificaciones in situ y corregidas, en su caso, las irregularidades detectadas en la certificación que corresponda, se genera el **“Informe sobre verificaciones exigidas en el Artículo 13”**. Concretamente, el último de los aspectos objeto de verificación que se señalan en este informe es el relativo a *“Que se ha cumplido la normativa comunitaria en materia de información y publicidad”*.

De esta forma, se constata que todas las exigencias básicas en materia de verificación de los aspectos de información y publicidad, se han incluido claramente en los procedimientos de verificación y control de los fondos europeos en la Región de Murcia.

5. INCORPORACIÓN DEL PRINCIPIO DE IGUALDAD DE OPORTUNIDADES EN LAS MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD

La *Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación* establece la inclusión de un capítulo en los Informes de Evaluación sobre la incorporación de la igualdad de oportunidades en las medidas de información y publicidad. El esfuerzo de sensibilización e información que, ya desde el anterior periodo de programación 2000-200 se ha venido realizando, ha sido clave para la integración del Principio de Igualdad entre Hombres y Mujeres en todos los ámbitos de la gestión de las intervenciones estructurales de este periodo 2007-2013.

Ello se ha extendido también al ámbito de la información y la Publicidad de los Fondos Estructurales. Así, el Plan de Comunicación de los POs del FEDER y el FSE de la Región de Murcia constituye una garantía para la definición de contenidos no contrarios al principio de Igualdad de Género en todo lo relacionado con la información a transmitir sobre la implementación de los recursos comunitarios. Esa garantía se manifiesta, aunque con distinta intensidad, en la consideración del enfoque de género en las distintas fases del Plan de Comunicación, desde su formulación inicial, en el desarrollo estratégico del mismo, hasta los procedimientos de seguimiento y evaluación.

La consideración de este principio horizontal, como ya se ha señalado en el apartado 2.4 del presente informe, está garantizada por las siguientes cuestiones:

- ✦ En virtud del Objetivo Estratégico 1 del Plan (*Proporcionar información, continua, clara y accesible sobre las oportunidades financieras y de participación que ofrecen los Programas Operativos del FEDER y del FSE en la Región de Murcia, y garantizar la máxima transparencia en la gestión de los Fondos Estructurales*), según el cual todas las personas, deben contar con una información adecuada y transparente sobre los Programas, evitando cualquier tipo de barreras para acceder a ella.
- ✦ En la definición de los destinatarios del Plan, ya que alude, entre los beneficiarios potenciales, a organizaciones no gubernamentales, señalando especialmente a aquellos organismos de promoción de igualdad entre hombres y mujeres. De esta forma, uno de los colectivos fundamentales a los que se pretende hacer llegar toda la información, de forma continua, clara y accesible, sobre los Fondos, es aquel interesado en el fomento de la igualdad de oportunidades.

Los medios de comunicación y publicidad son otro grupo de destinatarios de especial relevancia, por su capacidad para hacer más visible el papel de las mujeres en todas las esferas de la vida, canalizando de forma adecuada los mensajes, con el fin de emitir una visión real y erradicar estereotipos sexistas que no corresponden con la sociedad actual.

Hay que señalar que la integración de la igualdad en el contenido de las medidas de información y publicidad es, lógicamente, más efectiva en aquellas actuaciones destinadas a dar visibilidad a proyectos cofinanciados con un mayor impacto sobre la igualdad de oportunidades, lo que es más evidente en el caso del FSE. No obstante, siempre se procura evitar cualquier forma de comunicación sexista de las operaciones apoyadas por los fondos (con independencia del soporte utilizado).

La Unidad Administradora del Fondo Social Europeo (UAFSE), en su calidad de Autoridad de Gestión de los PO FSE de España, ha llevado a cabo una intensa labor de difusión en la que la igualdad de oportunidades ha estado presente. Así, con ocasión del 50º aniversario del Tratado de Roma y el inicio de la nueva programación, realizó un DVD para la promoción del FSE y de las prioridades que persigue.

En el ámbito de la Región de Murcia, los PO del FEDER y del FSE, contienen acciones de difusión específicas en materia de igualdad de oportunidades e inclusión social, siendo más evidente en el caso del Fondo Social Europeo. Entre estas actuaciones, destaca la creación un **vivero de empresas para mujeres** virtual, a través del cual se apoya a las mujeres emprendedoras y empresarias en todas las fases de desarrollo de sus proyectos.

Ya en el ámbito del Plan de Comunicación de los PO del FEDER y del FSE, entre las actuaciones propuestas para el desarrollo y consecución de los objetivos planificados, se encuentra el **desarrollo de Jornadas temáticas** anuales entre los años 2008 y 2012, centradas en las prioridades horizontales de los Programas, y dirigidas a un público amplio, como gestores, profesionales de diversos ámbitos o agentes sociales, con el fin de estudiar y valorar la integración en los POs, así como la contribución de los mismos, a los avances **en relación con la Igualdad de Oportunidades entre Hombres y Mujeres**. A través de la realización de jornadas específicas en temas de género, se contribuye a hacer más visible, de cara a la opinión pública, la importancia de la orientación de determinadas actuaciones hacia la Igualdad y su consideración en todos los ámbitos de actuación.

Finalmente, en la selección de **buenas prácticas** que se incluye en el capítulo 8, entre los criterios que han orientado la selección de buenas prácticas, se ha incluido la incorporación de criterios de igualdad de oportunidades. De esta forma, se ha tenido en cuenta a la hora de seleccionar las actuaciones, entre otros aspectos:

- + La redacción de los contenidos contemplados en publicaciones seleccionadas como buenas prácticas, cuidándose que no se haya hecho uso en ningún momento de lenguaje sexista.
- + La incorporación de elementos gráficos, en el caso de publicidades, web, campañas publicitarias..etc, seleccionadas como buenas prácticas, que hayan tenido en cuenta el principio horizontal de igualdad, cuidando, a modo de ejemplo, la inclusión de imágenes de actuaciones cofinanciadas por fondos europeos con incidencia positiva sobre la población femenina, o la presencia equitativa en las imágenes presentadas de hombres y mujeres.

- ✦ La participación de organizaciones representantes de mujeres, en el caso del establecimiento de redes para la coordinación y seguimiento de los planes de comunicación, y su contribución a la sensibilización en temas de género en la gestión de los fondos.

A pesar del esfuerzo en aumentar la visibilidad de la contribución de los Fondos para impulsar la igualdad de oportunidades, la percepción que existe de este hecho aún presenta notables márgenes de mejora en la Región de Murcia. En concreto, sólo un 31,9% de la población de la región que conoce la existencia de los Fondos Estructurales sabe de su apoyo en la Región para disminuir las desigualdades sociales entre hombres y mujeres.

Finalmente, y a pesar de que se considera adecuada la integración de la igualdad de oportunidades en el Plan, parece aconsejable la introducción de un mayor número de actuaciones orientadas específicamente al acceso a la información en igualdad de oportunidades o a hacer más visible la importancia del cumplimiento del citado principio, lo que podría contribuir a hacer efectiva de forma elevada la integración de la igualdad en las acciones de comunicación. Del mismo modo, la selección de buenas prácticas con una importante influencia en temas género, contribuiría de igual forma a una mayor incidencia en el alcance de las mismas.

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

La evaluación del grado de avance en la consecución de los objetivos finales establecidos por el Plan de Comunicación requiere realizar una estimación de los impactos ocasionados por las medidas de información y publicidad implementadas hasta marzo de 2010. Se trata, por lo tanto, de medir, de una forma rigurosa, los efectos de carácter más permanente que las actividades de comunicación efectuadas han tenido sobre los principales destinatarios del Plan.

Para ello, se ha tomado como referencia la metodología propuesta en la Guía para el Seguimiento y la Evaluación de los Planes de Comunicación, en la que se plantean los siguientes cinco indicadores de impacto:

- + **Indicador 1 (I.1):** Grado de conocimiento de las obligaciones existentes en la programación, gestión, seguimiento, control, evaluación e información y publicidad; medido como porcentaje.
- + **Indicador 2 (I.2):** Tasa de satisfacción, que indique la valoración de los beneficiarios/Organismos Intermedios y/o gestores o partícipes respecto a la información facilitada; medida como porcentaje.
- + **Indicador 3 (I.3):** Tasa de utilidad de las actuaciones; medida como porcentaje.
- + **Indicador 4 (I.4):** Grado de conocimiento de los distintos Fondos Estructurales por parte de la ciudadanía; medido como porcentaje.
- + **Indicador 5 (I.5):** Grado de conocimiento del papel desempeñado por la Unión Europea por parte de la ciudadanía; medido como porcentaje.

La obtención del valor cuantificado correspondiente a cada uno de los anteriores indicadores ha precisado el desarrollo de un trabajo de campo específico organizado en los siguientes dos grupos de tareas:

- + La realización de entrevistas a todos los órganos gestores de fondos del PO FEDER y del PO FSE de la Región de Murcia, tanto de la AGE, como de la CARM y de las entidades locales beneficiarias de las ayudas. Dichas entrevistas se han basado en el contenido del cuestionario incluido en el Anexo 4 de la citada Guía.
- + La realización de una encuesta a una muestra representativa del conjunto de la población murciana. El diseño de esta encuesta también ha sido consensuado en el marco del GERIP, e incluido en el Anexo 5 de la Guía.

- + La celebración de grupos de trabajo en los que han participado tanto beneficiarios como beneficiarios potenciales y población en general, que ha permitido poner en común la perspectiva de todos los colectivos destinatarios del Plan de Comunicación.

Finalmente, y con el fin de obtener información, no sólo para el análisis de los impactos del Plan de Comunicación, sino también del resto de aspectos analizados a lo largo del Informe de Evaluación, se han realizado entrevistas a las Autoridades de Gestión de los Fondos FEDER y FSE, y al Organismo Intermedio de la Región de Murcia.

El impacto de las acciones de comunicación de los PO FEDER y FSE de la Región de Murcia, a partir de la estimación de los indicadores definidos, ha permitido obtener una medida adecuada sobre la visión que tienen, tanto los órganos gestores de los fondos, como la población murciana, con relación a la importancia de la Política de Cohesión y el papel de la UE para el desarrollo económico regional.

En cuanto a los **órganos gestores y beneficiarios de las ayudas**, el **grado de conocimiento de las obligaciones de información y publicidad por parte de los organismos implicados en la administración de las ayudas de los PO resulta muy adecuado**. Dicho indicador, que alcanza un porcentaje del **94,9%**, refleja que los órganos gestores de los programas han mostrado un alto grado de conocimiento de la normativa comunitaria en materia de información y publicidad. Ello se constata desde diversos enfoques:

- + Desde una perspectiva general, que contempla el conocimiento existente sobre los aspectos básicos a tener en cuenta para la correcta gestión de la información y publicidad de los fondos, *derivado de la información consultada o facilitada*, la valoración es positiva. Así, el 94,2% de los órganos implicados afirman conocer el Plan de comunicación y haber tenido acceso al mismo.

Por otro lado, casi la totalidad de los órganos de la AGE (93%) y algo más del 70% de los correspondientes a la Región de Murcia han participado en *jornadas sobre comunicación de los Fondos*. En todos los casos declaran saber a quién dirigirse para solicitar asesoramiento cuando encuentran algún tipo de problema o tienen alguna duda en esta materia, señalando, para ello, a la DG de Economía y Planificación, así como a la DG de Fondos Comunitarios del Ministerio de Economía y Hacienda.

Además, para los organismos de la AGE y de la Región de Murcia, su integración en la red de información y publicidad del GRECO-AGE en el primer caso y en la red GRADIMUR en el segundo, supone una ocasión para estar constantemente actualizados, y de forma directa, de las novedades que se producen en el ámbito de la comunicación de las intervenciones de la Política Regional Comunitaria. Sin embargo, aunque son pocos, algunos declaran no formar parte de redes, como la entidad pública *Red.es*, en el caso de los organismos de la AGE, y la Dirección General de Universidades y Política Científica, y el Servicio Regional de Empleo y Formación, en el caso de los organismos de la Región de Murcia.

- + Desde una perspectiva aplicada, el conocimiento, que se desprende del *grado de cumplimiento de las obligaciones de información y publicidad, así como de la atención de las recomendaciones realizadas sobre estas cuestiones*, es altamente satisfactorio (95,7%).

Prueba de ello es que ningún organismo gestor de los PO ha encontrado problemas a la hora de dar cumplimiento a los requisitos de comunicación en el desarrollo de sus operaciones. En todo caso, hay una conciencia muy clara sobre la participación europea en la financiación de los proyectos, como se demuestra por la correcta aplicación de medidas de información y publicidad, la utilización del slogan del Plan y la mención de la participación FEDER y FSE en los expedientes, por parte de los organismos que participan en estas intervenciones.

Estos buenos resultados se explican por el conocimiento adquirido, *derivado de la participación en cursos y jornadas técnicas*, en aspectos concretos sobre la gestión de las operaciones, el control, su seguimiento y evaluación, los resultados que se alcanzan son aceptables.

Así, se ha realizado un esfuerzo por elevar la cualificación de los técnicos que gestionan recursos comunitarios en estos primeros años de aplicación de los PO. En este sentido, la organización de seminarios y jornadas especializados en las distintas parcelas necesarias para la óptima gestión de fondos ha permitido proporcionar información muy útil sobre los diversos cambios normativos del nuevo período. La consideración que los participantes hacen de este tipo de acciones formativas muestra las ventajas que tienen para un mejor entendimiento de los procedimientos vinculados a la gestión, control, seguimiento y evaluación e información y publicidad de los Programa Operativo FEDER y FSE de la Región de Murcia.

En particular, tales ventajas de la formación proporcionada se observan, especialmente, en el ámbito de la comunicación, dentro de una apreciación general media bastante buena en todos los aspectos de la gestión. A su vez, son las entidades locales y los órganos dependientes de la AGE los que dan la máxima valoración a dichas actividades.

Considerando todo lo anterior, se ha calculado el indicador del grado de conocimiento de las obligaciones existentes teniendo en cuenta la desagregación practicada de *conocimiento general y aplicado*, lo que ha permitido una mejor aproximación a la realidad.

Por otra parte, el impacto producido por la información facilitada a los órganos gestores relacionada, tanto con la comunicación de la Política de Cohesión en general y de los PO FEDER y FSE de la Región de Murcia en particular, como con los procedimientos de gestión de los fondos, se ha medido a través del indicador de la **tasa de satisfacción**, que alcanza un valor del **78,7%**.

Dicho indicador se ha construido a partir de las valoraciones dadas, por los participantes de las sesiones informativas celebradas hasta marzo de 2010, a los objetivos satisfechos por las mismas. Se constata que la creación de espacios de información y puesta en común constituyen un instrumento valioso para generar una actitud proactiva en los órganos que gestionen recursos comunitarios, en la medida en que los contenidos que se abordan y los objetivos que se pretenden han resultado interesantes.

Esta valoración coincide con las opiniones recogidas a través de los grupos de discusión realizados, en los que la mayor parte de los gestores asistentes señalaban además como adecuada la calidad de la información facilitada en relación a las condiciones a cumplir para poder acceder a las oportunidades que brindan los Fondos Estructurales.

Así, las valoraciones obtenidas han sido positivas, en especial entre los organismos locales, lo que indica que la satisfacción respecto a la información proporcionada ha sido elevada, estimulando, por consiguiente, la profundización en los temas tratados. Este hecho favorece la sostenibilidad o durabilidad de los efectos de la información transmitida, y facilita que la comunicación se extienda a todos los ámbitos de la gestión de las administraciones.

De hecho, en algún caso, como el ICEX, se han organizado jornadas a nivel interno, con el objetivo de informar al personal de su participación en varios PO, entre ellos el de la Región de Murcia, así como de los procedimientos de gestión y control de los fondos. Al igual, la DG para el Desarrollo de la Sociedad de la Información, el Ministerio de Política Territorial, la DG PYME, entre otros, también han organizado actos para divulgar su participación en los PO. En el ámbito de la Región de Murcia, han sido el Instituto de la Juventud y la Dirección General de Patrimonio y Biodiversidad las que han realizado este tipo de encuentros para informar de los objetivos perseguidos en lo que respecta a los temas prioritarios en los que participan.

En consecuencia, el impacto asociado a estas actividades se juzga de forma positiva, al evidenciar el efecto de la información facilitada a los órganos gestores sobre el proceso de comunicación y propiciando, de forma inducida, la aproximación de potenciales beneficiarios a los Fondos Estructurales. Sin embargo, aún presenta márgenes de mejora, que deberán alcanzarse en los próximos años, a través de una intensificación en las tareas de formación e información a los órganos gestores.

Finalmente, un último indicador para medir el impacto de las acciones de información y publicidad sobre los organismos gestores y beneficiarios de las ayudas es el de la **Tasa de utilidad de las actuaciones**. El cálculo de la Tasa, que pretende capturar el efecto de las actividades de información desarrolladas sobre la mejora en la aplicación de las medidas de comunicación por parte de órganos gestores y beneficiarios de los fondos, arroja un valor del **87%**.

Al objeto de cuantificar dicho impacto, se han analizado las valoraciones de los órganos gestores respecto a la organización de actos o seminarios sobre Fondos Europeos y su

idoneidad como instrumento de formación e información. En este sentido, la opinión general apunta hacia la idea de que este tipo de actividades en formato de jornadas o cursos es muy adecuado por la obtención de información de primera mano y la posibilidad de interactuar. Así, la valoración media ha sido notable y la tasa de utilidad estimada es cercana al 90%.

En lo referente a la logística y organización de los mismos, se aprecian determinados elementos que presentan márgenes de mejora. Así, la organización de las sesiones o eventos realizados ha sido valorada positivamente. La valoración general de las mismas como instrumento de información y formación es igualmente muy elevada.

TABLA 2. RESUMEN DE LOS INDICADORES DE IMPACTO SOBRE LOS ORGANISMOS GESTORES Y BENEFICIARIOS DE LAS AYUDAS (%).

	VALOR
GRADO DE CONOCIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES EXISTENTES	General: 94,9%
TASA DE SATISFACCIÓN RESPECTO A LA INFORMACIÓN FACILITADA	78,67%
TASA DE UTILIDAD DE LAS ACTUACIONES	87,00%

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

En síntesis, cabe concluir que el avance en el logro de los objetivos finales del Plan de Comunicación de informar a los beneficiarios y los beneficiarios potenciales de las oportunidades que abren los PO, así como de continuar asegurando la transparencia de las intervenciones, ha sido adecuado, a juzgar por el comportamiento de los anteriores indicadores de impacto (Tabla 2).

El elevado conocimiento de las obligaciones en materia de información y publicidad observado, unido a la calidad de la información que se ha facilitado y la utilidad de las actividades formativas desarrolladas, ha fortalecido la capacidad de comunicación y, en consecuencia, la difusión de las posibilidades que brinda el FEDER y el FSE en la Región de Murcia y el acceso a su financiación de una forma transparente.

No obstante, y a pesar de los buenos resultados registrados, de todos los aspectos analizados por los distintos colectivos implicados en la aplicación de los fondos, a través de los cuestionarios remitidos y de los grupos de discusión realizados para valorar la accesibilidad y calidad de la información proporcionada, se deduce que aún queda un largo camino con relación al desarrollo de acciones por parte de los gestores de cara a mejorar la visibilidad de las actuaciones cofinanciadas por los Fondos Europeos. Así, la mitad de los organismos consultados afirman haber remitido notas de prensa o haber publicado noticias en medios de comunicación con relación a los PO y el papel desempeñado por la UE. La organización de jornadas u otro tipo de eventos con la finalidad de dar a conocer los logros de los Fondos, no han sido tampoco frecuentes entre los gestores.

Sin embargo, estos resultados pueden asociarse al hecho de que muchos de los proyectos desarrollados en el marco de los PO se encuentran aún en sus fases iniciales, por lo que es previsible que a medida que se avance en su ejecución, las actuaciones publicitarias cobren cada vez una relevancia mayor, incrementándose, en consecuencia, el impacto derivado de las mismas.

De cara a valorar **el impacto de las acciones de información y población sobre el conjunto de la población**, los resultados de la encuesta realizada a la población murciana sugieren que los PO FEDER y FSE regionales son unos instrumentos que no han pasado desapercibidos para la mayor parte de los habitantes de la región. Sin duda, la participación de la Región en los períodos de programación precedentes y la existencia de estructuras de información ya consolidadas (como los Puntos de Información Europea) ha acercado a la población la acción de la UE a través de este instrumento de la Política Regional.

De hecho, más del **62% de la población de la Región de Murcia dicen saber que la región recibe fondos de la UE** para contribuir a su progreso económico y social, frente a un 24% que declara no conocer dicha situación. Este resultado parece poner claro la percepción de la presencia de la UE entre la población murciana, por cuanto una parte significativa de ella entiende como la UE afecta a la vida de las personas de distintas formas. Esta evidencia resulta más significativa entre la población masculina. Así, el porcentaje de hombres que afirman conocer la percepción de Fondos de la UE es del 67,8%, mientras que en el caso de las mujeres es del 56,6%. Por tramos de edad, es la población entre 25 y 54 años la que cuenta con un mayor grado de conocimiento en este sentido.

Una de las maneras en las que esta influencia es más notoria es la que se produce a través de la Política Regional. En este sentido, **el 47,0% de la población murciana conoce la existencia del FEDER**. No obstante este porcentaje varía en función del sexo, registrándose peores resultados entre las mujeres (35,3%) frente a los hombres (58,6%). Este nivel varía también por tramos de edad, y en el caso de la población joven (de entre 15 y 24 años), el 72,3% de las personas residentes en la Región de Murcia ignoran la existencia del FEDER. Por lo que se refiere al **FSE, el porcentaje de la población que ha oído hablar del mismo alcanza el 46,8%**, resultando especialmente consciente la población masculina y con edades comprendidas entre los 25 y los 54 años.

En resumen, teniendo en cuenta los resultados anteriores, se han calculado los indicadores de impacto relativos al **Grado de conocimiento de los Fondos Estructurales** y al **Grado de conocimiento del papel desempeñado por la UE**. La Tabla 3 recoge los valores estimados para los mismos.

Este resultado debe considerarse de forma positiva, ya que la mayoría de la población murciana de entre 25 a 74 años es consciente de los recursos que la UE invierte a través de los Fondos Estructurales y solamente un porcentaje inferior al 30% declara lo contrario.

TABLA 3. RESUMEN DE LOS INDICADORES DE IMPACTO SOBRE EL CONJUNTO DE LA POBLACIÓN DE LA REGIÓN DE MURCIA

	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR
GRADO DE CONOCIMIENTO DE LOS FONDOS ESTRUCTURALES	% personas que conocen la existencia de los FF.EE.	FEDER:47,0 % FSE: 46,8%
GRADO DE CONOCIMIENTO DEL PAPEL DESEMPEÑADO POR LA UE	% personas que conocen que la Región es perceptora de recursos de la UE	62,2%

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

Si se considera la opinión que existe sobre la situación en algunos de los ámbitos prioritarios para el Programa, corroborada en los grupos de discusión celebrados, la conclusión que se obtiene es que las inversiones llevadas a cabo que han sido más percibidas por la población son las relativas a la mejora de la dotación de infraestructuras. En el ámbito del FSE, son las ayudas a empresas y las actuaciones de formación las que más están contribuyendo a la difusión de la contribución de los Fondos Europeos al desarrollo regional.

En el análisis del **mayor impacto de las actuaciones de información y publicidad relacionadas con el desarrollo de infraestructuras**, hay que tener en cuenta que el esfuerzo llevado a cabo en los últimos años por mejorar la accesibilidad de la región ha sido muy relevante. Ello ha motivado que la participación de la UE en este tipo de proyectos de la región sea visible para el 54% de las personas de la Región de Murcia que conocen la existencia de los Fondos Estructurales, alcanzándose prácticamente el 59% en el caso de la población masculina.

De las encuestas realizadas se concluye, coincidiendo con las opiniones recogidas en los grupos de discusión, que a las actuaciones en infraestructuras le siguen en importancia las operaciones de formación y empleo, por un lado, y de lucha contra la exclusión social, por otro, gracias a las múltiples ayudas que está proporcionando en la región el FSE para mejorar el capital humano, las posibilidades de desarrollo profesional de la población activa murciana y la integración de los colectivos más desfavorecidos. Así lo piensa el 49,2% y el 46,1%, respectivamente, de la población que dice saber de la existencia de los Fondos Estructurales, registrándose resultados similares para ambos sexos.

Al igual, los proyectos de carácter ambiental resultan también conocidos, debido a su importancia en la programación del FEDER, tanto del período anterior, como en la actual, con inversiones de conservación de áreas protegidas, tratamiento de residuos, distribución y depuración de agua, fomento de energías renovables (especialmente solar).

Sin embargo, los proyectos de mejora de la competitividad y la internacionalización de la empresa murciana, junto a las inversiones en proyectos de I+D+i, resultan menos visibles de cara a la población. De hecho, la visibilidad de estas actuaciones es notablemente inferior en este tipo de inversiones, que tan sólo son conocidas por el 30% y

el 39,7% respectivamente, de las personas que conocen la existencia de los Fondos Estructurales.

El hecho de que los requisitos de publicidad de estas tipologías de operaciones se centren, en mayor medida, en los requisitos a cumplir por los beneficiarios, y que los efectos de las mismas sobre el conjunto de la población sean de carácter indirecto, justifican que su notoriedad sea menos clara para la mayor parte de la ciudadanía.

En todo caso, los medios de comunicación social constituyen el principal canal de información para la mayoría de las personas. Más del 80% reconocen haber accedido a información sobre la UE y los Fondos Estructurales a través de anuncios en televisión, prensa o radio.

Otros soportes de comunicación con un efecto difusor menos destacado son el material de cartelería (33%), así como las vallas que deben instalarse en las obras de construcción (32%). Esta situación puede deberse a que en la actualidad el número de proyectos de este tipo no ha sido muy numeroso, por lo que sólo ha sido visible para una reducida parte de la población frente a otros soportes, como los medios de comunicación, a los que ha tenido acceso un mayor número de personas.

Es bastante revelador el poder de la comunicación interpersonal, como canal para acceder a la información relacionada con los Fondos y la Política Regional. De hecho, aparece como la segunda vía, después de los medios de comunicación, a través de la cual se ha tenido conocimiento de la cofinanciación de la UE, con un 35% de las personas encuestadas que afirmaban conocer la existencia de los Fondos Estructurales. En consecuencia, las **experiencias personales de intercambio de información** se configuran como elemento multiplicador de la visibilidad de los proyectos, aunque a bastante distancia del efecto generado por los anuncios en prensa, radio o televisión.

Asimismo, la confianza de la población murciana en la importancia de la Política de Cohesión se estima muy favorable. De esta forma, el 23,2% de las personas encuestadas conocedoras de su existencia cree que el papel desempeñado por los Fondos en la región ha sido muy beneficioso o absolutamente crucial, y el 44,3% lo juzga de manera positiva. En consecuencia, el objetivo de propiciar un desarrollo económico y social para el conjunto del territorio es muy bien percibido por la población murciana. Tan sólo el 11% piensa que su importancia para el desarrollo regional ha sido irrelevante, un porcentaje levemente inferior al de personas que no se pronuncian.

El tamaño de este último grupo de “*indecisos*” puede indicar la necesidad de mejorar la comunicación para destacar, no sólo el apoyo financiero de los Fondos, sino también otros beneficios derivados que aportan valor añadido, como la cooperación y el partenariado o la buena gobernanza en la administración de los recursos, gracias a los sistemas de seguimiento, evaluación y control de las ayudas comunitarias.

Por último, hay que señalar que el lema elegido de “*Creemos con Europa*” para reflejar el papel que juega la UE en el desarrollo económico y social goza de bastante popularidad en la Región. No obstante, el 38% de las personas que dicen conocer las intervenciones asociadas a los Fondos, no comparten el contenido del lema para destacar la labor de la UE en la Región de Murcia, por lo que aún se aprecian márgenes de mejora.

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES: PROPUESTAS DE MEDIDAS A ADOPTAR

Se incluyen a continuación las conclusiones más relevantes extraídas del desarrollo del presente estudio de evaluación, así como las recomendaciones que se deducen de los elementos críticos identificados para la mejora del funcionamiento general del Plan de Comunicación en los años que restan de aplicación de Fondos.

Las consideraciones que se presentan no tienen un carácter exhaustivo, siendo precisa la lectura íntegra del Informe de cara tanto a una mejor comprensión de las mismas, como a una visión más completa de la situación actual de la información y publicidad relativa a las intervenciones estructurales en la Región de Murcia y de los resultados que el Plan de Comunicación de los PO está produciendo hasta la fecha.

1. Sobre la adecuación y pertinencia de la estrategia de comunicación del Plan

1. El Plan de Comunicación de los PO FEDER y FSE de la Región de Murcia contiene todos los elementos exigidos reglamentariamente. Ello ha permitido integrar la información y publicidad en todas las etapas del ciclo de aplicación de los Fondos: desde las fases iniciales de diseño y preparación de las operaciones, hasta su ejecución, seguimiento, control y difusión final de los resultados alcanzados.
2. El análisis de la estrategia de comunicación permite concluir que la lógica del Plan es adecuada, ya que las medidas previstas son coherentes con los objetivos establecidos y responden a las necesidades de los diferentes grupos destinatarios. Del mismo modo, los soportes de comunicación contemplados se consideran óptimos para la ejecución de las actuaciones del Plan. No obstante, se echa en falta una mayor agrupación de las actuaciones planteadas por ámbito temático o medida, dotando a la estrategia de una mejor articulación y visibilidad, así como un mayor desglose del presupuesto previsto para el desarrollo de estas actuaciones de información y publicidad.

La estrategia planteada para el desarrollo de las acciones de información y publicidad resulta coherente y pertinente. No obstante, cabe ponderar la conveniencia de mejorar la formulación estratégica, por lo que se sugiere:

R.1

Incidir en mayor medida en la formación de los medios de comunicación con relación a los fondos comunitarios, considerado como uno de los objetivos estratégicos del Plan, de forma que se consiga un mayor impacto en la difusión de la contribución comunitaria al desarrollo regional.

R.2

Implicar de una forma más activa a los beneficiarios privados de las ayudas, como ejecutores de acciones de información y publicidad de las operaciones cofinanciadas de las que se han favorecido.

II. Sobre la calidad de la ejecución, el seguimiento y la situación actual de las Medidas de Comunicación

3. Las actuaciones desarrolladas han permitido hacer llegar la información desde el inicio de la programación a todos los destinatarios del Plan, dirigiéndose especialmente, debido a la fase de desarrollo en la que se encuentran los PO, a potenciales beneficiarios y gestores, cuyas necesidades de información en la fase de puesta en marcha de las actuaciones son mayores. En el caso de los gestores, la difusión de las obligaciones en materia de gestión, seguimiento y control ha concentrado una parte importante de la información que se les ha ido aportando, bien a través de jornadas, o de documentos de referencia que se les ha hecho llegar a través de distintos medios. En el caso de los beneficiarios potenciales, los anuncios en distintos medios de comunicación, así como las jornadas informativas desarrolladas por el INFO, entre otros organismos, han sido algunas de las actuaciones que han podido tener un mayor alcance.
4. Con relación a la evolución de los indicadores de seguimiento hasta marzo de 2010, se constata que se han alcanzado elevados niveles de eficacia en todos los casos, y particularmente en los indicadores 1 (*actividades y actos públicos*), 2 (*acciones de difusión*) y 3 (*publicaciones realizadas*). En estos tres casos, y especialmente con relación a las publicaciones realizadas, a pesar de la reprogramación realizada coincidiendo con la presentación de los Informes Anuales de Ejecución de 2009 de los PO FEDER y FSE de la Región de Murcia, el alto nivel de eficacia alcanzada (98,60%) parece indicar que se alcanzarán las expectativas planteadas antes de finalizar la programación.
5. Existen distintos organismos, pertenecientes tanto a la Administración Regional como a la Administración General del Estado, que no han registrado prácticamente ejecución de los distintos indicadores de ejecución. En concreto, esta circunstancia ha sido más evidente en organismos como el Instituto de la Juventud de la Región de Murcia, la Dirección General de Política Comercial o la Subdirección General de Incentivos regionales.

Con el fin de contribuir al avance en el desarrollo del Plan de Comunicación de los PO del FEDER y del FSE de la Región de Murcia, así como de adecuar el ritmo de ejecución a la realidad observada en estos primeros años de la programación, se plantean las siguientes recomendaciones:

 <p>R.3</p>	<p><i>De cara a las próximas anualidades, es preciso centrar la ejecución en las actividades destinadas al público en general, aprovechando la mayor implementación de proyectos para destacar los resultados de las operaciones apoyadas por el FEDER y el FSE.</i></p>
 <p>R.4</p>	<p><i>Realizar un estrecho seguimiento de aquellos indicadores que podrían ser objeto de posible revisión en un futuro por estar muy próximos a los valores-objetivo.</i></p>
 <p>R.5</p>	<p><i>Realizar un seguimiento específico de los organismos que no han tenido ejecución en alguno de los indicadores de comunicación con el fin de acelerar la puesta en marcha de sus actividades de información y publicidad.</i></p>

6. La elaboración del “Manual Práctico de Información y Publicidad de las Actividades de los Fondos Estructurales 2007-2013” ha contribuido a facilitar la gestión de las acciones de comunicación y al cumplimiento de las exigencias y especificaciones técnicas impuestas por la normativa comunitaria y autonómica que rige la aplicación del FEDER y el FSE en la Región de Murcia.
7. Gracias a la creación y buen funcionamiento de las redes GERIP y GRECO-AGE se ha conseguido mantener una estrecha colaboración y coordinación entre la Autoridad de Gestión, todos los organismos intermedios y los organismos colaboradores de los PO. Esta labor, se ha visto complementada en el caso de la Región de Murcia con la creación de la Red GRADIMUR, que ha garantizado el flujo de información hacia todos los participantes del programa, permitiendo garantizar así el correcto desarrollo de las obligaciones de información y publicidad.
8. La aplicación específica creada (“Indicadores de Comunicación”) para realizar el seguimiento puntual de la ejecución ha facilitado las tareas de evaluación. No obstante, quedan algunos aspectos de la aplicación con márgenes de mejora. En este sentido, uno de los problemas a los que se enfrenta es la alimentación periódica de información, ya que ésta se ve dificultada al no existir compatibilidad con las aplicaciones de los gestores, lo que obliga al volcado directo de datos en dicha herramienta informática.

Al objeto de optimizar la calidad de los sistemas de gestión implantados, se enumeran las siguientes recomendaciones:

 <p>R.6</p>	<p><i>Proseguir en la introducción de mejoras que optimicen el funcionamiento de la aplicación informática de “Indicadores de Publicidad”, tanto para la carga de información, como a nivel de usuario de la misma, agilizando la capacidad de reporte con soluciones más dinámicas y flexibles que las actuales.</i></p>
--	---

 <p>R.7</p>	<p><i>Corregir los datos de ejecución que muestran valores anormales, como consecuencia de errores en la introducción y grabación de la información. Este hecho se produce, sobre todo, en los indicadores de resultados cuya unidad de medida son porcentajes. Asimismo, es conveniente hacer un control de calidad de la ejecución cargada en la aplicación para que todas las actividades se incluyan en el indicador apropiado.</i></p>
 <p>R.8</p>	<p><i>Reforzar los mecanismos de recopilación de la información relacionada con la ejecución de las medidas de información y publicidad por parte del Organismo Intermedio de la Región de Murcia. Ello facilitaría tener un control más riguroso y puntual de las actuaciones de los organismos gestores del tramo regional de los Programas.</i></p>

9. Se constata que pese al esfuerzo realizado para aumentar la visibilidad de la contribución de los Fondos a la igualdad de oportunidades, la percepción que existe de este hecho presenta márgenes de mejora, ya que tan sólo un reducido porcentaje de la población afirma conocer el apoyo de los Fondos Estructurales a la reducción de las desigualdades sociales entre hombres y mujeres.

Si bien la valoración global respecto al grado de integración de la perspectiva de género en la planificación, puesta en práctica y gestión del Plan de Comunicación de los PO del FEDER y del FSE de la Región de Murcia es positiva, es preciso mejorar, sobre todo, la visibilidad ante el conjunto de la ciudadanía del papel de los Fondos a favor de la igualdad de oportunidades. Para ello, se recomienda:

 <p>R.9</p>	<p><i>Insistir en la inclusión en las campañas de publicidad sobre Fondos Europeos de contenidos, imágenes y mensajes que expresen de forma clara y llamativa la contribución de los Fondos a la igualdad de oportunidades.</i></p>
 <p>R.10</p>	<p><i>Añadir en todas las actividades formativas realizadas, un módulo sobre la contribución del FSE y del FEDER a la igualdad de oportunidades, que sirva a su vez para concienciar a los alumnos de la importancia del impulso al cumplimiento de este objetivo.</i></p>

IV. Sobre el impacto de la programación realizada.

10. Las acciones de información y publicidad destinadas a los organismos gestores de las ayudas, han tenido un impacto muy relevante. Prueba de ello es que todos ellos afirman tener conocimiento del Plan de Comunicación y haber recibido instrucciones a cerca de las obligaciones en materia de información y publicidad. Gracias a ello, la totalidad de los organismos gestores han aplicado correctamente sus obligaciones en este ámbito.
11. En cuanto al cumplimiento de las obligaciones de comunicación de los beneficiarios, éste se ha visto claramente reforzado gracias a la información que se les ha aportado desde los organismos concedentes de las subvenciones, que informan a los mismos en el proceso de solicitud. No obstante, una parte importante de los beneficiarios identifican la carga de la prueba documental de la ejecución de las acciones de difusión con tareas laboriosas y complejas.
12. El papel que desempeña la UE a favor de la mejora de su calidad de vida en la Región de Murcia es reconocido por una parte importante de la población murciana.
13. Entre los canales utilizados para la difusión de información, se constata que son los medios de comunicación social los considerados como principal canal al que accede la mayoría de la población. Junto a ellos, la comunicación interpersonal se considera la segunda forma de acceso a la información sobre los Fondos Estructurales y las posibilidades que éstos ofrecen. No obstante, el mensaje que llega a la población en la mayoría de los casos, es el resultado final de los proyectos, y no el origen de la financiación de los mismos.
14. Entre los proyectos con un mayor impacto entre la población destacan especialmente los relacionados con grandes proyectos de infraestructuras cofinanciadas por el FEDER, gracias al mayor número de acciones de comunicación asociadas a este tipo de proyectos, y a la popularidad con la que cuentan. En el ámbito del Fondo social, son las acciones de formación y empleo las que tienen una mayor repercusión entre la población en general. Por el contrario, los proyectos de I+D+i son en los que menos se percibe la contribución de la UE. En este último caso, su carácter intangible hace que su visibilidad se diluya y sea menos percibida su cofinanciación por la ciudadanía.
15. Por último, alrededor del 67% de la población murciana sabe del papel positivo desempeñado por los Fondos, reconociendo de esta forma su importancia en el desarrollo regional. Tan sólo el 11% de la ciudadanía considera esta aportación como irrelevante.

Con vistas a maximizar los impactos de la estrategia y las medidas de información y publicidad del Plan de Comunicación, se propone:

 <p>R.11</p>	<p><i>Se estima muy conveniente la mayor implicación de las entidades gestoras de fondos para la difusión de las operaciones cofinanciadas a través de notas de prensa.</i></p>
 <p>R.12</p>	<p><i>Animar a los responsables públicos a destacar, no sólo la gestión de los fondos y los resultados de los proyectos ejecutados, sino también el origen de los fondos, situando la cofinanciación como un valor más a resaltar.</i></p>
 <p>R.13</p>	<p><i>Debido al menor grado de conocimiento sobre la aportación de la UE al desarrollo regional en el tramo de edad comprendido entre los 15 y los 24 años, se estima conveniente seguir incidiendo en el desarrollo de actuaciones de información y publicidad destinadas a la población más joven. Así, el apoyo al desarrollo y continuidad de actuaciones como el concurso "Crecemos con Europa", desarrollado en Institutos y colegios, se considera esencial para obtener resultados en este sentido.</i></p>

8. BUENAS PRÁCTICAS

La detección, análisis y transferencia de buenas prácticas constituye una herramienta muy relevante para la gestión pública y para el avance en la consecución de los objetivos de la Política Regional Comunitaria, de forma general, y del Plan de Comunicación de los PO FEDER y FSE de la Región de Murcia, de forma más particular.

De acuerdo con ello, el presente capítulo define, con ayuda del marco conceptual que representa 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”* los casos de buenas prácticas que se han desarrollado en el marco del Plan de Comunicación de los PO del FEDER y del FSE de la Región de Murcia desde el año 2007 hasta el primer trimestre de 2010.

En este contexto, se ha tratado de aportar una definición operativa, clara y motivadora de lo que constituye una buena práctica, de modo que sirva para ilustrar, con ejemplos representativos, el comportamiento que favorece la mejora de la visibilidad de los resultados de la Política Regional en la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia y la transparencia en la gestión de los Fondos Estructurales.

Así, se estima que constituye una buena práctica aquel proyecto o actuación, técnica o medio de gestión vinculado al ámbito de la información y la publicidad en el que confluyan varias de las siguientes características:

- ✦ 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.

Esta selección de buenas prácticas bajo los criterios homogéneos recogidos en la *“Guía Metodológica”* en todos los ámbitos, garantiza, de un lado la eficacia y transparencia, al tiempo que facilita el intercambio de experiencias en los foros habilitados para ello, destacando las redes INFORM e INICIO, así como GERIP y GRECO-AGE.

Además, el diseño del sistema, tanto para las tareas de seguimiento, como para las de evaluación permite mantener un registro de todas las actuaciones que a lo largo de cada

anualidad han sido consideradas buenas prácticas en los Informes Anuales de Ejecución y en los correspondientes Informes de Evaluación.

Adicionalmente, la identificación de estos ejemplos de buenas prácticas permite ilustrar muchas de las conclusiones recogidas anteriormente, poniendo en valor la variedad de las actuaciones desarrolladas, su calidad y la adecuación de las mismas a los criterios recogidos en el Plan de Comunicación de los PO del FEDER y del FSE de la Región de Murcia, 2007-2013, así como su contribución a los objetivos generales de la Política Regional Europea.

De acuerdo con todo ello, se presenta a continuación la selección realizada por el equipo evaluador de los casos de buenas prácticas, constatándose para cada una de ellas el cumplimiento de los criterios expuestos anteriormente.

En primer lugar, se presenta como buena práctica el *"Desarrollo y realización del concurso "Crece con Europa"*.

La acción ha consistido en la realización de un concurso que se basa en la adaptación del juego de la empresa Educa-Borrás llamado "Conocer Europa", y con el que la Comunidad Autónoma pretende dar a conocer entre niños y niñas de la Región de Murcia, el significado de formar parte de la Unión Europea. De esta forma, se pretende trasladarles la importancia de la política comunitaria, y su influencia en el desarrollo económico y social, a través de un lenguaje claro y sencillo, adecuado al público objetivo.

Se considera que es una buena práctica,

Por el uso de recursos innovadores en su presentación, organización y desarrollo, ya que la acción destaca tanto por el novedoso método utilizado en la difusión de información relacionada con la Unión Europea, como por el público objetivo de la acción. De esta forma, a través de la realización del concurso se busca transmitir entre la población, desde edades tempranas, la importancia del proyecto de construcción europea, utilizando para ello un juego sencillo y adaptado al público infantil.

Por la adecuación de los contenidos a los objetivos establecidos. A través de la realización del concurso, se ha contribuido a incrementar la visibilidad de Europa y a mejorar el conocimiento que los más jóvenes tienen de ella. Asimismo, las acciones de promoción del juego han sido coherentes con el fin perseguido de acercar Europa a la población infantil de la Región de Murcia.

Por la incorporación de criterios de Igualdad de Oportunidades. Se ha cuidado especialmente la redacción de los contenidos del juego, así como las bases del desarrollo del mismo, no haciendo uso en ningún momento de lenguaje sexista, ni de elementos que puedan suponer discriminaciones por razón de género. El principio de Igualdad ha sido tenido en cuenta además en todos los soportes de publicidad utilizados para la difusión del concurso. Así, en la imagen del concurso que aparece en carteles, webs y otros medios, aparece la imagen de una niña y de un niño, haciendo un uso equitativo de la imagen de ambos sexos.

Por la adecuación con el objetivo general de difusión de los Fondos, puesto que se trata de una acción específica en materia de información y publicidad, contemplada en el Plan de Comunicación, con el que se mejora la comprensión por parte del público infantil de la importancia de los Fondos Europeos en el bienestar y el progreso regional. De hecho, el juego ofrece el significado de pertenecer a la Unión Europea, proporcionando información sobre los objetivos e instrumentos de la política de cohesión y destacando la importancia que la ayuda financiera procedente de estos fondos de la UE, tiene en el desarrollo económico y social, aprovechando para mostrar ejemplos concretos de proyectos financiados en la Región con estos recursos.

Por el *alto grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción*. Se cumple con el objetivo de lograr una amplia difusión del juego, ya que el concurso se desarrolla entre equipos formados en los diferentes Centros Educativos, públicos y privados, que imparten en la Región de Murcia el segundo ciclo de la ESO (Enseñanza Secundaria Obligatoria). Además de la participación de centros educativos de toda la Región, la difusión del concurso a través de distintos medios de comunicación garantiza además la difusión de la actuación entre todo tipo de público. En particular, el despliegue realizado de carteles de lanzamiento, campaña en medios, actos de presentación y difusión, distribución de camisetas promocionales, reportajes gráficos, Producción de Videos, participación de las TV en las fases finales del concurso, etc. asegura la mayor cobertura posible.

Por la *evidencia de un alto grado de calidad de la actuación*, El desarrollo del juego, cuya puesta en práctica se inició en el curso escolar 2005-2006, y que se mantiene para el periodo 2007-2013, ha sido destacado por la Comisión Europea como buena práctica en materia de información y publicidad, lo que evidencia el alto grado de calidad de la actuación. Esta buena práctica ha sido además incorporada en el desarrollo de las actuaciones de publicidad en otras regiones, a raíz de su difusión como práctica exitosa a nivel europeo.

Por el *uso de nuevas tecnologías de la información*. Las TIC han sido uno de los canales utilizados para la difusión del Concurso por internet, medio a través del cual se tiene acceso a las bases de las distintas convocatorias, a la información sobre los centros participantes, y a la evolución del concurso en sus distintas fases, incorporando además reportajes gráficos de cada uno de los centros en los que se ha desarrollado la acción.



Otra “buena práctica” sería la **“Publicación de los resúmenes elaborados de los Programas Operativos del FEDER y del FSE, 2007-2013, de la Región de Murcia”**.

La acción ha consistido en la elaboración de dos publicaciones, una por cada uno de los Programas Operativos, acercando los aspectos más relevantes de los PO al público en general. Se pretende así dar a conocer a la población el alcance e importancia de las actuaciones cofinanciadas por los Fondos Europeos.

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

Por el *uso de recursos innovadores en la presentación, organización y desarrollo*, ya que se acerca a la población de una forma clara y sencilla, el contenido de los PO, facilitando tanto su accesibilidad, como la identificación de las acciones desarrolladas en el marco de la Unión Europea y la Política Regional.

Por la *adecuación de los contenidos a los objetivos establecidos*. A través de la publicación del resumen de los programas, se contribuye de forma general a los objetivos planteados en el Plan de Comunicación de los PO del FEDER y del FSE, y de forma particular a garantizar la transparencia en la gestión de los Fondos Europeos.

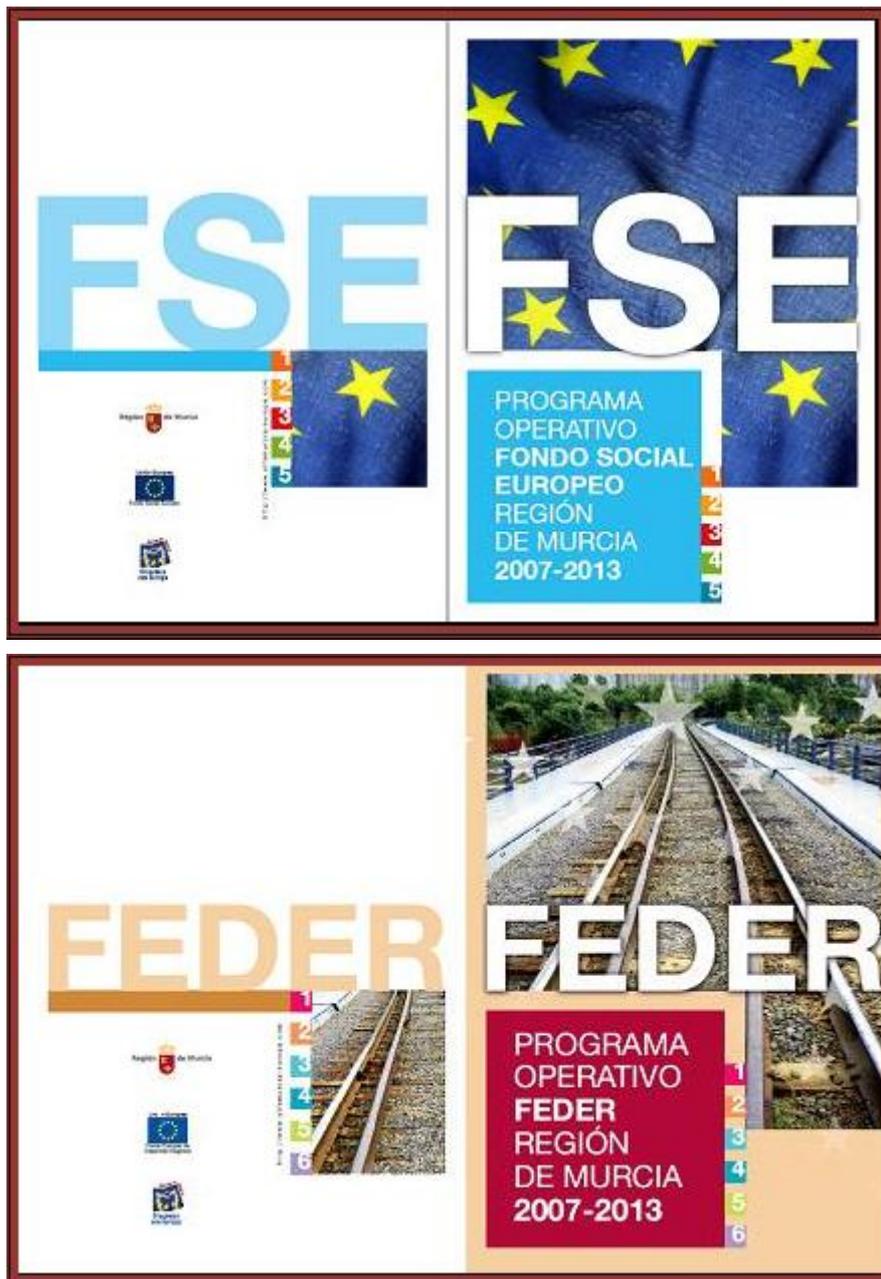
Por la *incorporación de criterios de Igualdad de Oportunidades*. La consideración de la Igualdad de Género se ha materializado en varios aspectos relevantes: desde el uso de un lenguaje no sexista, al empleo de ejemplos gráficos que destacan posibles operaciones subvencionables por los fondos europeos con una incidencia positiva sobre la población femenina.

Por la *adecuación con el objetivo general de difusión de los Fondos*. Las publicaciones contribuyen sobre manera a destacar el papel desempeñado por la Comunidad en la gestión de Fondos Europeos, transmitiendo el papel conjunto de la Unión Europea y la CARM en el progreso de la región y, por ende, en la mejora de la calidad de vida de los ciudadanos.

Por el *alto grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción*, puesto que se ha conseguido una amplia difusión de los PO, gracias a su publicación en el Portal Web SIFE, dependiente del Organismo Intermedio de los PO FEDER y FSE, pero también porque de ambas publicaciones se ha realizado una amplia distribución a una variada selección de instituciones y centros públicos y privados.

Por la *evidencia de un alto grado de calidad de la actuación*, que se manifiesta en la claridad de los contenidos incluidos, y la calidad gráfica de los documentos, incrementándose de esta forma el atractivo de las publicaciones para el público en general.

Por el uso de nuevas tecnologías de la información. Las TIC han sido uno de los canales utilizados para la difusión de las publicaciones por internet, ya que se permite su descarga desde el Portal Web del Organismo Intermedio de los PO FEDER y FSE; creado como Servicio de Información de Fondos Europeos.



Una “buena práctica” adicional sería la “**Constitución del grupo de trabajo de información y publicidad de la CARM, GRADIMUR**”.

La acción ha consistido en la creación de un grupo de trabajo que permite el encuentro y coordinación, de forma periódica, de todos los centros gestores responsables de las medidas de información y publicidad en la Región de Murcia, correspondientes a actuaciones cofinanciadas por el FEDER y el FSE. Se garantiza de esta forma el intercambio de buenas prácticas y de experiencias en materia de información y publicidad, además de la correcta aplicación de las obligaciones en esta materia.

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

Por el *uso de recursos innovadores en la presentación, organización y desarrollo*, ya que es la primera vez que en la Región de Murcia se establece un foro de discusión destinado exclusivamente a garantizar la recopilación y análisis de las actuaciones desarrolladas en materia de información y publicidad, cofinanciadas por los Fondos Europeos

Por la *adecuación de los contenidos a los objetivos establecidos*. A través de la constitución del grupo, se contribuye al correcto cumplimiento de las obligaciones en materia de información y publicidad, garantizando la correcta aplicación de la normativa comunitaria. Se garantiza además la integración de las tareas relacionadas con este tipo de obligaciones en las labores habituales de gestión, seguimiento y control de los órganos gestores.

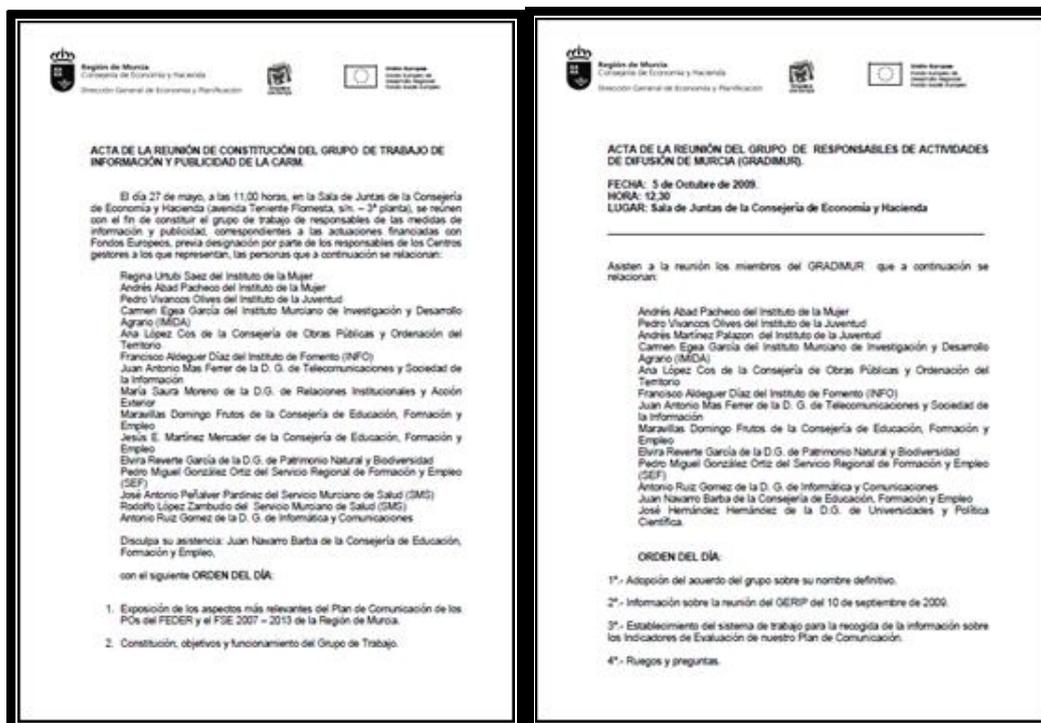
Por la *incorporación de criterios de Igualdad de Oportunidades*. Entre los integrantes del grupo GRADIMUR se encuentran representantes del Instituto de la Mujer, garantizándose la presencia y participación de entidades que velan por el cumplimiento de la igualdad de oportunidades en el desarrollo de los acuerdos alcanzados.

Por la *adecuación con el objetivo general de difusión de los Fondos*. A través del grupo GRADIMUR, se pretende lograr una mayor coherencia y coordinación en el desarrollo de actuaciones de información y publicidad, garantizando, de esta forma, la generación de sinergias que permitan un mayor alcance de las mismas.

Por el *alto grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción*, incluyéndose entre los integrantes del grupo GRADIMUR a todos los órganos gestores responsables de las actuaciones de información y publicidad. De esta forma, al estar integrados en el Grupo, se garantiza la difusión entre los destinatarios de la acción de las conclusiones y acuerdos alcanzados en las reuniones.

Por la *evidencia de un alto grado de calidad de la actuación*. La constitución del grupo GRADIMUR contribuye a incrementar la eficacia de las actuaciones de información y publicidad contempladas en el Plan de Comunicación. Garantiza además el adecuado cumplimiento de la normativa comunitaria, ofreciendo un canal de comunicación directo entre los órganos gestores y el Organismo Intermedio de los PO FEDER y FSE.

Por el uso de nuevas tecnologías de la información. Las TIC han sido el principal vehículo de comunicación entre los miembros de GRADIMUR, al ser la vía a través de la cual se han distribuido las convocatorias a las reuniones celebradas, así como las actas reflejo de lo acordado en las mismas.



Otra “buena práctica” sería el **“Protocolo de actuación en relación con la presentación, información y difusión de los Programas de ayudas del Instituto de Fomento de la Región de Murcia”**.

El Instituto de Fomento de la Región de Murcia, como entidad de derecho público, adscrita a la Consejería de Universidades, Empresa e Investigación, ejecutor de la política de fomento y desarrollo de la economía del Gobierno Regional de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia e instrumento dinamizador y de apoyo a las empresas de la Región, convoca anualmente sus Programas de Ayudas, en el marco del Programa Operativo FEDER 2007-2013 de la Región de Murcia.

Consciente de la trascendencia de dar la máxima difusión a estos programas de ayudas, tanto a los beneficiarios potenciales, como al público en general, el Info realiza anualmente una campaña de publicidad de los programas de ayuda que contempla tanto la publicación en prensa, como cuñas de radio y spots de televisión.

Pero tan importante como estas actuaciones resulta hacer las presentaciones oportunas de estos programas de ayuda en los foros adecuados (organizaciones empresariales,

sindicales, cámaras de comercio, ayuntamientos, etc.) y atender e informar a las pymes y emprendedores de toda la geografía regional sobre los programas de ayudas y servicios que presta el Instituto de Fomento.

El protocolo de actuación para la presentación de las ayudas ha sido el siguiente:

- + Publicación de convocatorias de ayudas en el Boletín Oficial de la Región de Murcia.
- + Presentación por el Consejero a los medios de comunicación.
- + Campaña INFO de difusión en medios de comunicación y soportes publicitarios.
- + Presentaciones de ayudas a petición de Asociaciones Empresariales, Ayuntamientos, Cámaras de Comercio, siguiendo el siguiente protocolo:
 - + Las entidades solicitan al INFO una presentación de ayudas en su entidad.
 - + Acuerdo de fecha, lugar y hora y si se celebra de manera conjunta con otras asociaciones del municipio.
 - + Coordinación del Departamento de Información Empresarial INFO y Dirección INFO para elaborar la agenda de ponentes.
 - + Dirección INFO y técnicos, realizan las presentaciones en algunos casos con representantes de otros Centros Directivos de la Administración Regional (SEF, D.G. Industria, etc.)
 - + El INFO elabora una carta de convocatoria para la presentación de ayudas con los datos acordados, logos, etc.
 - + Se coordina la integración de los programas de ayuda con la base de datos del Infodirecto (página web del Info).
 - + La entidad anfitriona hace la difusión del acto con el envío de la carta referenciada que envían a sus bases de datos y con la difusión en los medios locales.
 - + Envío de la documentación y folletos de ayudas de la campaña que se va a entregar en el acto con la entidad colaboradora.
 - + Personal del INFO se persona en el local para revisar los medios técnicos, la imagen del acto y la documentación.
 - + En caso de que haya rueda de prensa o entrevista al ponente que vaya a realizar la presentación, se coordina con el personal de alcaldía o de la entidad pertinente y se realiza antes del acto.
 - + Elaboración de informe y nota de prensa del acto para archivo documental, difusión de información interna y posteriores memorias de actuaciones.

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

El uso de recursos innovadores en la presentación, organización y desarrollo. Se puede acceder a la información y tramitación de las ayudas por medios telemáticos, a través del servicio INFO-Directo. Por otro lado, se estructuran las presentaciones por bloques sectoriales o de actividad con la finalidad de ajustar la información a los sectores más interesados, y puntuando con mayor graduación en algunos programas a aquellas empresas que desarrollan procesos innovadores productivos.

Las presentaciones se realizan de forma física en las localidades y sedes de las asociaciones, agencias de desarrollo local, cámaras de comercio, etc. También se editan folletos y separatas con resúmenes de las ayudas convocadas, cuñas de radio y spots televisivos.

Por la *adecuación de los contenidos a los objetivos establecidos*. Estas acciones se realizan para sensibilizar a los beneficiarios potenciales de las actuaciones cofinanciadas por el PO FEDER, a través de los medios de comunicación y mediante actuaciones de difusión, divulgación y publicidad, consiguiendo un pleno acercamiento y entendimiento por parte del empresariado murciano.

El contenido de algunos programas se ha adaptado hacia sectores determinados, como por ejemplo la adaptación del programa de emprendedores hacia la creación de empresas emprendedoras. Asimismo, se ha intensificado la difusión de los programas en función de las necesidades de cada localidad ó agrupación empresarial.

Por la *incorporación de criterios de Igualdad de Oportunidades*. Se cumple este criterio mediante un uso no sexista del lenguaje en las publicaciones y garantizando la no discriminación de las mujeres empresarias en cuanto al acceso a toda la información acerca de las oportunidades de negocio y financiación de sus inversiones.

Por la *adecuación con el objetivo general de difusión de los Fondos*. En todas las acciones de difusión de los programas de ayudas del INFO se resaltan los emblemas del FEDER y Crecemos con Europa, dando así una visión del origen de los Fondos que subvencionan las ayudas expuestas. Del mismo modo el Plan de Comunicación de ayudas anual hace resaltar en todos sus modelos de difusión la contribución de los Fondos Estructurales.

Por el *alto grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción*. El INFO cuenta con una amplia red de información y servicios para Pymes y emprendedores (Red Puntopyme) que abarca el conjunto del territorio regional. Con sede central en el Instituto de Fomento, está compuesta por más de 100 puntos de información repartidos por toda la geografía de la Región de Murcia. Integra a las pequeñas entidades que están en contacto con la pequeña y mediana empresa y con las iniciativas de autoempleo. Las Concejalías y los Agentes de Desarrollo Local de los Ayuntamientos, las Oficinas propias del Instituto de Fomento, las Cámaras de Comercio, Asociaciones, y Organizaciones empresariales y sindicales así como las Universidades, trabajan en coordinación con la Unidad de

información empresarial del INFO para optimizar su labor y hacer más eficaces sus relaciones con las Pymes y los emprendedores del territorio regional.

Por la *evidencia de un alto grado de calidad de la actuación*. También se cumple este criterio toda vez que se procura dotar a los informadores de una alta cualificación, pues ya desde que existe un borrador de los programas de ayudas se forma a las personas que atenderán las consultas.

Durante el primer semestre de 2009 se ha llevado a cabo la implantación de la Cartera de Servicios Mínimos (CSM) en las entidades miembro de la Red PuntoPyme con el objetivo de asegurar la prestación adecuada de los servicios de información y asesoramiento a PYME's y emprendedores.

También se cuenta con la edición de una revista informativa de la red en donde se da cumplida información sobre las ayudas convocadas y otros servicios a las pequeñas y medianas empresas dando como resultado la mejora de la calidad en la atención prestada, además del acercamiento físico a las empresas.

Por el *uso de nuevas tecnologías de la información*. El Instituto de Fomento de la Región de Murcia desarrolla un servicio que bajo el nombre INFO-Directo supone la aplicación práctica de la "Nueva Administración Electrónica", y el desarrollo de la Sociedad de la Información.

Con este instrumento electrónico se pretende una mayor utilización de Internet en la vida cotidiana de las personas y, muy especialmente, de las empresas, las cuales verán reducidos de esta manera sus costos de tiempo y transporte, aumentando en definitiva la productividad de las mismas.

Todos los programas de ayuda del INFO pueden ser instalados telemáticamente, a través de la web, mediante el servicio INFOdirecto, con formularios simplificados que precargan los datos de las empresas que ya están en las BBDD del INFO, sin necesidad de que las empresas tengan que volver a introducir sus datos si estos no han variado. De esta forma, se reduce la documentación a presentar, integrando declaraciones responsables dentro de la solicitud normalizada, obteniendo información de otras Administraciones sin carga para el potencial beneficiario.



Asociación Jóvenes Empresarios



Presentación en Puerto Lumbreras



Presentación programas de ayuda en Fuente Álamo



Presentación programas de ayuda en Magalía



Presentación programas de ayuda en Mula



Presentación programas de ayuda en Bullas



Presentación programas de ayuda en Totana



Presentación programas de ayuda en La Unión



Presentación programas de ayuda en Yecla



Página web de Instituto de Fomento – Info Directo



Página web de Instituto de Fomento – Info Directo

Otra buena práctica se refiere a la creación y publicación del **“Manual Práctico sobre Información y Publicidad de las Actividades de los Fondos Estructurales 2007-2013.”**

La acción ha consistido en la edición de un Manual Práctico Sobre Información y Publicidad de las Actividades de los Fondos Estructurales 2007-2013, en el que se recogen las directrices a seguir en materia de información y publicidad, con el fin de dar respuesta a las exigencias reglamentarias, y garantizar la difusión de la acción de la UE y la Política Regional. Se incorpora además la descripción de las normas de aplicación y la utilización del slogan y logo regional “Crecemos con Europa”.

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

El uso de recursos innovadores en la presentación, organización y desarrollo. La acción desarrollada se ha caracterizado por intentar hacer llegar, de una forma clara y sencilla, las normas de comunicación, utilizando para ello ejemplos de usos correctos e incorrectos de la imagen de los Fondos Estructurales. De esta forma, el manual responde a la necesidad de mejora la calidad y claridad de la información transmitida, adecuando las acciones de comunicación a sus destinatarios.

Por la adecuación de los contenidos a los objetivos establecidos. El fin que se ha perseguido es garantizar la difusión de las obligaciones en materia de información y publicidad que corresponden a cada uno de los agentes que pueden intervenir en la ejecución de actuaciones cofinanciadas, para una correcta aplicación, tanto de los instrumentos de información y publicidad, como de los emblemas de la Unión Europea, y el slogan y logo regional “crecemos con Europa”.

Por la incorporación de criterios de Igualdad de Oportunidades. Se ha cuidado especialmente la redacción de los contenidos del Manual, no haciendo uso en ningún momento de lenguaje sexista. Además, los ejemplos gráficos que se han incluido, han tenido en cuenta este principio horizontal al destacar, a modo de ejemplo a lo largo del manual, imágenes correspondientes a operaciones de los Fondos Estructurales con una incidencia positiva sobre la población femenina.

Por la adecuación con el objetivo general de difusión de los Fondos. Se trata de una acción contemplada en el Plan de Comunicación, con la que se garantiza la visibilidad de proyectos y actuaciones cofinanciadas por los Fondos Estructurales, a través de las acciones de información y publicidad. De esta forma, se mejora la comprensión general de la opinión pública sobre la Política de Cohesión Europea y el conocimiento de la importancia del FEDER y el FSE en el bienestar y el progreso.

Por el alto grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción. Se cumple con el objetivo de lograr una amplia difusión del Manual, gracias a su publicación en el Portal Web SIFE (www.sifemurcia-europa.com), dependiente del Organismo Intermedio de los PO FEDER y FSE. Además, el Manual fue presentado en febrero de 2009, por la Consejera

de Economía y hacienda, acto que fue difundido a través de distintos medios de comunicación.

Por la *evidencia de un alto grado de calidad de la actuación*, que se manifiesta especialmente en la claridad de la información transmitida, lo que ha permitido acercar, de una manera muy accesible, los procedimientos de información y publicidad a seguir durante el presente período de programación.

Por el *uso de nuevas tecnologías de la información*. Las TIC han sido uno de los canales utilizados para la difusión del Manual por internet, ya que se permite su descarga desde el Portal Web del Organismo Intermedio de los PO FEDER y FSE; creado como Servicio de Información de Fondos Europeos.





A continuación se presenta como otra buena práctica la **“difusión del Fondo Social Europeo y de los proyectos cofinanciados por éste en la página web del Servicio de Empleo y Formación en la Región de Murcia”**.

El Servicio de Empleo y Formación de la Región de Murcia cuenta con una página Web (www.sefcarm.es), en la que aparecen de forma visible la bandera de la Unión Europea, el lema “el FSE invierte en tu futuro”, y el lema regional “Crecemos con Europa”, que sirven a su vez como vínculo a otro espacio en el que se detalla el objeto del FSE y el papel del SEF como órgano gestor de fondos del FSE.

Se informa además en la página de las obligaciones de los beneficiarios de las ayudas del FSE en materia de publicidad y custodia de documentos, en relación con la normativa comunitaria y nacional específica. A través de distintos vínculos se puede acceder también

desde la página web, a toda la información relacionada con los PO y las ayudas que gestionan, aportando información detallada al respecto.

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

El uso de recursos innovadores en la presentación, organización y desarrollo. El establecimiento de espacios específicos destinados a informar sobre acciones financiadas por Fondos Europeos, en webs de organismos gestores de ayudas, es una actuación novedosa que incorpora además otros elementos innovadores. Así, la web cuenta con un espacio específico destinado a identificar las obligaciones de los beneficiarios relativas a la publicidad de las ayudas, y otro en el que se advierte que la adjudicación de las ayudas del FSE supone la aceptación de ser incluido en la lista pública que recoge en el artículo 7.2 d) del Reglamento (CE) nº1828/2006 de la Comisión de 8 de diciembre de 2006.

Por la adecuación de los contenidos a los objetivos establecidos, ya que a través de esta actuación se hace visible la contribución de la UE a las actuaciones desarrolladas en la Región de Murcia, proporcionando información clara y accesible sobre las oportunidades que ofrecen estos fondos, no sólo a potenciales beneficiarios de las ayudas, sino también al público en general.

Por la incorporación de criterios de Igualdad de Oportunidades. La Web ha cuidado la atención a los aspectos relacionados con la Igualdad de Oportunidades en la difusión de sus contenidos, no haciendo uso en ningún momento de un lenguaje sexista.

Por la adecuación con el objetivo general de difusión de los Fondos, que se garantiza al contribuir, a través de la web del SEF y sus contenidos, a la visibilidad de cara al público en general de la cofinanciación de las actuaciones por parte del FSE, y de las posibilidades que ofrece el PO del FSE.

Por el alto grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción, puesto que a través de la página Web del SEF se gestionan telemáticamente muchos de sus servicios y ayudas, consolidándose en la Región como una página de información fundamental en materia de formación y el empleo.

Por la evidencia de un alto grado de calidad de la actuación. Reflejo de la calidad y claridad de los contenidos y servicios ofertados, son las 700.000 visitas que anualmente recibe la Web del SEF. Destaca especialmente la buena acogida que ha tenido el apartado relacionado con el PO del FSE, al aportar la información relacionada con el Programa en un único espacio de forma completa.

Por el uso de las nuevas tecnologías de la información, que se hace evidente al utilizar Internet como medio para la difusión de la información.



Otra “buena práctica” la constituyen el **“Plan de información y difusión sobre el proyecto “vivero de empresas para mujeres”, cofinanciado por el FSE”**.

El Plan de información y difusión sobre el proyecto “vivero de empresas para mujeres” consiste en una serie de actividades de difusión organizadas para dar a conocer la puesta en marcha de la actuación “Viveros de Empresas para Mujeres”, cofinanciada por FSE.

El proyecto del vivero de empresas, ofrece formación y asesoramiento en todas las etapas del proceso empresarial, hasta la puesta en marcha de un negocio. Además del laboratorio virtual, se cuenta con un total de 7 sedes repartidas por toda la Región de Murcia donde se ofrece, además de asesoramiento a las empresarias, la disponibilidad de instalaciones (sala de conferencias, de usos múltiples o sala de juntas) para su utilización en el desarrollo de las actividades propias de la empresa.

La actuación tiene como principales destinatarios a los beneficiarios potenciales de las ayudas del PO del FSE, estando especialmente dirigida al apoyo a mujeres en el desarrollo de sus proyectos empresariales.

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

El uso de recursos innovadores en la presentación, organización y desarrollo. La creación de un vivero de empresas, por un lado especialmente dirigido a mujeres, y por otro difundido a través de Internet, con la creación además de una oficina virtual, lo convierten en una actuación original e innovadora. La web que presenta el proyecto facilita además de información, recursos e instrumentos para intentar hacer llegar, de forma clara y sencilla a las mujeres, sus oportunidades para desarrollar su proyecto empresarial, y los recursos a los que puede acceder para la puesta en marcha de los mismos.

Por la adecuación de los contenidos a los objetivos establecidos en el Plan de Comunicación de los PO del FEDER y del FSE está garantizada, ya que la difusión de información a través de diversos medios (internet, oficinas físicas), y la combinación de actividades con diferentes formatos, permite hacer llegar la información eficazmente.

Por la incorporación de criterios de Igualdad de Oportunidades. La propia naturaleza de la actuación, lleva implícita la garantía de la incorporación de este criterio.

Por la adecuación con el objetivo general de difusión de los Fondos, puesto que se garantiza la visibilidad para el público en general de la cofinanciación de estas actuaciones y servicios por los Fondos Estructurales, llegando también de forma directa a los beneficiarios potenciales de las mismas.

Por el alto grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción, ya que además de la página Web y los folletos y anuncios, se cuenta con la presencia de estos viveros en cuatro poblaciones de tamaño medio en la región, lo que permite que el FSE se haga muy visible para las mujeres de este entorno.

Por la evidencia de un alto grado de calidad de la actuación, puesto que se ha visto que estas actuaciones han llegado de forma directa a la población objetivo, gracias a su accesibilidad a través de diferentes medios. Prueba además de la calidad de la información aportada a través del servicio de vivero de empresas, es la puesta a disposición del público en general de una amplia recopilación de documentación relacionada con las ayudas y servicios aportados, normativa de aplicación, y accesos directos a otras páginas, como la

web del Servicio de Información de Fondos Europeos, en la que se amplía la información específica relacionada con los fondos.

Por el uso de las nuevas tecnologías de la información. El desarrollo de la Web del vivero de empresas para mujeres, constituye una importante muestra de la incorporación de las TIC como herramienta clave para lograr una mayor difusión de la actuación, y de las oportunidades que ofrece el PO del FSE.



Otra “buena práctica” es el “**Portal Web Región de Murcia Sociedad de la Información** (www.regiondemurciasi.com)”.

La Web “Región de Murcia Digital” es una de las actuaciones contempladas en el Plan para el Desarrollo de la Sociedad de la Información 2008-2010 de la Región de Murcia, cuyo objetivo es alcanzar las metas propuestas en relación con el desarrollo de la Sociedad de la Información para converger con Europa. El PDSI se encuadra en el Plan Estratégico de la Región de Murcia, que sienta las bases para la estrategia de desarrollo regional en el periodo 2007-2013, y para la aplicación del Programa Operativo FEDER de la Región de Murcia 2007-2013.

La misión establecida para el PDSI en el periodo 2008-2010, se define en cuatro puntos:

- + “Dar continuidad a las estratégicas precedentes en materia de desarrollo de Sociedad de la Información en la Región de Murcia.
- + Adaptarse, con vocación renovada, a las estrategias y objetivos de desarrollo económico y social definidos por las políticas regionales, nacionales y comunitarias.
- + Actuar con vocación participativa y de consenso.
- + Actuar con vocación dinámica y de esfuerzo orientado a la mejora continua”.

Vinculada a la Web Región de Murcia Digital, el portal Web Región de Murcia Sociedad de la Información es una de las actuaciones destinadas a los ciudadanos, con el fin de incorporarles a la SI.

El portal Web “Región de Murcia Sociedad de la Información”, contribuye al objetivo estratégico del Plan de Comunicación de hacer visibles las intervenciones contempladas dentro de los Programas Operativos FEDER y FSE, reflejo de la contribución de la Unión Europea, así como su papel en el crecimiento económico y la cohesión social de la región.

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

Por el *uso de recursos innovadores en la presentación, organización y desarrollo*. La inclusión en la web de un apartado específico en el que se detalla el origen de la financiación del PDSI, plan en el que se encuadra como actuación el desarrollo de la web Región Murcia Sociedad de la Información, es un elemento que contribuye de forma innovadora a difundir entre el público en general la importancia de la contribución europea al desarrollo regional. El Portal cuenta además con un apartado específico a través del cual acceder a toda la información relacionada con las acciones de información y publicidad de los PO del FEDER y del FSE.

Por la *adecuación de los contenidos a los objetivos establecidos* ya que la Web contribuye al objetivo específico, establecido en el Plan de Comunicación de los Programas

Operativos del FEDER y del FSE 2007-2013 de la Región de Murcia, de hacer visibles las intervenciones contempladas dentro de los PO del FEDER y del FSE.

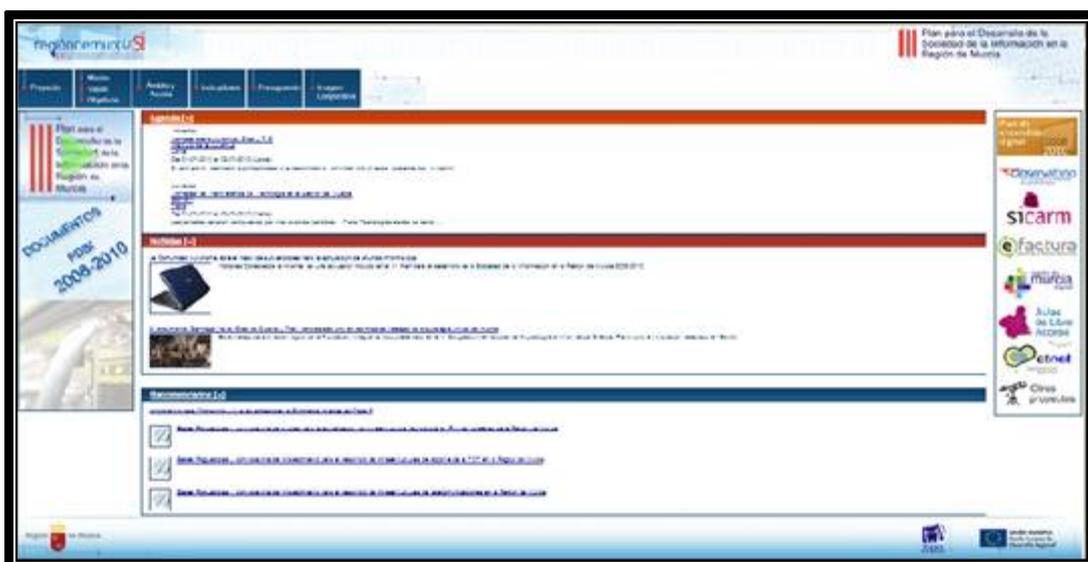
Por la *incorporación de criterios de Igualdad de Oportunidades*. El PDSI, en el que se encuadra la actuación, contempla como eje transversal en la estrategia del Plan, la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres en todos los ámbitos de la vida personal y profesional. De esta forma, se garantiza el acercamiento de los servicios de la Sociedad de la Información a todos los ciudadanos y empresas de la Región, en igualdad de condiciones y oportunidades.

Por la *adecuación con el objetivo general de difusión de los Fondos*, de forma que la Web se configura como herramienta de cara a concienciar e informar a la ciudadanía sobre la contribución en general de los PO del FEDER y del FSE a las actuaciones desarrolladas en la Región de Murcia, y en particular al desarrollo de la Sociedad de la Información en la comunidad autónoma.

Por el *alto grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción*, garantizada gracias a la difusión de contenidos a través de internet.

Por la *evidencia de un alto grado de calidad de la actuación*. La amplia recopilación de documentación relacionada con la difusión de las actuaciones del FEDER y del FSE, así como la actualización continua de los espacios que forman parte de la web (publicación de convocatorias de ayuda, noticias..), evidencian la calidad de los servicios prestados a través del Portal.

Por el *uso de las nuevas tecnologías de la información*. El desarrollo de la Web constituye una muestra de la incorporación de las TIC como herramienta para lograr una mayor difusión de la contribución de los Fondos Europeos a las actuaciones regionales.



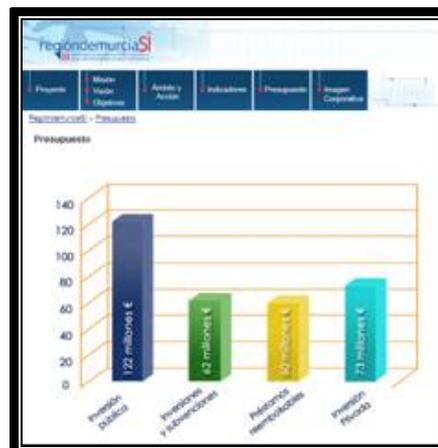
Detalle presupuesto en función de tipo, origen de fondos y anualización:
Inversiones y Subvenciones:

	2008	2009	2010	TOTAL
Fondos Comunidad Autónoma de la Región de Murcia	13.860.344,00	18.360.680,00	17.208.483,90	49.429.507,90
Fondos FEDER	0.262.128,00	1.663.900,00	734.938,18	4.310.442,48
Fondos Administración General del Estado	0.024.814,00	0.000.000,00	0.000.000,00	0.024.814,00
Total Fondos Públicos	14.147.286,00	20.024.580,00	17.943.421,98	52.115.287,98
Inversión Privada Inducida	20.890.000,00	24.400.000,00	28.810.000,00	74.100.000,00

	2008	2009	2010	TOTAL
Total Fondos Públicos	14.147.286,00	20.024.580,00	17.943.421,98	52.115.287,98
Fondos de la Administración General del Estado	0.024.814,00	0.000.000,00	0.000.000,00	0.024.814,00
Fondos Comunidad Autónoma de la Región de Murcia	13.860.344,00	18.360.680,00	17.208.483,90	49.429.507,90

Presupuesto Genérico:

	2008	2009	2010	TOTAL
Total Fondos Públicos	14.147.286,00	20.024.580,00	17.943.421,98	52.115.287,98
Fondos de la Administración General del Estado	0.024.814,00	0.000.000,00	0.000.000,00	0.024.814,00
Fondos Comunidad Autónoma de la Región de Murcia	13.860.344,00	18.360.680,00	17.208.483,90	49.429.507,90



Región de Murcia

Proyecto | Misión, Visión, Objetivos | Ambito y Acción | Indicadores | Presupuesto | Imagen Corporativa

Reservados: Imagen Corporativa

Normativa Europea:

En la dirección www.iniciativa-urbana.com puede encontrar toda la documentación relacionada de proyectos con financiación europea. Puede ser de su interés la siguiente información correspondiente al Plan de Información y Publicidad:

2007-2015

- Manual práctico sobre información y publicidad de las actividades de los Fondos Estructurales 2007-2013 (3321 kb)
- Plan de comunicación de los programas operativos del FPER y del FSE 2007-2013 de la Región de Murcia (658 kb)
- Manual de identidad corporativa de "Creando con Europa" (642 kb)
- Manual de identidad corporativa (11.486 kb)
- Manual de identidad corporativa (71.317 kb)
- Look en acciones (Fondo Estructural) (144 kb)
- Look en acciones (Fondo Estructural) (145 kb)
- Look en blanco y negro (Fondo Estructural) (157 kb)
- Look en blanco y negro (Fondo Estructural) (21 kb)

Entre las actuaciones de información y publicidad llevadas a cabo por organismos locales, se considera como una buena práctica la ***“Promoción de la iniciativa urbana llevada a cabo por el Ayuntamiento de Lorca”***.

El Ayuntamiento de Lorca ha puesto en marcha en el marco del proyecto de Iniciativa Urbana una serie de actividades de información y publicidad que nos llevan a destacar su iniciativa en este ámbito, y a incluirlo entre las buenas prácticas destacadas del Plan de Comunicación.

En concreto, las actuaciones desarrolladas para la promoción de las estrategias consensuadas para un desarrollo territorial sostenible de los Barrios Altos de Lorca, ha consistido en:

- + Desarrollo de una página web en la que se describe el proyecto de Iniciativa Urbana (www.iniciativaurbanalorca.com).
- + Publicaciones en los correspondientes diarios oficiales de la licitación y adjudicación de las diferentes actuaciones.

- + Publicación en los medios de comunicación locales y provinciales de las adjudicaciones, así como de los avances logrados en el desarrollo del proyecto.
- + Celebración de actos para la presentación del proyecto y el inicio de las actuaciones a la comunidad vecinal.
- + Vídeo Promocional con la descripción de las actuaciones de la Iniciativa Urbana para los Barrios Altos de Lorca 2007-2013, incluyéndose en el video el detalle de la aportación comunitaria al desarrollo de la Iniciativa.
- + Colocación de los carteles y vallas informativos de las obras iniciadas.
- + Generación de importante documentación interna para la agilización del desarrollo de las actuaciones.

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

El uso de recursos innovadores en la presentación, organización y desarrollo, ya que a través de la elaboración de un video promocional del proyecto, se explica la contribución del FEDER al desarrollo de las actuaciones, además de las características fundamentales del proyecto.

La *adecuación de los contenidos a los objetivos establecidos*, ya que las actuaciones de difusión desarrolladas a través de la Iniciativa Urbana de los Barrios Altos de Lorca contribuyen al objetivo específico, establecido en el Plan de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER y del FSE 2007-2013 de la Región de Murcia, de hacer visibles las intervenciones contempladas dentro de los PO del FEDER y del FSE.

La *incorporación de criterios de Igualdad de Oportunidades*. El Principio Horizontal de Igualdad de Género se ha tomado en consideración empleando en todo momento un lenguaje no sexista, así como imágenes no estereotipadas en los materiales generados.

La *adecuación con el objetivo general de difusión de los Fondos*. Las actuaciones han contribuido a informar del desarrollo de esta Iniciativa en el municipio de Lorca entre el público en general, y los profesionales interesados en el desarrollo de los proyectos. De esta forma, se contribuye al refuerzo de la imagen de la Política de Cohesión Europea y el conocimiento de la importancia del FEDER y el FSE en el bienestar y el progreso.

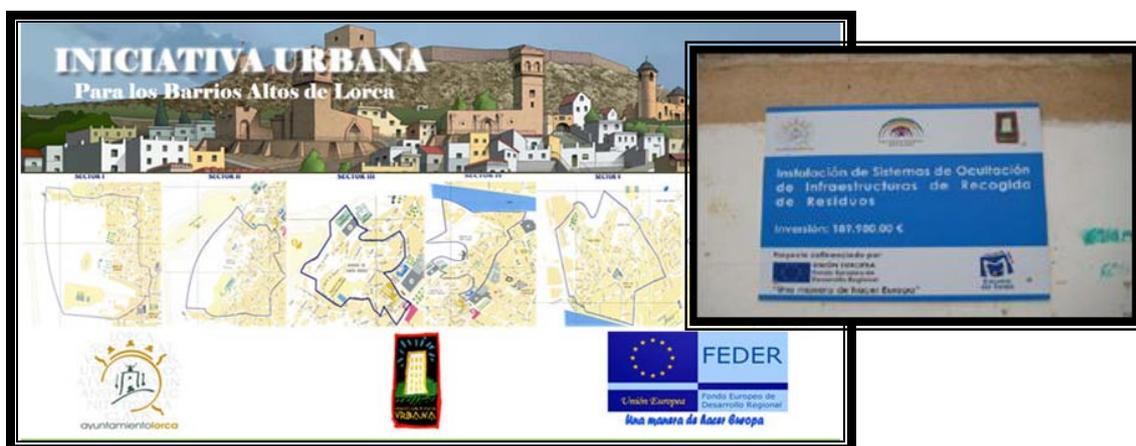
El *alto grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción*, gracias a la dirección de las actuaciones hacia colectivos diferenciados: beneficiarios potenciales, beneficiarios y población en general. En todos los casos se ha logrado una difusión amplia utilizando para ello herramientas muy diversas, tales como noticias en prensa y web, y notas en prensa, anuncios en diarios oficiales, uso de carteles y vallas, Internet, etc.

La *evidencia de un alto grado de calidad*. El resultado obtenido puede considerarse como muy positivo, tanto por la detallada información transmitida sobre la Iniciativa Urbana, como por los contenidos abordados, que abarcan desde la planificación de los proyectos, hasta su aprobación, puesta en marcha y finalización. Además se ofrecen otros contenidos

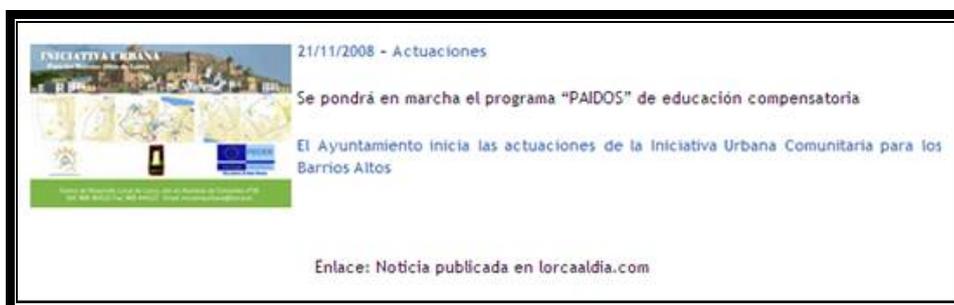
relacionados con la implementación de las acciones de información y publicidad de los Fondos Europeos, como la Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación del FEDER, Fondos de Cohesión y FSE, o el Plan de Comunicación de los PO del FEDER y del FSE de la Región de Murcia. La amplitud de la información aportada permite garantizar la transparencia en los procedimientos del desarrollo de las actuaciones cofinanciadas.

El uso de nuevas tecnologías de la información, ya que la utilización de Internet como herramienta de difusión ha sido determinante en la distribución de la documentación generada (tanto las publicaciones como el video realizado). Además la Web de la Iniciativa Urbana de los Barrios Altos incluye accesos directos a portales web en los que se desarrolla información relacionada con la Política de Cohesión y el FEDER.

Realización de trípticos y carteles

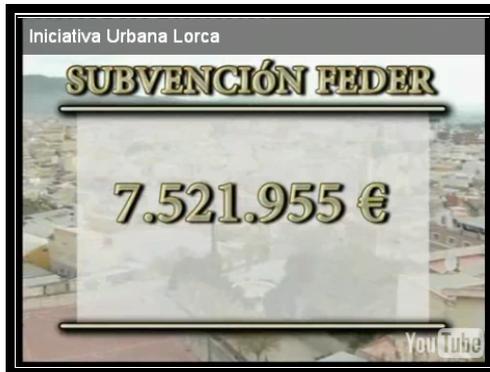


Publicaciones en la Web de las actuaciones





Vídeo Promocional de la Iniciativa URBANA de los Barrios Altos de Lorca



Se considera como buena práctica la **“Guía General de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los Programas Operativos FEDER, Fondo de Cohesión y FSE 2007-2013”**.

La “Guía General de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los PO FEDER, Fondo de Cohesión y FSE, 2007-2013” (en adelante, Guía) constituye una herramienta destinada a todos los órganos implicados en la gestión de los Fondos Estructurales cuyo contenido práctico garantiza el cumplimiento de los objetivos establecidos en los Planes de Comunicación de los diferentes PO FEDER, FSE y Fondo de Cohesión-FEDER en la medida en que establece las pautas para el seguimiento de las medidas programadas en los mismos y el cumplimiento de sus objetivos, así como de la evaluación a realizar en los años 2010 y 2013.

Se trata, en definitiva, de un instrumento de comunicación, dirigido 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.

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

El uso de recursos innovadores en la presentación, organización y desarrollo. La innovación en la Guía viene de dos elementos fundamentales: Por un lado, 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. Por otro, en el desarrollo de la misma se ha recurrido 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 establecidos. Así, 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, y de forma específica a la Región de Murcia, manteniendo un principio de proporcionalidad en las actuaciones que deben llevar a cabo unas y otras.

La incorporación de criterios de Igualdad de Oportunidades. El principio Transversal de Igualdad de Oportunidades queda recogido a través de dos elementos:

- + En la propia elaboración del documento a través del uso de un lenguaje no sexista.
- + En los procedimientos de seguimiento y evaluación definidos. Por un lado, se exige que en los informes de evaluación se incorpore un capítulo específico que recoja la visibilidad de la igualdad de género en las actuaciones de información y publicidad llevadas a cabo, así como la accesibilidad a la misma del colectivo femenino en igualdad de condiciones. Por otra parte, se incluyen entre los

criterios de selección que sirven de referente para la elección de las buenas prácticas, la incorporación de los criterios de Igualdad de Oportunidades.

Por la *adecuación con el objetivo general de difusión de los Fondos*. La posibilidad de elaborar informes de seguimiento sobre el desarrollo de las medidas y el cumplimiento de los objetivos contenidos en el Plan de Comunicación, facilita la difusión de las actuaciones cofinanciadas por los fondos.

El *Alto grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción*. El colectivo objetivo de la actuación lo constituyen los beneficiarios y Órganos gestores de los Fondos Estructurales, entre los que se ha distribuido la Guía de forma general, bien a través de la Autoridad de Gestión, bien a través de los Organismos Intermedios. Adicionalmente, ésta está disponible en la página web de la Dirección General de Fondos Comunitarios (Ministerio de Economía) (www.dgfc.sggp.meh.es), en español, inglés y francés.

Por la *evidencia de un alto grado de calidad*. La amplia acogida de la misma por parte de la Comisión y de la mayoría de los Estados Miembros, así como la utilización que de ella han decidido hacer otros países para su evaluación, es un síntoma del alto grado de calidad de la Guía que se ha convertido en un referente, no sólo en el Estado Español, sino en el conjunto de la UE en materia de seguimiento y evaluación de la Comunicación.

El *uso de nuevas tecnologías de la información*. Internet ha sido un vehículo prioritario en la distribución de la Guía que se ha hecho llegar por correo electrónico a los Organismos Intermedios y Órganos Gestores, y se ha colgado en la página web de la Autoridad de Gestión, tal y como se ha señalado anteriormente.



Otra buena práctica es la **“Constitución del Grupo Español de Responsables de Información y Publicidad (GERIP)”**.

El Grupo Español de Responsables en materia de Información y Publicidad (GERIP), integrado por las personas responsables en materia de comunicación de las Autoridades de Gestión del FEDER, del FSE, del Fondo de Cohesión y de las Comunidades Autónomas.

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. Así, la creación de este grupo ha permitido coordinar la programación de los Planes de Comunicación y constituye un instrumento fundamental para mejorar todas las fases de su gestión (puesta en marcha, ejecución, seguimiento y evaluación).

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

El uso de recursos innovadores en la presentación, organización y desarrollo. El GERIP constituye una actuación pionera en el contexto de la Unión Europea, en la medida en que sobre la base del nombramiento de responsables de Información y Publicidad se crea una red de trabajo que ha logrado diseñar una estrategia conjunta de comunicación consensuada entre todos los Fondos y Administraciones.

Por la adecuación de los contenidos a los objetivos establecidos, 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, y de forma específica a la Región de Murcia, manteniendo un principio de proporcionalidad en las actuaciones que deben llevar a cabo unas y otras.

Por la incorporación de criterios de Igualdad de Oportunidades. La Igualdad de Género, en tanto política horizontal, queda patente en la estructura y funcionamiento de la Red, que en los planteamientos definidos tanto en términos de programación como de seguimiento y evaluación de las actuaciones de Comunicación ha puesto en relieve en todo momento la necesidad de tomar en consideración la observación de la Igualdad de Oportunidades entre Hombres y Mujeres. Además, en su formación se observa una participación equilibrada de hombres y mujeres.

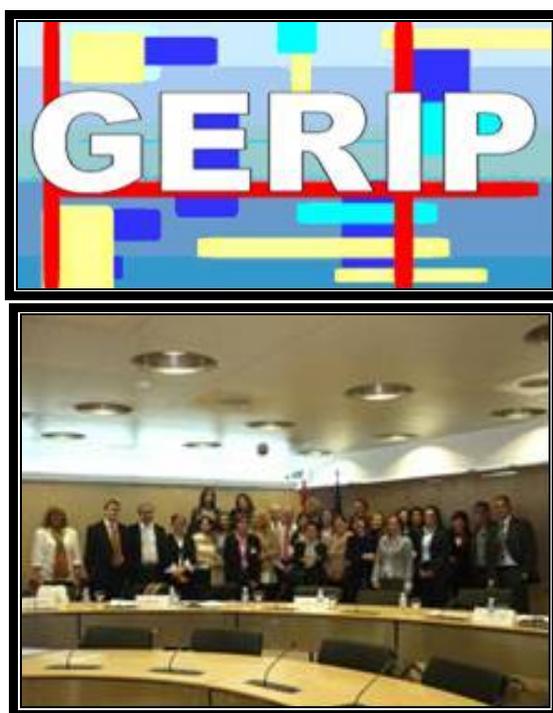
La adecuación con el objetivo general de difusión de los Fondos. El principio inspirador del GERIP, como su propia denominación indica, ha sido el de trabajar por el adecuado cumplimiento de los requisitos normativos de Información y Publicidad constituyendo, además, un foro de intercambio de experiencias que permite mejorar la calidad y

eficiencia de las actuaciones de comunicación implementadas en las diferentes regiones españolas.

Por el *alto grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción*. La participación en el GERIP de todos los responsables de Información y Publicidad de los Planes de Comunicación, junto a la Autoridad de Gestión de los Programas Operativos, garantiza la amplia difusión de los trabajos llevados a cabo en su seno. Así, las decisiones adoptadas se trasladan, a través de la Propia AGE o del Organismo Intermedio regional a todos los beneficiarios y Órganos Gestores de las actuaciones cofinanciadas por Fondos Estructurales.

Por la *evidencia de un alto grado de calidad* en la medida en que de un lado ha condicionado la existencia de un responsable de información y publicidad en todos los Órganos Intermedios de los Programas Operativos, al tiempo que ha introducido criterios de excelencia en la programación, desarrollo y seguimiento y evaluación de los medidas de comunicación.

El Uso de nuevas tecnologías de la información. Internet ha sido un vehículo prioritario en la distribución de la Guía que se ha hecho llegar por correo electrónico a los Organismos Intermedios y Órganos Gestores, y se ha colgado en la página web de la Autoridad de Gestión, tal y como se ha señalado anteriormente.



Se consideran como buena práctica las “**Jornadas Informativas Internas Sobre FEDER Celebradas por el ICEX**”

El Instituto de Comercio Exterior ha celebrado durante la anualidad 2008 unas Jornadas informativas cuyo objetivo fue el de transmitir a todas las áreas afectadas los requerimientos básicos que en materia de información y publicidad se deben tener en cuenta en las distintas actividades ICEX afectadas, asumiendo unos criterios de uniformidad y garantizando su adecuado cumplimiento.

En concreto se celebraron dos sesiones con el siguiente contenido:

- + ICEX como órgano ejecutor de FEDER.
- + Acciones Genéricas de Publicidad y Comunicación.
- + Acciones Específicas de Publicidad y Comunicación.
 - a) Acciones realizadas directamente.
 - b) Acciones ejecutadas por Empresas.
 - c) Acciones ejecutadas por Asociaciones.
- + Evaluación y comprobación.

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

El uso de recursos innovadores en la presentación, organización y desarrollo. El compromiso del ICEX con relación a las tareas de información y publicidad, como órgano gestor, queda patente con la celebración, por vez primera, de estas jornadas formativas e informativas en las que se han dado las orientaciones necesarias para un adecuado cumplimiento de la normativa comunitaria. Las exposiciones realizadas han estado orientadas específicamente a las necesidades reales de los técnicos que gestionan los proyectos cofinanciados por el FEDER, incluyendo ejemplos prácticos.

Por la *adecuación de los contenidos a los objetivos establecidos*. El objetivo general de la actuación se enmarca perfectamente en el objetivo estratégico del Plan de Comunicación de proporcionar información, continua, clara y accesible sobre las oportunidades financieras y de participación que ofrecen los PO del FEDER y del FSE, así como de garantizar la máxima transparencia en la gestión de los Fondos Estructurales, dando a conocer los sistemas y procedimientos de gestión y los requisitos y procedimientos de acceso a los mismos.

Por la *incorporación de criterios de Igualdad de Oportunidades*. El Principio Horizontal de Igualdad de Género se ha tomado en consideración a través de varias vías:

1. El uso de un lenguaje no sexista, así como el uso de imágenes no sexistas y/o que potencian la ruptura del rol de género en los materiales generados en el desarrollo de las jornadas.

2. La participación de hombres y mujeres de forma equilibrada tanto entre los ponentes como entre los asistentes a las sesiones.
3. La incidencia en el marco de las exposiciones de la conveniencia de emplear un lenguaje no discriminator en las actuaciones publicitarias e informativas realizadas.

La *adecuación con el objetivo general de difusión de los Fondos*. De forma directa, las jornadas han contribuido a concienciar a los profesionales implicados en la gestión de la importancia que tiene la comunicación, asegurando el oportuno conocimiento de los requisitos exigidos por la normativa regional, nacional y comunitaria en el desarrollo de las actuaciones cofinanciadas, poniendo especial énfasis en las cuestiones vinculadas con la información y la publicidad. Además, de modo indirecto, se han dado las instrucciones para contribuir a dotar de mayor visibilidad a las mismas.

Por el *alto grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción*. Esta incidencia indirecta hace que la cobertura de la población objetivo sea significativa. Si bien la actuación está dirigida a los profesionales del ICEX directamente vinculados a la gestión de las actuaciones cofinanciadas, el hecho de que las responsabilidades de información y publicidad abarquen no sólo al propio ICEX, sino también a los beneficiarios, hace que la formación recibida por aquéllos tenga una repercusión efectiva en éstos.

La *evidencia de un alto grado de calidad*. Las Jornadas celebradas son una muestra de la concienciación que el Instituto ha adquirido sobre la importancia de la comunicación, con una clara implicación y una responsabilidad compartida por todos los agentes que participan en la programación y la gestión de los Fondos Europeos. En este marco, se ha dado información detallada y práctica que ha venido a cubrir las necesidades de formación de los trabajadores implicados, garantizando la actualización de sus conocimientos.

Por el *uso de nuevas tecnologías de la información*. El uso de las nuevas tecnologías ha resultado un vehículo determinante en la distribución de la documentación generada en torno a las Jornadas, utilizándose además el correo electrónico para hacerla llegar a los convocados, al tiempo que se ha colgado en la Intranet.

De forma complementaria, el Instituto ha creado un apartado especial FEDER, que se ha convertido en un medio básico de difusión de los Fondos Comunitarios y de los proyectos ICEX cofinanciados con dichos Fondos.

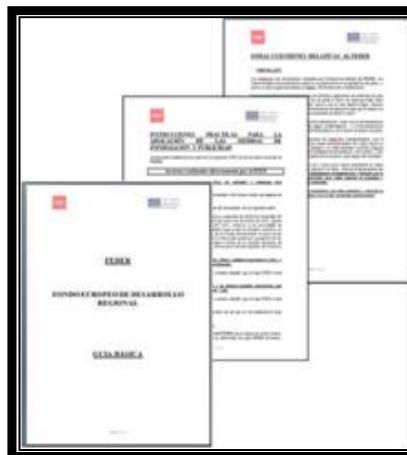
Convocatoria

Cartel



Presentación proyectada en las Jornadas

Guía de la Jornada



Fotos de las Jornadas



Otra buena práctica es el **“Video de difusión del FSE con motivo del 50 Aniversario de los Tratados Europeos realizado por la UAFSE”**.

En el año conmemorativo del 50 aniversario de la firma de los Tratados Europeos, la UAFSE ha elaborado un video de difusión del FSE, donde realiza un recorrido que señala a los colectivos beneficiarios de las ayudas FSE, sus prioridades y sus gestores, al tiempo que repasa los objetivos de este Fondo.

En el video se pone de manifiesto el esfuerzo que la UE realiza a través del FSE a favor del desarrollo y la competitividad de las regiones españolas.

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

El *uso de recursos innovadores en la presentación, organización y desarrollo*. La acción desarrollada se ha caracterizado por una gran originalidad. Se puede hablar de “comunicación innovadora” ya que es la primera vez que la Autoridad de Gestión del PO FSE elabora un video sobre el papel del FSE y la UE en las Comunidades Autónomas españolas. Por lo tanto, se ha hecho uso de un instrumento nuevo para la comunicación institucional, cuya organización y desarrollo ha tenido en cuenta las prioridades de información y las necesidades de los grupos destinatarios.

Por la *adecuación de los contenidos a los objetivos establecidos*, ya que el mensaje que se da a través del video abarca una dimensión significativa del ámbito de actuación del FSE, incidiendo en su contribución a la formación y la empleabilidad de los individuos.

Por la *incorporación de criterios de Igualdad de Oportunidades*, en la medida en que el video está protagonizado por un conjunto de niños y niñas en torno a los cuales se define una realidad sin prejuicios, en la que no existen trabas para la realización de cualquier trabajo por la condición de sexo. Con ello contribuye a una articulación racional de las relaciones entre hombres y mujeres como un factor determinante en el bienestar social.

La *adecuación con el objetivo general de difusión de los Fondos*, puesto que se trata de una acción específica en materia de información y publicidad, con la que se hacen visibles las intervenciones contempladas dentro de los PO del FEDER y del FSE, reflejo de la contribución de la UE, así como su papel en el crecimiento económico y la cohesión social de la región.

Por el *alto grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción*. El principal público al que se ha dirigido es el conjunto de la población. Para favorecer la mayor cobertura posible se ha hecho uso de los distintos puntos de distribución con los que cuentan la UAFSE y los órganos gestores, lo que ha permitido llegar también a otros grupos interesados, como Universidades, y beneficiarios, entre otros grupos. En este contexto, el vídeo está disponible en la web de la UAFSE (www.mtin.es/UAFSE/eu/novedades/).

Por la *evidencia de un alto grado de calidad*. El resultado obtenido puede considerarse como muy positivo, tanto por la información transmitida, como por la forma en que se ha

hecho, que ha permitido acercar, de una manera muy accesible, la Política Regional Europea al conjunto de la población.

Por el *uso de nuevas tecnologías de la información*. El uso del vídeo constituye un canal efectivo como soporte de retransmisión de imagen animada+sonido, y compatible para su difusión por internet.



Por último se presenta como buena práctica ***“la publicación de anuncios de licitación de los expedientes de contratación que no se publican en los Diarios Oficiales, por no alcanzar el umbral previsto ni en las Directivas Comunitarias ni en la legislación española de Contratación, en los 2 diarios de mayor tirada nacional: EL PAÍS y EL MUNDO y en el caso de este Plan de Comunicación en el diario LAVERDAD DE MURCIA por parte de AENA”***.

Esta acción de comunicación pretende que, para aquellos expedientes cuya publicación en el BOE y el DOUE no es obligatoria de acuerdo con la legislación comunitaria, se alcance una mayor difusión entre los posibles interesados en presentar una oferta, redundando en una mayor transparencia y concurrencia en la licitación de expedientes. Al recoger en aquellos expedientes que van a ser cofinanciados con FEDER la mención a la cofinanciación de la Unión Europea, se logra también una mayor transparencia y conocimiento por parte de la ciudadanía del papel de los fondos en la mejora de su calidad de vida.

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

El *uso de recursos innovadores* en la presentación, organización y desarrollo de la acción, al poder unir a la División de Prensa y a la de Contratación del Organismo, para llevar a cabo esta actuación que garantiza una mayor difusión de los fondos europeos. De esta forma se incorporan elementos innovadores tanto en la organización, pues es la primera vez que se coordinan distintas divisiones de AENA para el cumplimiento de este objetivo, como en la presentación, pues los anuncios aparecidos en prensa se ven completados por primera vez, por la mención a la cofinanciación, y en lo que respecta al desarrollo futuro de la acción que tiene vocación de permanencia en el tiempo.

En cuanto a la *adecuación de los contenidos a los objetivos perseguidos*, se ha conseguido al hacer referencia a la cofinanciación por el FEDER de todas las actuaciones que se tiene previsto cofinanciar.

Por haber incorporado *criterios de Igualdad de oportunidades*, al estar dirigido a toda la ciudadanía a través de periódicos de gran tirada nacional y regional.

La *adecuación con el objetivo general de difusión de los fondos* se ha conseguido a través de las publicaciones, que han permitido ampliar la difusión de la cofinanciación del FEDER al público en general en diarios de tirada nacional y regional o provincial de gran difusión.

El *alto grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción de comunicación* se consigue al hacer llegar los anuncios de licitación a las personas de Murcia a través, no sólo de diarios de cobertura nacional, sino también de algún periódico regional, lo que incrementa la posibilidad de acceso de la ciudadanía.

La *evidencia de un alto grado de calidad* está relacionada con que, a pesar de que no todas las licitaciones de expedientes de contratación están obligadas a publicarse en el BOE o en el DOUE, algunas de las que no cuentan con esta obligación no obstante se publican en prensa.



RegioPlus
Consulting 

www.regioplus.eu

C/ San Felipe Neri 3
28801 Alcalá de Henares-Madrid
T. +34 91 883 80 08
F. +34 91 879 88 19

Rue Louis Scutenaire 7/8
B-1030 Bruselas
T. +32 (0) 2 742 25 80