



## **INFORME DE EVALUACIÓN FINAL**

---

### **PLAN DE COMUNICACIÓN DEL PROGRAMA OPERATIVO FEDER DEL PAÍS VASCO 2007-2013**

*FONDO EUROPEO DE DESARROLLO REGIONAL. Una manera de hacer Europa*

Febrero 2014

## ÍNDICE

0.	Introducción.....	3
1.	Metodología de evaluación.....	5
1.1.	Diseño técnico de la evaluación .....	6
1.2.	Métodos y técnicas utilizadas .....	8
1.3.	Valoración de la metodología empleada .....	15
2.	Análisis del seguimiento y aplicación de las recomendaciones realizadas en la evaluación intermedia de 2010 .....	18
3.	Análisis del avance en el desarrollo de la estrategia de comunicación .....	20
3.1.	Principales avances conseguidos respecto a la Pertinencia del Plan .....	20
3.2.	Principales avances conseguidos respecto a la validez y consistencia interna del Plan .....	23
3.3.	Adecuación de la dotación de los medios económicos, humanos y técnicos asignados a las tareas de comunicación del FEDER .....	27
3.4.	Consideración del Principio de Igualdad de Oportunidades en la Estrategia de Comunicación.....	29
4.	Análisis de la aplicación de las medidas de información y publicidad .....	30
5.	Evaluación de las incidencias detectadas en el proceso de verificación previa con relación a los aspectos de información y publicidad. Presentación de los resultados a partir de una muestra de operaciones.....	55
6.	Evaluación de la integración del principio de Igualdad de Oportunidades, tanto en las medidas de información y publicidad, como en los efectos obtenidos por las mismas .....	58
7.	Análisis del impacto: logros y desafíos de las actividades en materia información y publicidad .....	61
8.	Conclusiones y recomendaciones: propuesta para mejorar la Estrategia de Comunicación del FEDER 2014-2020 .....	67
9.	Buenas Prácticas .....	73

## 0. Introducción

El presente documento recoge la **“Evaluación del Plan de Comunicación del Programa Operativo FEDER del País Vasco 2007-2013”**.

El artículo 69 del Reglamento (CE) N°1828/2006 establece “la necesidad de destacar el papel desempeñado por la Comunidad y de garantizar la transparencia de la ayuda procedente de los Fondos”. Asimismo, el apartado 2 del artículo 4 indica “...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”.

Con objeto de realizar el seguimiento y evaluación de las medidas de información y publicidad realizadas por las Comunidades Autónomas (CCAA) cofinanciadas con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER), se elaboró una **“Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los Programas Operativos FEDER, Fondo de Cohesión y FSE 2007-2013”** que sirviera de base metodológica y apoyo en la evaluación de las mismas.

Los responsables en materia de comunicación de la Subdirección General de Administración del Fondo Europeo de Desarrollo Regional y la Subdirección General del Fondo de Cohesión y de Cooperación Territorial Europea de la Dirección General de Fondos Comunitarios (DGFC), del Ministerio de Economía y Hacienda, y la Unidad Administradora del Fondo Social Europeo (UAFSE), del Ministerio de Trabajo e Inmigración -como Autoridades de Gestión de los Programas Operativos FEDER, Fondo de Cohesión y FSE, respectivamente, elaboraron de manera conjunta esta guía dando respuesta a la necesidad detectada de articular un proceso de evaluación de manera coordinada y coherente entre todos los organismos y responsables involucrados y sirviera de marco de referencia conjunto a la hora de llevar a cabo la evaluación de los Planes de Comunicación de los PO FEDER, FSE y Fondo de Cohesión.

Posteriormente, la Guía fue discutida y adoptada por los responsables de comunicación de los diferentes Programas Operativos reunidos en el Grupo Español de Responsables de Información y Publicidad (GERIP)<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> En mayo de 2007, todas las administraciones regionales, junto a la Administración General del Estado, formaron la Red de Comunicación GERIP. De esta red forman parte todos los responsables en materia de información y publicidad de todos los Organismos Intermedios, jefes de fila de la gestión de los Fondos Europeos en cada Administración Regional y los responsables en materia de comunicación designados por las autoridades de gestión de los distintos Fondos (FEDER, Fondo de Cohesión y Fondo Social Europeo)

Dicha Guía metodológica está dirigida a i) identificar los principales mecanismos necesarios para asegurar el seguimiento del cumplimiento de las actuaciones de información y publicidad, en aras de garantizar los mecanismos necesarios para la posterior evaluación de los Planes, y a ii) establecer las directrices necesarias para evaluar las actuaciones de información y publicidad contempladas en los distintos Planes de Comunicación.

La evaluación del Plan de Comunicación del PO FEDER del País Vasco 2007-2013 se ha elaborado de acuerdo a las orientaciones metodológicas establecidas en la “Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los Programas Operativos FEDER, Fondo de Cohesión y FSE 2007-2013”.

Este informe de evaluación hace referencia a las **actuaciones de información y publicidad desarrolladas entre el 1 de enero de 2007 y el 10 de septiembre de 2013**, por la Autoridad de Gestión y los Organismos Intermedios responsables de la ejecución de dichas actividades.

Por último, reseñar que la propia Evaluación del Plan de Comunicación del PO FEDER del País Vasco 2007-2013 está cofinanciada en un 50% por el FEDER, en el marco del mencionado Programa Operativo.

## 1. Metodología de evaluación

El objetivo de la evaluación del Plan de Comunicación del PO FEDER del País Vasco 2007-2013 es analizar el grado de ejecución y resultados e impactos logrados por dicho plan.

La realización de la Evaluación persigue los siguientes objetivos:

i) **Determinar el grado de cumplimiento de los objetivos marcados por el “Plan de Comunicación PO FEDER del País Vasco 2007-2013”:**

- Dar visibilidad al Programa Operativo y concienciación de la ciudadanía acerca del papel que Europa juega, a través de la aplicación de la Política Cohesión, en la mejora de su calidad de vida;
- Valorar el alcance a los grupos objetivo de las actuaciones de comunicación, es decir, los Beneficiarios, Beneficiarios potenciales y el público en general, tal y como recoge el Plan;
- El principio de proporcionalidad (artículo 4.3 del Reglamento (CE) 1828/2006).

ii) **Evaluar el grado de cumplimiento** de la incorporación de los requisitos comunitarios en materia de información y publicidad:

- Información y publicidad de las actuaciones y control de los Fondos FEDER
- Principio de Igualdad de Oportunidades

iii) **Redactar las conclusiones** sobre el cumplimiento de los objetivos marcados por el Plan de Comunicación, así como una serie de recomendaciones con la finalidad de permitir una mejora en la aplicación del Plan de Comunicación.

iv) **Destacar una serie de actuaciones** que se puedan clasificar como buenas prácticas que puedan servir de referente a la hora de comunicar las actuaciones llevadas a cabo bajo el paraguas del PO FEDER del País Vasco 2007-2013.

Por tanto, en este capítulo se detallan las principales características técnicas de la evaluación incluyendo los siguientes aspectos:

- Diseño técnico de la evaluación
- Métodos y técnicas utilizados

- Valoración general de la metodología empleada

### 1.1. Diseño técnico de la evaluación

Este estudio de evaluación se ha realizado, como ya se ha mencionado, siguiendo las orientaciones metodológicas definidas en la “Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los Programas Operativos FEDER, Fondo de Cohesión y FSE 2007-2013”.

Dicha Guía Metodológica establece la necesidad de realizar dos (2) evaluaciones de los aspectos-actuaciones de comunicación llevadas a cabo a lo largo del periodo global (2007-2013), más concretamente establece una evaluación intermedia en el año 2010 y otra al final del periodo en el año 2013. Estas evaluaciones permitirán comprobar si la aplicación del Plan ha logrado aumentar la visibilidad de los Fondos Estructurales (FFEE), de los Programas Operativos y del papel desempeñado por la Unión Europea.

El informe de evaluación que nos atiene corresponde a la evaluación que se debe de realizar en el año 2013, al final del periodo de ejecución del PO FEDER del País Vasco 2007-2013.

Los Organismos implicados y responsables en la gestión y puesta en marcha de las medidas de información y publicidad definidas en el Plan de Comunicación del PO FEDER PV 2007-2013 del País Vasco y las responsabilidades que han de asumir cada uno de ellos, son las siguientes:

ORGANISMO	RESPONSABILIDADES
<b>Comisión Europea</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Declarar aceptados los Planes de Comunicación del Programa Operativo</li> <li>- Revisar los resultados de las evaluaciones de los planes de comunicación, para incluirlos en los informes anuales de 2010 y 2013</li> </ul>
<b>Comité de Seguimiento</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Presentar los avances del Plan de Comunicación</li> <li>- Presentar las medidas de comunicación puestas en práctica en el periodo correspondiente, indicando con qué medios de comunicación se ha contado en caso de aquellas actuaciones de Publicidad para las que se hubiesen utilizado.</li> <li>- Presentar ejemplos de buenas prácticas en materia de información y publicidad</li> </ul>
<b>Autoridad de Gestión</b> Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas- <b>Dirección General de Fondos Comunitarios</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Definir el marco común de trabajo en materia de Evaluación para los Planes de Comunicación del FEDER 2007-2013</li> <li>- Coordinar, de manera general, el proceso de Evaluación, convocando reuniones del GERIP, y del GRECO-AGE cuando se considere oportuno</li> <li>- Participar en el Grupo Consultivo de seguimiento estratégico y evaluación para presentar los avances en materia de evaluación de la comunicación</li> <li>- Hacer el seguimiento del sistema de indicadores de seguimiento y evaluación de la comunicación definidos para el periodo 2007-2013, instrumentando las instrucciones y mecanismos que deberán aplicar los organismos implicados en la cuantificación de los indicadores y coordinando la cuantificación de dichos indicadores en el caso de los Organismos Intermedios de la AGE</li> <li>- Realizar el volcado en INFOCO de la cuantificación de sus propios indicadores</li> <li>- Incluir en los informes de ejecución anuales y final la información recogida en el artículo 4.2 del Reglamento (CE) N° 1828/2006</li> <li>- Informar al Comité de Seguimiento acerca del Plan de Comunicación, sus modificaciones y avances conseguidos</li> </ul>

<p><b>Organismos Intermedios (OOII)</b> * *</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Participar, a través del GERIP, en el proceso de definición del marco común de trabajo en materia de evaluación de la comunicación para los PO</li><li>- Poner en marcha la evaluación del Plan de Comunicación del PO en 2010 y 2013, para su futura incorporación en el informe anual</li><li>- Realizar el volcado de la cuantificación de los indicadores de seguimiento y evaluación propios en INFOCO instrumentando las instrucciones y mecanismos que deberán aplicar los organismos regionales, y coordinando la cuantificación de los indicadores de evaluación de las actuaciones de los organismos gestores de su administración regional</li><li>- Realizar el seguimiento de los avances del Plan de Comunicación, en el ámbito de sus competencias, para colaborar en la información a facilitar al correspondiente Comité de Seguimiento</li><li>- Colaborar, en el ámbito de sus competencias, en la información a incluir en los informes de ejecución anuales, y final, según lo establecido en el artículo 4.2. del Reglamento (CE) N°1828/2006</li></ul>
<p><b>Equipo de evaluación de Idom Consulting</b></p>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Realizar la evaluación y entregar el informe resultante</li></ul>

Los **Organismos Intermedios (OOII)\*\*** incluidos en el Programa Operativo FEDER del País Vasco para el periodo 2007-2013, se indican a continuación:

- Dirección de Economía y Planificación del Gobierno Vasco
- Diputación Foral de Araba
- Diputación Foral de Bizkaia
- Diputación Foral de Gipuzkoa
- Ayuntamiento de Vitoria –Gasteiz
- Azaro Fundazioa
- Dirección General de Investigación Científica y Técnica (DGICT) de la Secretaría de Estado de Investigación, Desarrollo e Innovación adscrita al Ministerio de Economía y Competitividad
- Instituto de Salud Carlos III (ISCIII) del Ministerio de Economía y Competitividad
- Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX) del Ministerio de Economía y Competitividad

Las actividades llevadas a cabo para la evaluación del Plan de Comunicación de 2013 han tenido una duración de 7 meses, desde mayo de 2013, hasta la entrega del informe en noviembre de 2013.

El presente informe consta de 8 capítulos de acuerdo con la Guía Metodológica y las indicaciones de GERIP al equipo evaluador. Siguiendo tales indicaciones, se ha añadido al

índice definido en la Guía el capítulo 2, en el que se valora la evaluación del Plan de Comunicación realizada en 2010.

## 1.2. Métodos y técnicas utilizadas

La metodología utilizada para llevar a cabo la evaluación ha sido la establecida 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”.

La realización de la evaluación tanto de las actuaciones para cumplir con el Plan de Comunicación propio del PO FEDER PV 2007-2013, como de sus resultados e impacto, requiere del manejo de una importante cantidad de información de naturaleza variada. Resulta esencial el análisis de datos numéricos objetivos y el de información más subjetiva que proceda tanto de agentes implicados directa como indirectamente (ciudadanía-beneficiarios), con la ejecución del PO FEDER del País Vasco 2007-2013 y su Plan de Comunicación.

Para la obtención de los datos tanto objetivos como subjetivos, la Guía ha definido y recomendado el uso de una serie de herramientas y técnicas de evaluación, que vamos a presentar con más detalle a continuación:

### 1. Sistema de indicadores

Tal y como se señala en la propia Guía, 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. Se trata de indicadores caracterizados por su diseño, tipología y proporcionalidad.

Dada la naturaleza de la evaluación y los objetivos perseguidos por el Plan de Comunicación PO FEDER del País Vasco 2007-2013 se puede afirmar que los indicadores son adecuados para la obtención de información completa sobre la realización de las propias acciones, el resultado generado por las mismas y su impacto.

El Plan de Comunicación persigue dos (2) objetivos globales, la transparencia en los mecanismos de concesión de Fondos y la información al público en general tanto de los objetivos europeos que persiguen estos Fondos como los de visibilidad de los resultados obtenidos a través de la utilización de los mismos.

La Guía Metodológica ha propuesto un sistema de siete (7) indicadores de realización que se presentan a continuación:

1. Nº actividades y actos públicos



2. Nº de acciones de difusión
3. Nº de publicaciones externas realizadas
4. Nº de páginas Web
5. Nº de soportes publicitarios
6. Nº de documentación interna distribuida
7. Nº de redes de información y publicidad

Además, la Guía Metodológica facilita en el sistema de indicadores otros siete (7) indicadores de resultado que son los presentados a continuación:

1. Nº de asistentes
2. % publicaciones distribuidas / editadas
3. Nº puntos de distribución
4. Nº de Visitas
5. % de organismos cubiertos
6. Nº reuniones
7. Nº asistentes

Se puede concluir que el sistema de indicadores está correctamente enfocado para realizar el seguimiento del cumplimiento de los dos objetivos globales, la transparencia en los mecanismos de concesión de Fondos por un lado, y la información al público en general, por el otro. Los indicadores informan de las actividades de comunicación tanto entre los colectivos implicados en la Gestión de los fondos europeos, como de las actividades de información destinadas a los Beneficiarios tanto reales como potenciales.

Hay tres (3) tipos de indicadores claves; (i) Indicadores de realización, (ii) indicadores de resultados e (iii) indicadores de impacto. Cabe destacar que el diseño de indicadores de seguimiento y evaluación constituye un ejercicio fundamental para la evaluación del desarrollo y evolución, 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-FEDER y FSE 2007- 2013.

- **Diseño:** los indicadores de seguimiento y evaluación han sido homogeneizados en su definición, de acuerdo con:
  - 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
  
- **Estimación:** los valores a alcanzar por cada uno de los indicadores se han consensuado también de forma que:
  - Se realicen 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 de los Programas Operativos a los que en ellos se haga referencia
  
- **Proporcionalidad:** los indicadores de seguimiento y evaluación de las actuaciones de información y publicidad que se lleven a cabo en los distintos Planes de Comunicación y que aparecen en los mismos son proporcionales en base a:
  - La cuantificación estimada de los indicadores
  - El trabajo complementario de análisis cualitativo que realicen los evaluadores independientes de los Planes de Comunicación

Además de estos indicadores de realización y resultados, para la evaluación se han diseñado unos indicadores de impacto, que permitan medir las consecuencias 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 (3) indicadores de impacto:

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

## **2. Análisis documental de fuentes secundarias**

En la Guía Metodológica se señala que el análisis documental se realizará de forma general 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.

Para realizar la evaluación del Plan de Comunicación es necesario entender el marco en el que éste se lleva a cabo, sus objetivos, las dificultades y particularidades del Programa Operativo. El análisis documental permite efectuar el examen del marco de referencia relativo a las actuaciones en materia de información y publicidad.

El equipo de evaluación destaca que la documentación a analizar, y que se ha detallado con anterioridad está perfectamente adaptada a las necesidades que los evaluadores van a tener a la hora de realizar la evaluación del Plan de Comunicación.

Se ha procedido a la consulta y análisis de la siguiente documentación:

- Reglamento (CE) nº 1828/2006 de la Comisión, de 8 de diciembre de 2006, que fija 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

- Marco Estratégico Nacional de Referencia 2007-2013
- Programa Operativo del País Vasco FEDER 2007-2013
- Plan de Comunicación del Programa Operativo FEDER del País Vasco 2007-2013
- Manuales de Normas y Procedimientos
- Informes Anuales de Ejecución del FEDER anualidades: 2007, 2008, 2009, 2010, 2011 y 2012
- Actas de los Comités de Seguimiento POPV FEDER 2008, 2009, 2010, 2011 y 2012
- Documentación emitida por las redes de comunicación INFORM (Red de comunicaciones encargada de las comunicaciones sobre FEDER y las inversiones en Fondos de Cohesión de la UE) e INIO (Informal Network of Information Officers) de la Comisión Europea
- Documentación emitida por el GERIP (actas de la reuniones)
- Documentación emitida por el GRECO-AGE<sup>2</sup> (actas de las reuniones)
- Aplicación para el seguimiento de los indicadores en materia de comunicación (INFOCO)
- Publicaciones: revistas, folletos, trípticos, etc.
- Notas de prensa y artículos
- Convocatorias de ayudas
- Páginas web
- Otra documentación

---

<sup>2</sup> En Mayo de 2007, las autoridades de gestión del FEDER y del Fondo de Cohesión, a través de su responsable en materia de Comunicación, pusieron en marcha la Red de Comunicación GRECO-AGE. Esta red, en un primer momento, contó sólo con los Organismos Gestores de estos Fondos de la Administración General del Estado. Estos Organismos son aquellos que gestionan actuaciones de la AGE que son cofinanciadas con estos Fondos, aunque éstas pueden estar enmarcadas tanto en Programas Operativos Regionales como en Programas Plurirregionales

### 3. Entrevistas y encuesta a la ciudadanía

El equipo evaluador independiente ha realizado tanto entrevistas personales con los responsables y Órganos Gestores, como encuestas a la ciudadanía.

Para realizar una evaluación resulta necesario disponer de la más amplia información. Un método para obtenerla es la realización de entrevistas a las personas involucradas, en este caso sobre el grado de cumplimiento del Plan de Comunicación correspondiente.

La información que se obtiene directamente de estas personas permite a los evaluadores comprender las razones por las que las situaciones son las que se observan, y facilita determinar puntos de mejora.

Por un lado, se han realizado entrevistas personales a la Autoridad de Gestión y OOII responsables del Plan de Comunicación además de beneficiarios de las actuaciones recogidas en el Plan de Comunicación del PO FEDER PV 2007-2013, tanto los regionales como los pertenecientes a la AGE (Administración General del Estado).

En dichas entrevistas se han empleado dos cuestionarios diferentes en función del tipo de organismo al que se estaba entrevistando, un modelo para la autoridad de gestión (DGFC) y Organismos Intermedios (OOII) y otro para organismos gestores. Los cuestionarios son los que vienen recogidos en los Anexos 3 y 4 de la Guía Metodológica.

Tratándose de la evaluación final del Plan de Comunicación, realizada al final del periodo de programación, se han adaptado ambos cuestionarios, eliminando aquellas preguntas que carecían de sentido en este contexto temporal, relacionadas con la puesta en marcha del PO y, por lo tanto, centrándose en las medidas organizadas en torno a la fase de ejecución del PO.

Durante los meses de mayo y junio de 2013 se realizaron un total de doce (12) entrevistas personales a los responsables de comunicación de las instituciones listadas a continuación:

INSTITUCIÓN
GOBIERNO VASCO - DIRECCIÓN DE ECONOMÍA Y PLANIFICACIÓN
DIPUTACIÓN FORAL DE ALAVA - SERVICIO DE FONDOS EUROPEOS
DIPUTACIÓN FORAL DE BIZKAIA - DIR. GRAL. DE ASUNTOS RELACIONADOS CON LA UE
DIPUTACIÓN FORAL DE GIPUZKOA- DPTO. PARA LA FISCALIDAD Y LAS FINANZAS - DIR. GRAL. DE POLÍTICA FISCAL Y FINANCIERA
GOBIERNO VASCO – DIRECCIÓN DE TECNOLOGÍA Y ESTRATEGIA
GOBIERNO VASCO – DIRECCIÓN DE INTERNACIONALIZACIÓN
ETS- EUSKAL TRENBIDEA SAREA
AZARO FUNDAZIOA
ICEX

INSTITUTO SALUD CARLOS III
AYTO. VITORIA- INICIATIVA URBAN
SUB. GRAL. DE FONDOS EUROPEOS PARA LA INVESTIGACIÓN - D.G. INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA Y TÉCNICA

Para realizar estas entrevistas, los evaluadores utilizaron el material recomendando por la Guía, haciendo uso para ello del *Guion de entrevistas a organismos intermedios/autoridad de Gestión del Programa* disponible en los Anexos de la misma.

Por otro lado, se llevaron a cabo **entrevistas individuales a una muestra de beneficiarios finales de Programas de ayuda** cofinanciados con el PO FEDER PV 2007-2013. En total se realizaron ocho (8) visitas in situ a empresas beneficiarias de líneas de ayudas provenientes del PO, del actual periodo. La selección de empresas se desarrolló de la siguiente manera; el evaluador seleccionó una muestra de empresas de los tres territorios históricos de la CAPV; Bizkaia, Araba y Gipuzkoa, ponderando con mayor peso aquellos territorios con mayor número de líneas de ayudas a empresas, como es el caso del Territorio Histórico de Gipuzkoa. Posteriormente se envió el listado a cada uno de los Organismos gestores, a título informativo, que hubiesen concedido ayudas a empresas parcialmente financiadas con Fondos FEDER.

Durante las entrevistas, además de evaluar diversos aspectos relacionados con la información y formación que habían recibido desde los OOII correspondientes, también se verificó in situ las medidas de publicidad que se habían implementado por parte de las empresas. Igualmente, se les explicó en qué consistía el Plan de Comunicación y la razón de su evaluación y se examinaron las comunicaciones recibidas desde las instituciones en relación con este ámbito.

Asimismo, se ha efectuado una **encuesta telefónica a la ciudadanía** del País Vasco para dar respuesta a lo exigido reglamentariamente, la cual se detallará más adelante (*ver apartado 7- Análisis del impacto*). El objetivo perseguido con el uso de esta herramienta de obtención de datos, es el de dar transparencia a las actuaciones cofinanciadas a través de los distintos Programas Operativos para lo que se ha elaborado el Plan de Comunicación y contrastar principalmente si el público en general está concienciado del papel que la Unión Europea juega en la mejora de su calidad de vida. Las preguntas incluidas en la encuesta son las que recoge el Anexo 5 de la Guía Metodológica.

#### 4. Grupos de discusión

Los **grupos de discusión** tienen por finalidad obtener resultados concretos en cuanto a las causas de necesidades o problemas y sus posibles soluciones y, si procede, la propuesta de modificación de la estrategia en materia de información y publicidad. Esta metodología de trabajo es valorada de forma positiva por el equipo de evaluación.

En el mes de julio de 2013, en el marco de esta evaluación, se ha realizado un grupo de discusión con los responsables en comunicación de los Organismos Intermedios involucrados en la aplicación y cumplimiento de las actividades indicadas en el Plan de Comunicación del País Vasco, con el objetivo de obtener más información sobre el desarrollo del Plan de Comunicación, así como de las posibles mejoras que se podrían poner en marcha para que los resultados mejoren.

Con el fin de facilitar la generación de recomendaciones se propuso contrastar los resultados preliminares obtenidos en la encuesta a la ciudadanía lanzada en mayo del mismo año.

Por medio de la utilización de esta herramienta, se dinamizó la sesión con el fin de:

- i) Valorar los resultados preliminares obtenidos mediante la encuesta a la ciudadanía y las entrevistas personales a la Autoridad de Gestión y demás Organismos Intermedios
- ii) Propiciar el intercambio de opiniones sobre las dificultades en la aplicación de las medidas de Información y Publicidad incluidas en el Plan de Comunicación del PO FEDER PV 2007-2013
- iii) Obtener ideas y recomendaciones dirigidas a mejorar la aplicación de las medidas de Información y Publicidad

### **1.3. Valoración de la metodología empleada**

La Guía de Evaluación establece una metodología clara constituyendo una base sencilla y útil para evaluar y hacer un seguimiento adecuado del Plan de Comunicación del POPV FEDER 2007-2013. En general, la valoración del marco metodológico es positiva y no se han encontrado mayores condicionantes o límites en el transcurso de la evaluación a excepción de pequeñas sugerencias que se mencionan en los siguientes apartados. Se puede destacar que para el desarrollo de los trabajos de evaluación se ha contado con la colaboración de todos los Organismos involucrados en el desarrollo del Plan de Comunicación y de los agentes y beneficiarios involucrados en el Programa Operativo del País Vasco.

#### **1. Sistema de indicadores**

El mantenimiento y seguimiento de un sistema de indicadores constituye un ejercicio fundamental para la evaluación del desarrollo y de los resultados alcanzados por un programa o estrategia.

Dada la naturaleza de la evaluación y los objetivos perseguidos por el Plan de Comunicación del P.O. FEDER del País Vasco 2007-2013 (la transparencia en los mecanismos de concesión de Fondos y la información al público en general) se puede afirmar que los indicadores empleados son adecuados para la obtención de información fidedigna sobre la realización de las acciones, el resultado generado por las mismas y su impacto.

La Guía Metodológica ha propuesto un sistema de siete indicadores de realización y siete indicadores de resultados tal y como indicábamos anteriormente. Los indicadores cuantifican las actividades de comunicación desarrolladas tanto entre los colectivos implicados en la gestión de los fondos europeos, como de las actividades de información destinadas a las entidades beneficiarias, tanto directas como potenciales, y público en general.

Se recomienda revisar y homogeneizar la definición de los indicadores seleccionados, con el fin de reflejar la realidad de una forma lo más coherente posible y facilitar su recolección tanto a los Organismos Gestores como al Organismo Intermedio. Actualmente los organismos que tienen que recopilar los datos se encuentran en algunos casos, con dificultades, para diferenciar qué acciones deben incluir en cada indicador porque pueden encajar en varias categorías (por ejemplo, publicaciones externas y soportes publicitarios). También existe confusión con los puntos de distribución, el porcentaje de publicaciones distribuidas entre editadas y el porcentaje de organismos cubiertos. A pesar de contar con el apoyo e indicaciones tanto de la Autoridad de Gestión como de la Dirección de Economía y Planificación del Gobierno Vasco, en este sentido, una mayor claridad y definición en el significado y alcance de cada uno de los indicadores sería positivo para evitar duplicidades, omisiones y/o errores a la hora de contabilizar los mismos.

## **2. Análisis documental de fuentes secundarias**

El análisis documental ha permitido llevar a cabo el examen del marco de referencia relativo a las actuaciones en materia de información y publicidad. Los documentos fundamentales que se han estudiado a fondo en esta evaluación han sido, además de los reglamentos, el Plan de Comunicación del POPV FEDER 2007-2013 y la Guía Metodológica elaborada por la red GERIP. Los contenidos de dicha documentación están claramente estructurados y detallados y son de gran utilidad a la hora de garantizar una comunicación continua y eficiente.

## **3. Entrevistas**

El equipo evaluador encargado ha llevado a cabo tanto entrevistas directas con las personas responsables de comunicación de los Organismos Intermedios y gestores del PO, la Autoridad de Gestión así como encuestas a la ciudadanía.



El contacto directo con las personas implicadas en el Plan de Comunicación es fundamental dado que permite intercambiar opiniones de alto valor añadido y el equipo evaluador lo ha considerado una herramienta imprescindible. Su utilidad radica en la información cualitativa que aportan los comentarios y las opiniones de las personas entrevistadas a los datos cuantitativos arrojados por los indicadores.

La encuesta a la ciudadanía es esencial a la hora de valorar el impacto del Plan de Comunicación en el público en general. La encuesta es la herramienta más directa para conocer el grado de conocimiento y la opinión sobre la percepción de la utilidad y valor de los fondos comunitarios por parte de la población general, que es uno de los colectivos objetivos en los Planes de Comunicación. En lo relativo a la encuesta a la ciudadanía (incluida en la Guía Metodológica) el equipo evaluador considera que alguna pregunta podría resultar demasiado amplia o ambigua para valorar el verdadero impacto de las actividades de comunicación en el conocimiento de los Fondos entre la ciudadanía. Por ejemplo, cuando se le pregunta si conoce proyectos financiados y se le da un listado, no queda claro si realmente lo conoce o responde que sí a la respuesta propuesta por no quedar en evidencia. Lo mismo ocurre con la pregunta sobre “cómo se enteró de este tipo de actuaciones”.

#### **4. Grupos de discusión**

El objetivo del grupo de discusión organizado ha sido obtener resultados concretos en cuanto a las causas de necesidades o problemas existentes, buscar posibles soluciones y valorar propuestas de mejora y recomendaciones de cara al Plan de Comunicación del próximo Programa Operativo, en el periodo 2014-2020.

El equipo evaluador ha valorado muy positivamente esta experiencia debido a la oportunidad que brinda para intercambiar información y opiniones entre las personas asistentes. Este espacio común permite compartir y contrastar las diferencias que existen entre las capacidades y las dificultades de los diversos tipos de organismos implicados en el PO, lo cual es de gran valor para realizar una evaluación integral y consistente.

En resumen, el equipo evaluador entiende que las herramientas y técnicas de evaluación planteadas por la Guía metodológica (encuesta, entrevistas, mesa de contraste, revisión información, etc.) son las adecuadas para poder evaluar el grado de cumplimiento de las medidas de comunicación e indicadores establecidos en los Planes de Comunicación, además de ser un apoyo fundamental a la hora de valorar el grado de cumplimiento de los objetivos que busca el Plan en sí.

## 2. Análisis del seguimiento y aplicación de las recomendaciones realizadas en la evaluación intermedia de 2010

En mayo de 2011 se entregó la versión final del Informe de la evaluación intermedia del Plan de Comunicación del Programa Operativo del Fondo Europeo para el Desarrollo Regional (FEDER) del País Vasco 2007-2013. Esta primera evaluación siguió las directrices establecidas en la “Guía metodológica de seguimiento y evaluación” elaborada por la red GERIP y recogió los resultados obtenidos a través del análisis de los indicadores disponibles al momento, la encuesta a la ciudadanía y las entrevistas a los organismos implicados. Adicionalmente, también se celebró un primer taller-mesa de contraste donde se reunió a los responsables en comunicación de los Organismos Intermedios regionales.

A continuación se realiza un breve repaso de los datos más relevantes presentados en dicha evaluación intermedia y un seguimiento de las conclusiones y recomendaciones que resultaron del análisis.

### **Recomendaciones 2010**

- **“Diseñar un sencillo manual de identidad en el que se homogeneicen los formatos de logo, lema y demás textos”**

Es cierto que se han enviado múltiples instrucciones por escrito, aun así, sería una buena práctica completar el manual con modelos y ejemplos concretos que cubran todos los procesos administrativos en los que es necesario aplicar requisitos de información y publicidad establecidos en los reglamentos, detallando además con frases/ párrafos modelo cómo se materializan esos requisitos más generales recogidos en los reglamentos. Este Manual debería ser remitido al resto de Organismos intermedios/gestores involucrados y corresponsables de la aplicación de la política de información y publicidad de los Fondos, en el País Vasco.

- **“Establecer un grupo de trabajo que recoja noticias [...] para proporcionárselas periódicamente a los medios de mayor tirada”**

Esta recomendación fue bastante idealista teniendo en cuenta los escasos recursos disponibles por los gestores del PO y la carga de trabajo que conllevan todos los temas administrativo-financieros relativos a la cofinanciación. Es comprensible, por lo tanto, que no se haya avanzado en este sentido. Aun así, sigue siendo una medida interesante que podría plantearse a la hora de diseñar el próximo Plan de Comunicación. Es un hecho

contrastado por la encuesta que los medios de comunicación son los que mayor impacto tienen sobre el conocimiento de la ciudadanía.

- **“Informar a los más jóvenes de la existencia de los Fondos FEDER y de sus actuaciones”**

Esta es una de las recomendaciones en la que mayor empeño y esfuerzo se ha puesto por parte del Organismo Intermedio regional. Para ello se ha diseñado una actividad específicamente pensada para este grupo poblacional teniendo en consideración sus especificidades. Se trata del diseño y organización de un concurso fotográfico a través de la plataforma Facebook, destinada a jóvenes del territorio en edades comprendidas entre los 14 y 25 años. A la fecha, ya se han celebrado dos (2) ediciones del concurso y se ha programado una nueva edición para el año 2014. En el apartado de Buenas Prácticas (capítulo 9) se desarrolla con mayor detalle los resultados e impacto obtenidos gracias a esta actividad.

### 3. Análisis del avance en el desarrollo de la estrategia de comunicación

En este capítulo se va a evaluar la Estrategia de comunicación definida en el POPV FEDER 2007-2013, al igual que la validez y consistencia interna del Plan de Comunicación, la proporcionalidad que consiste en la existencia de una correspondencia entre las actuaciones recogidas en los distintos Programas Operativos y el montante de FEDER destinados a su cofinanciación y las actuaciones en materia de comunicación que se van a evaluar; así como la pertenencia de cada región a uno u otro de los Objetivos (Convergencia y Competitividad), y la asignación de recursos. Para ello, se han establecido una serie de criterios 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.

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

La pertinencia es la adecuación de los objetivos recogidos en el Plan de Comunicación a los objetivos establecidos en las directrices comunitarias formuladas en materia de información y publicidad. Los objetivos del Plan de Comunicación, definidos en la fase de diseño del Plan, no han sufrido ninguna variación a lo largo de esta segunda mitad del periodo. Del mismo modo, las directrices comunitarias se han mantenido desde el inicio y, por lo tanto, la pertinencia del Plan se ha mantenido respecto a la anterior evaluación.

El referente comunitario en materia de comunicación del FEDER lo constituye la Red INFORM<sup>3</sup>, de la Comisión Europea. Dicha red está compuesta por las Autoridades de Gestión de los PO FEDER y Fondo de Cohesión de los Estados Miembros. Con ella se trata de garantizar la transparencia de las actuaciones cofinanciadas con estos dos Fondos Europeos, potenciar la cooperación entre las redes de comunicación nacionales, destacar los hitos de la política de cohesión en los distintos países y tratar de establecer estrategias comunes de comunicación, para ponerlas en marcha en unos y otros estados-miembros.

La Dirección General de Fondos Comunitarios (DGFC), como Autoridad de Gestión del FEDER, participa en esta red, contribuyendo a que la estrategia definida en los diferentes Planes de Comunicación del FEDER esté alineada con las directrices marcadas por la red en materia de publicidad y comunicación.

---

<sup>3</sup> Red de la Comisión Europea, a través de la Unidad de Comunicación de la Dirección General REGIO que promueve los intercambios de experiencias en esta materia, entre las distintas regiones y países que percibían Fondos Europeos FEDER

Los objetivos específicos establecidos por el Plan de Comunicación del POPV FEDER 2007-2013 son los siguientes:

- Velar por el cumplimiento de lo dispuesto en los reglamentos comunitarios en materia de publicidad.
- Facilitar a todos los interesados y al público en general información sobre el contenido del Programa Operativo y sobre la contribución de los Fondos Estructurales al desarrollo regional.
- Establecer las medidas adecuadas para que los Beneficiarios potenciales de cada una de las acciones previstas en el Programa Operativo reciban información clara y detallada sobre las mismas.
- Fomentar que las actuaciones incluidas en el Programa Operativo se desarrollen con el mayor grado de difusión y transparencia.
- Difundir la información necesaria acerca de la utilización y destino de los recursos financieros comunitarios.
- Informar a la opinión pública sobre el papel que desempeña la Unión Europea a favor de las actuaciones contempladas en el Programa Operativo

Asimismo, de acuerdo con el artículo 69 del Reglamento (CE) nº 1083/2006 del Consejo, en relación con la Información y Publicidad, las directrices europeas establecen los siguientes objetivos:

- Poner en conocimiento de la ciudadanía las actuaciones y programas cofinanciados
- Dar visibilidad al papel y la contribución de los Fondos
- Asegurar la transparencia de los mecanismos de concesión de los Fondos

La siguiente tabla muestra el alineamiento entre las directrices europeas y los objetivos del Plan de Comunicación del POPV FEDER 2007-2013:

DIRECTRICES EUROPEAS			
	Poner actuaciones y programas cofinanciados	Dar visibilidad al papel y la contribución de los Fondos	Asegurar la transparencia de los mecanismos de concesión
OBJETIVOS DEL PLAN DE COMUNICACIÓN	Cumplimiento de los Reglamentos		
	Facilitar a interesados y público general información del PO		
	Medidas para que los beneficiarios reciban información clara y detallada		Medidas para que los beneficiarios reciban información clara y detallada
			Fomentar la difusión y transparencia de las actuaciones del PO
			Informar sobre la utilización y destino de los recursos comunitarios
		Informar a la opinión pública sobre el papel de la Unión Europea	

En resumen, el equipo evaluador se reafirma en que los objetivos y estrategia definida en el Plan de Comunicación del PO FEDER del País Vasco 2007-2013 se adecúan a las directrices establecidas al respecto y a lo establecido en los Reglamentos Comunitarios. Por lo tanto, la estrategia de comunicación se considera **pertinente**.

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

La **validez y la consistencia** interna del Plan de Comunicación miden la coherencia entre los objetivos del Plan de Comunicación y las medidas de comunicación puestas en marcha. Concretamente, en este apartado se analiza la coherencia entre los objetivos establecidos y las acciones de comunicación definidas en el Plan de Comunicación. Por un lado, la **validez** mide la coherencia entre los objetivos específicos y el objetivo general del Plan de Comunicación, esto es, informar y difundir todas las acciones llevadas a cabo en el marco del Programa Operativo. La existencia de coherencia entre dos objetivos implica que ambos actúan en la misma dirección y que la consecución de uno influye y permite avanzar en la consecución del otro. Tal y como sucede en el caso de la pertinencia, la validez del Plan no ha variado en la segunda mitad del periodo, pues los objetivos específicos y el objetivo general del plan se han mantenido constantes desde el diseño del mismo.

El estudio de estos objetivos por parte del equipo evaluador ha concluido que efectivamente la consecución de los objetivos específicos (listados en la sección anterior) contribuye a la difusión de todas las acciones llevadas a cabo en el PO.

Por otro lado, en cuanto a la validez de las actividades diseñadas, la siguiente tabla resume el alineamiento de las acciones diseñadas con los objetivos descritos en el Plan de Comunicación:

		OBJETIVOS DEL PLAN DE COMUNICACIÓN					
		OBJETIVO 1	OBJETIVO 2	OBJETIVO 3	OBJETIVO 4	OBJETIVO 5	OBJETIVO 6
		Velar por el cumplimiento de los reglamentos	Facilitar a interesados y público general información del PO	Medidas para que los beneficiarios reciban información clara y detallada	Fomentar la difusión y transparencia de las actuaciones del PO	Informar sobre la utilización y destino de los recursos comunitarios	Informar a la opinión pública sobre el papel de la Unión Europea
ACCIONES DE COMUNICACIÓN INCLUIDAS EN EL PLAN DE COMUNICACIÓN	Difusión del PO en web	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	Eventos	✓	✓		✓	✓	✓
	Publicación de convocatorias en boletines	✓		✓	✓		✓
	Publicaciones mensuales		✓		✓	✓	✓
	Información sobre evolución de las actuaciones		✓	✓	✓	✓	✓
	Publicación adjudicaciones ayudas en BO	✓		✓	✓	✓	
	Reuniones con organismos gestores	✓		✓			
	Izamiento de la bandera	✓					
	Difusión del PO a través de nuevas tecnologías		✓		✓	✓	✓
	Notas de prensa		✓		✓	✓	✓
	Folletos		✓		✓	✓	✓
	Información sobre evaluación actuaciones		✓		✓	✓	✓



Tal y como demuestra la tabla resumen, el equipo de evaluación ha verificado que todas las acciones diseñadas contribuyen a la consecución de varios de los objetivos planteados en el Plan de Comunicación, esto es, cada acción posibilita el logro de uno o varios objetivos. A su vez, la consecución de todos los objetivos definidos en el Plan de Comunicación está asegurada a través de dos o más actuaciones de comunicación.

Una vez más, las acciones diseñadas y los objetivos descritos en el Plan se han mantenido constantes desde la puesta en marcha del Plan de Comunicación, por lo que la validez no ha variado en relación con la evaluación anterior.

En referencia a la **consistencia**, ésta se mide como la adecuación de las actividades definidas en el Plan de Comunicación a los grupos de destinatarios establecidos en ese mismo Plan.

El equipo evaluador ha verificado que todas las acciones van dirigidas a alguno o varios de los colectivos definidos como destinatarios del Plan:

- Público en general
- Beneficiarios
- Potenciales beneficiarios
- Órganos gestores
- Otras entidades

Y a su vez, se ha demostrado que todos los colectivos son receptores de varias acciones de comunicación, tal y como se constata en la siguiente relación de actuaciones por colectivo objetivo.

### **Público en General**

- Utilización de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación para la difusión del POPV 2007-2013
- Organización de eventos relativos al POPV 2007-2013
- Izamiento de la bandera de la Unión Europea
- Publicaciones mensuales que informen del POPV 2007-2013
- Elaboración de notas de prensa
- Realización y distribución de folletos

### **Potenciales Beneficiarios**

- Publicación de las convocatorias en los Boletines Oficiales
- Difusión del Programa Operativo a través de las nuevas tecnologías de la comunicación
- Distribución de una publicación mensual que informe del POPV 2007-2013

### **Beneficiarios**

- Publicación de las resoluciones y adjudicaciones de las ayudas en los Boletines oficiales
- Publicaciones mensuales relativas al POPV 2007-2013

### **Órganos Gestores**

- Organización de reuniones con los organismos gestores
- Información sobre la evaluación de las actuaciones
- Información y comunicación sobre la evolución y avance de las actuaciones incluidas en el Programa Operativo

### **Otras entidades**

- Organización de eventos relativos al POPV 2007-2013
- Información sobre la evaluación de las actuaciones

En resumen, el equipo evaluador concluye que el Plan de Comunicación **es válido y consistente** dado que **las acciones planteadas cubren todos los objetivos definidos y alcanzan a todos los colectivos designados como público objetivo del mismo.**

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

El Plan de Comunicación recoge en el apartado de “Presupuesto Indicativo” que la asignación prevista por parte del Organismo Intermedio para la realización de las tareas de Información y Publicidad sería aproximadamente de 400.000 euros para el periodo 2007-2013, una cofinanciación del FEDER del 50%.

**Desde la óptica de los recursos financieros**, en el Comité de Seguimiento del año 2009 ya se indicó que el montante destinado a los Planes de Comunicación podría y debía ser revisado, dado que, por una parte, se debía computar todo lo hecho por todos los organismos participantes en el Programa Operativo en materia de comunicación; se pasase este gasto a cofinanciar o no.

En el Comité de Seguimiento del año 2010 se presenta una nueva modificación del montante. Se actualiza lo que se tiene previsto destinar a la comunicación del FEDER y difusión del papel de la Unión Europea en el País Vasco por parte de los Organismos y/ entidades beneficiarias que participan en el PO, se pase o no a cofinanciar con fondos europeos posteriormente.

Por tanto el presupuesto estimado del montante que finalmente se va a destinar a comunicación y que modificará la cantidad plasmada en la versión inicial del Plan de comunicación, asciende finalmente a 640.000 € que corresponde a las actuaciones en materia de comunicación. Por otra parte, se ha tratado igualmente en las reuniones del Comité de Seguimiento la detección en el seno de GERIP de algunas inconsistencias en la metodología del cómputo de dicho montante, que ya han sido corregidas y adecuadas.

Hasta finales del año 2012, a pesar de las restricciones impuestas por la situación económica por la que atraviesa la economía española, el montante estimado utilizado para este tipo de actividades asciende a aproximadamente 577.000 euros, con lo que se está en la senda de alcanzar lo programado al final del período.

Dicho presupuesto se adecua por su magnitud a los objetivos y medios propuestos en el Plan de Comunicación dado que se trata de la parte correspondiente únicamente al Organismo Intermedio (Dirección de Economía y Planificación del Gobierno Vasco) y sus funciones son básicamente de coordinación, control y evaluación.

**Desde la óptica de los recursos humanos**, desde un inicio se definieron los organismos responsables de la aplicación del Plan de Comunicación y del cumplimiento de la normativa

comunitaria en materia de información y publicidad, cada uno en las intervenciones del ámbito de sus competencias, así como en aquellas medidas que les corresponden.

Además, y con la finalidad de **coordinar las acciones en materia de información y publicidad**, la Autoridad de Gestión del FEDER ha constituido el GERIP. Tal y como avanzábamos anteriormente, esta red es la responsable del diseño de la estrategia de comunicación que se plasma, con sus características específicas, en cada uno de los Planes de Comunicación presentados por el estado español a la Comisión Europea. Desde su conformación en el 2007, el GERIP ha celebrado 24 reuniones de coordinación.

Asimismo, la Autoridad de Gestión del FEDER ha constituido un grupo de responsables en materia de información y publicidad con los responsables de los distintos Organismos de la Administración General del Estado (GRECO-AGE). Desde su conformación en el 2007, el GERIP ha celebrado 18 reuniones de coordinación.

El equipo evaluador considera que se han definido claramente los responsables en la materia objeto de evaluación, tanto a nivel nacional como regional. A pesar de que a nivel nacional se han dotado de los grupos de trabajo adecuados para obtener resultados positivos en cuanto a comunicación se refiere, el equipo evaluador recomienda, que a nivel regional, se formalicen las comunicaciones entre los diferentes Organismos involucrados de cara a favorecer la coordinación y generación de sinergias y evitar riesgos de duplicidad en cuanto a tipología de actuaciones.

Por último, y por lo que respecta a los **medios técnicos**, se ha continuado trabajando con la aplicación informática, en la que cada Organismo Intermedio introduce los datos de realización y de resultado de las medidas de información y publicidad llevadas a cabo y asociadas al Programa Operativo FEDER del País Vasco 2007-2013- el denominado INFOCO.

El equipo de evaluación destaca la utilidad mostrada por dicha aplicación para la gestión y el seguimiento, además de ser una “aplicación viva” que se va adaptando a las nuevas necesidades con la finalidad de optimizar la gestión y el seguimiento.

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

La estrategia definida en el Plan de Comunicación no prevé acciones específicas sobre la incorporación del principio de igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, ni directrices concretas para aplicar la perspectiva de género en las acciones de comunicación.

Sin embargo, si es cierto, que la estrategia definida en el Plan de Comunicación ha tenido muy presente la Prioridad Transversal de Igualdad de Oportunidades, cuestión que se observa a través de:

- La utilización de un lenguaje inclusivo y no sexista
- La definición de canales de información y medidas de comunicación que lleguen a todos los colectivos
- El diseño de medidas para dar visibilidad de la importancia de la contribución de la Unión Europea en la igualdad de oportunidades

Asimismo, el cuadro de indicadores de información y publicidad relativos a asistencia no distinguen entre hombres y mujeres, tal y como es recomendable según la “Guía Práctica de Comunicación con Perspectiva de Género en las Actuaciones Cofinanciadas por Fondos Estructurales y Fondo de Cohesión”. No obstante, tanto los Organismos Intermedios en su mayoría recogen información desagregada por género para los indicadores de ejecución operativa.

El equipo evaluador ha constatado que, aunque el Plan de Comunicación no incluye acciones ni principios específicos sobre igualdad, los Organismos Intermedios regionales han incluido la perspectiva de género en la comunicación relativa al FEDER, tal y como lo hacen en su operativa habitual. Es decir, el equipo evaluador no ha podido confirmar la inclusión explícita del principio de igualdad en el Plan de Comunicación, pero considera que éste ha sido aplicado de manera implícita en las actuaciones de comunicación del FEDER.

El equipo evaluador considera **conveniente hacer explícito el enfoque de género en el Plan de Comunicación**. Dado que el presente Plan de Comunicación no será objeto de modificaciones, se recomienda que se mantenga la inclusión implícita de este principio hasta final de periodo y su mención expresa en futuros Planes.

## 4. Análisis de la aplicación de las medidas de información y publicidad

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

Para analizar el avance de las medidas definidas en el Plan de Comunicación, en primer lugar, se ha realizado un análisis cualitativo en el que a través de la observación se ha evidenciado si cada actividad especificada en el Plan se ha realizado o no y en qué grado, es decir, en su totalidad, en parte o si se efectúa de forma continua a lo largo del período de programación.

En segundo lugar, se ha procedido a analizar el avance material a través de los correspondientes indicadores de seguimiento y evaluación y su comparativa con lo previsto mediante el establecimiento de valores objetivo (análisis cuantitativo).

En relación al análisis **cualitativo**, a continuación se clasifican las actividades señaladas en el capítulo 4 del Plan de Comunicación según su nivel de ejecución (finalizada o en ejecución), en base a la información recogida por el equipo evaluador en el transcurso de las entrevistas personales.

#### **Finalizada**

- Comunicación del concurso del PO
- Envío de la resolución aprobatoria del PO
- Envío de la normativa comunitaria aplicable
- Publicación de convocatorias en Boletines Oficiales
- Difusión del PO a través de Euskadi.net (Política Regional Europea)
- Participación en el lanzamiento del programa
- Difusión del PO a través de las nuevas tecnologías de la comunicación

#### **En ejecución**

Estas actividades se encuentran aún en ejecución porque se trata de tareas de ejecución continua que seguirán vigentes hasta que el Programa Operativo esté cerrado definitivamente (2015).

- Reuniones con organismos colaboradores: avance del PO y cumplimiento plan publicidad
- Publicación informes anuales en Euskadi.net (Política Regional Europea)
- Participación en el evento anual de comunicación de la AGE
- Notas de prensa sobre actuaciones financiadas
- Publicaciones mensuales relativas al POPV FEDER 2007-2013

- Información y comunicación sobre la evolución y avance de las actuaciones incluidas en el Programa Operativo
- Organización de eventos relativos al POPV FEDER 2007-2013
- Publicación de las resoluciones y adjudicaciones de las ayudas en los Boletines Oficiales
- Constancia de la cofinanciación europea en normativa, convenios, documentos, certificados, materiales, cartas, etc.
- Informar sobre el avance del PO en páginas web de entidades participantes
- Notas de prensa sobre avance PO
- Utilización de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación para la difusión del POPV FEDER 2007-2013
- Izamiento de la bandera de la Unión Europea

El equipo evaluador, destaca que se ha cumplido con la ejecución de prácticamente todas las actividades, a pesar de que la mayoría de las mismas, se encuentran aún en ejecución debido a su carácter permanente. Por lo tanto, se valora positivamente la puesta en marcha y desarrollo de las tareas incluidas en el Plan de Comunicación.

Sin embargo, existen unas pocas actividades que no han sido desarrolladas, y sobre las que se hablarán en el epígrafe **8- Conclusiones y recomendaciones**.

Desde el punto de vista **cuantitativo** y en relación a los resultados que presentan los indicadores de realización y resultado, en términos globales, los datos de ejecución son muy satisfactorios dado que los porcentajes de cumplimiento sobre los objetivos programados son altos y no se prevé ninguna dificultad para alcanzar las metas establecidas.

Resulta destacable la reprogramación al alza llevada a cabo para los indicadores que inicialmente se habían incluido en el Plan de Comunicación. La reprogramación ha afectado a las actividades referenciadas como "Tipo de indicadores" con los números 1, 2, 3, 6 y 7. La programación inicialmente, en el 2008, realizada para estos indicadores evidencia una consideración conservadora de las actividades de comunicación a llevar a cabo, dado que una vez puesto en marcha el Plan de Comunicación se han cubierto para alguna de ellas los objetivos marcados para todo el periodo de programación durante la primera mitad del tiempo de desarrollo del mismo.

Los indicadores 3 y 6, (número de publicaciones externas realizadas y número de documentación interna distribuida), confirman la voluntad clara de los responsables de comunicación de los Organismos Intermedios/Gestores, por informar tanto a los implicados como a los potenciales beneficiarios y al público en general.

A continuación se presenta las tablas de Indicadores de realización y resultado, en la que se muestra el grado de avance por cada uno de los siete (7) tipos de actividad programados, tanto para los indicadores de realización como para los de resultado, así como los objetivos globales programados y la ejecución que se ha logrado en la segunda mitad del periodo de programación. A continuación, se realiza una comparación final entre los resultados intermedios y los resultados finales obtenidos a septiembre de 2013, con el objetivo de evaluar los avances en el grado de ejecución y cumplimiento en cuanto a metas, en actividades de información y publicidad establecidas por el Plan de Comunicación adoptado en el País Vasco.

### Indicadores de comunicación. Evaluación Intermedia I. Datos 2007-2010

Tipo	Indicador	Programación	Ejecución	%	Indicador	Programación	Ejecución	%	Montante estimado
1	Nº actividades y actos públicos	240	104	43,30%	Nº de asistentes	18700	4.113	22%	102.764
2	Nº de acciones de difusión	220	73	33,20%					47.725
3	Nº de publicaciones externas realizadas	120	20	24,20%	% publicaciones distribuidas/editadas	100%	98,10%	-	18.747
					Nº puntos de distribución	48	32	66,70%	
4	Nº de páginas Web	2	2	100%	Nº de Vistas	90 000	55.027	61,10%	51.174
5	Nº de spots publicitarios	212	70	33%					
6	Nº de documentación interna distribuida	240	108	45%	% de organismos cubiertos	100%	100%		2.872
7	Nº de redes de información y publicidad	3	3	100%	Nº reuniones	60	30	50%	5.778
					Nº asistentes	90	88	98,9%	

Fuente: DG Fondos Comunitarios. Seguimiento de las acciones de información y publicidad. Ejecución por realización de indicadores desde el 01/01/2007 hasta el 31/03/2010.

Esta primera tabla hace mención al avance en el cumplimiento de los indicadores en el primer periodo intermedio de programación, para el que se elaboró la primera evaluación (2007-2010). El grado de ejecución y avance de este primer periodo fue considerado óptimo, y con la salvedad de algunos pocos indicadores, el grado de ejecución de la mayoría de indicadores rondaba el 50% en esta primera mitad de periodo. Destacar incluso que tanto las páginas webs como las redes de información y publicidad, se encuentran plenamente ejecutadas desde el inicio prácticamente del programa. Estas elevadas tasas de cumplimiento hizo que se revisasen y posteriormente reprogramasen al alza los indicadores 1, 2 y 5.



## Indicadores de comunicación. Evaluación Intermedia II. Datos 2010-2013

Tipo	Indicador	Programación	Ejecución	%	Indicador	Programación	Ejecución	%	Montante estimado
1	Nº actividades y actos públicos	240	129	53,80%	Nº de asistentes	18.700	8.345	44,60%	323.246
2	Nº de acciones de difusión	220	117	53,20%					103.582
3	Nº de publicaciones externas realizadas	120	98	81,70%	% publicaciones distribuidas/editadas	100%	98,7%	-	
					Nº puntos de distribución	48	33	68,8%	27.420
4	Nº de páginas Web	2	2	100%	Nº de Visitas	90.000	86.225	95,80%	0
5	Nº de soportes publicitarios	212	133	62,70%					22.822
6	Nº de documentación interna distribuida	240	136	56,70%	% de organismos cubiertos	100%	99,30%		2.643
7	Nº de redes de información y publicidad	3	3	100%	Nº reuniones	60	26	43,30%	
					Nº asistentes	99	93	94,20%	1.906

Fuente: DG Fondos Comunitarios. Aplicación de Seguimiento de las acciones de Información y Publicidad. Desde el **01/01/2010 hasta 10/09/2013**

Como se puede observar, a partir del 2010, el grado de cumplimiento en este segundo periodo de evaluación se coloca por encima del 50% en todos los casos con la excepción del número de asistentes que acuden a los actos públicos y el número de reuniones de redes de información y publicidad que se encuentran levemente por debajo.

La evolución de los indicadores en la segunda fase respecto a la primera ha sido en general muy positiva, tal y como era de esperar, dado que el lanzamiento del PO es complejo y es habitual que el comienzo de las actividades se retrase y el cumplimiento de algunos indicadores, como el que alude al "nº de asistentes" o el "nº de reuniones" no lleguen a su máximo de ejecución hasta la finalización del periodo de programación y actividad completo. Ciertamente es que en el periodo 2010-2013, las dinámicas de funcionamiento están mucho más claras y los organismos implicados dominan los procesos mucho mejor por lo que el volumen de actividad en materia de comunicación es lineal y creciente.

Sin embargo, sí que se ha observado una reducción en el número de soportes publicitarios. Entendiendo razonable y lógico que al comienzo del PO se produzca más material publicitario debido a que el esfuerzo para dar a conocer los proyectos y actividades cofinanciadas debe ser mayor y es el inicio de muchos programas que se alargan durante todo el PO.

## Indicadores de comunicación. Evaluación Global. Datos 2007-2013

Tipo	Indicador	Programación	Ejecución	%	Indicador	Programación	Ejecución	%	Montante estimado
1	Nº actividades y actos públicos	240	225	93,8%	Nº de asistentes	18.700	12.443	66,5%	421.142
2	Nº de acciones de difusión	220	160	72,7%					131.006
3	Nº de publicaciones externas realizadas	120	123	102,5%	% publicaciones distribuidas / editadas	100%	98,5%	-	45.625
					Nº puntos de distribución	48	33	68,8%	
4	Nº de páginas Web	2	2	100%	Nº de Visitas	90.000	69.841	77,6%	0
5	Nº de soportes publicitarios	212	195	92%					72.806
6	Nº de documentación interna distribuida	240	232	96,7%	% de organismos cubiertos	100%	99,6%		2.915
7	Nº de redes de información y publicidad	3	3	100%	Nº reuniones	60	53	88,3%	6.961
					Nº asistentes	99	88	89,1%	

Fuente: DG Fondos Comunitarios. Aplicación de Seguimiento de las acciones de Información y Publicidad. Desde el **01/01/2007** hasta **10/09/2013**

Finalmente, en la tabla global, que recoge toda la actividad en materia de información y publicidad realizada por la Autoridad de Gestión y todos los OOII en el PO del País Vasco, realizada hasta el mes de septiembre de 2013, se observa que se ha llegado prácticamente a los máximos de ejecución por cada uno de los indicadores programados.

Se destacan **tres puntos de mejora**, en cuanto a grado de cumplimiento de la programación inicial;

1. Aumentar el nº de asistentes a los eventos, se entiende que por medio de una mayor difusión y publicidad del evento como tal;
2. Aumentar el nº de puntos de distribución de las publicaciones externas realizadas. En este sentido se recomienda, realizar un pequeño estudio de nuevos soportes publicitarios disponibles, teniendo en cuenta las nuevas tendencias de uso masivo de las nuevas tecnologías, para así poder garantizar una mejor distribución de las mismas;
3. Aumentar el nº de visitas de las Webs, se entiende que por medio de volcar contenidos de interés agregado, mejorar la accesibilidad y aumentar el tráfico y vínculos entre las páginas webs de todos los OOII implicados, por medio de enlaces.

En las tablas de indicadores realizadas durante la evaluación intermedia y evaluación final se puede ver reflejada la reprogramación al alza de los indicadores de realización y resultados. La primera reprogramación se produjo el año 2009 a la vista de las actuaciones realizadas hasta ese momento. Entendiendo que la programación de dichos indicadores había sido muy conservadora, puesto que en la mitad del periodo, en algunos de ellos, se había cubierto e

incluso sobrepasado ampliamente lo previsto para todo el periodo. Poniendo de manifiesto el esfuerzo de informar en la aplicación y uso de los Fondos en el País Vasco.

La primera reprogramación se produce en los indicadores 1, 2, 3, 6 y 7. Durante los primeros años las actuaciones de comunicación se han concentrado en la labor de dar a conocer, a los beneficiarios potenciales de los fondos europeos, a los beneficiarios y al público en general, las actuaciones susceptibles de ser cofinanciadas a través de los fondos de la política de cohesión, con un especial hincapié en que el público en general adquiriese una visión más amplia de lo que son las políticas europeas y de las vías de acceso a dichas ayudas. Por esta razón se elevaron los indicadores 1 y 3.

En el año 2011 vuelve a haber una reprogramación al alza de los indicadores 1, 2 y 6. Teniendo los dos primeros como objetivo informar al público en general de la contribución de la Unión Europea al desarrollo social y económico del País Vasco, y el 6 garantizar la transparencia de las actuaciones mediante la distribución de documentación interna.

La materialización de las realizaciones físicas es muy distinta en función del Organismo implicado, cuestión lógica si se tiene en cuenta que las funciones y responsabilidades asignadas a cada uno es distinta, es decir:

- Los indicadores propuestos en el Plan de Comunicación se han diseñado respetando el criterio de proporcionalidad y la coherencia con el conjunto de las actuaciones recogidas en los distintos Programas Operativos
- Hay indicadores que sólo han de ser cumplimentados por la Autoridad de Gestión

Este cuadro resumen de indicadores recoge por tanto, todas las acciones ejecutadas en el País Vasco por todos los organismos implicados como las acciones ejecutadas por la Autoridad de Gestión.

La Dirección General de Fondos Comunitarios (DGFC), en su papel de Autoridad de Gestión, ha informado acerca de las responsabilidades de los organismos implicados en el PO a través de la red GERIP, seminarios, grupos de trabajo, numerosos cursos formativos, encuentros anuales, etc. A su vez, ha proporcionado información sobre la normativa y ha respondido a numerosas inquietudes de los organismos a través de la página web, correos electrónicos, instrucciones, notificaciones, etc.

Como material y soportes divulgativos cabe destacar la publicación de un calendario 2012 conmemorativo del Día de Europa, así como carteles, paneles, frontis, y merchandising varios a lo largo de todo el periodo de programación.

En cuanto al tipo de acciones de difusión, además de banner en prensa, cuñas de radio, y notas de prensa, destacar la emisión en el Canal Antena 3 de Televisión de un Breve Espacio sobre Proyectos e Inversiones en España cofinanciadas por el FEDER y el Fondo de Cohesión.

En relación a la igualdad de género, el Organismo Intermedio ha distribuido la “Guía Práctica de Comunicación con Perspectiva de Género en las Actuaciones Cofinanciadas por los Fondos Estructurales y el Fondo de Cohesión”, un documento elaborado por el Instituto de la Mujer del Ministerio de Sanidad, Política Social e Igualdad.

A continuación se detallan las acciones contabilizadas en cada uno de los indicadores durante el periodo 2010-2013.

## 1. Actividades y actos públicos

### Evaluación Parcial. Datos 2010-2013

Tipo	Indicador	Programación	Ejecución	%	Indicador	Programación	Ejecución	%	Montante estimado
1	Nº actividades y actos públicos	240	129	53,80%	Nº de asistentes	18.700	8.345	44,60%	323.246

Fuente: DG Fondos Comunitarios. Aplicación de Seguimiento de las acciones de Información y Publicidad. Desde el 01/01/2010 hasta 10/09/2013

### Evaluación Global. Datos 2007-2013

Tipo	Indicador	Programación	Ejecución	%	Indicador	Programación	Ejecución	%	Montante estimado
1	Nº actividades y actos públicos	240	225	93,80%	Nº de asistentes	18.700	12.443	66,50%	421.142

Fuente: DG Fondos Comunitarios. Aplicación de Seguimiento de las acciones de Información y Publicidad. Desde el 01/01/2007 hasta 10/09/2013

En este tipo de actividad se recogen el número de actos realizados con motivo del lanzamiento del Programa Operativo para el que se elabora entre otros, el Plan de Comunicación a evaluación; los actos informativos anuales, actos celebrados en torno al Día de Europa y cualquier otro evento contemplado para desarrollar las medidas del plan o transmitir información acerca de la política comunitaria.

El nivel de ejecución del indicador de realización de actividades y actos públicos del periodo de análisis actual, es de un 53,8% y de un 44,6% el indicador de resultado, llevándose a cabo 129 eventos con una asistencia de 8.345 personas en total. Valores que se consideran adecuados durante el segundo periodo de evaluación.

El nivel de ejecución, de todo el periodo, es de un 93,8%, llevándose a cabo 225 eventos con una asistencia de 12.443 personas en total, que supone haber logrado un 66,5% del indicador de resultado.

El mayor peso en cuanto a eventos realizados lo tiene la Dirección General de Fondos Comunitarios (DGFC) y en menor medida el Instituto de Comercio Exterior (ICEX). Se puede destacar la participación de la iniciativa URBAN del Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz y la Diputación Foral de Araba (DFA) siendo los otros Organismos menos activos en cuanto a la realización de actividades y actos públicos.

Por lo que respecta al esfuerzo ejecutor y éste considerado en relación al peso presupuestario que cada Organismo Intermedio tiene en el Programa Operativo, se puede destacar que el Instituto de Comercio Exterior (ICEX) y la iniciativa URBAN del Ayuntamiento de Vitoria Gasteiz están realizando un gran esfuerzo en transmitir el importante papel de la UE.

## 2. Difusión en medios de comunicación

### Evaluación Parcial. Datos 2010-2013

Tipo	Indicador	Programación	Ejecución	%	Indicador	Programación	Ejecución	%	Montante estimado
2	Nº de acciones de difusión	220	100	45,5%					103.582

Fuente: DG Fondos Comunitarios. Aplicación de Seguimiento de las acciones de Información y Publicidad. Desde el 01/01/2010 hasta 10/09/2013

### Evaluación Global. Datos 2007-2013

Tipo	Indicador	Programación	Ejecución	%	Indicador	Programación	Ejecución	%	Montante estimado
2	Nº de acciones de difusión	220	160	72,7%					131.006

Fuente: DG Fondos Comunitarios. Aplicación de Seguimiento de las acciones de Información y Publicidad. Desde el 01/01/2007 hasta 10/09/2013

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

El indicador de realización que constituye este tipo de actividad alcanza un valor de ejecución del 45,5%, durante el periodo 2010-2013. En este indicador se ha producido una programación

al alza del 46% desde la evaluación intermedia, que contrasta con un incremento en la ejecución de tan solo un 6%. Esto podría ser debido a que el esfuerzo en publicidad es más común en el primer periodo, el periodo de presentación y lanzamiento del Programa. En cuanto al cumplimiento global, se ha alcanzado un 72,7% llegando a las 160 acciones de difusión realizadas a septiembre de 2013.

En lo que respecta al esfuerzo ejecutor, resulta muy destacable el importante esfuerzo que está realizando la iniciativa URBAN del Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz con el objetivo de difundir las actuaciones de mejora que se están llevando a cabo en el casco antiguo de la ciudad con financiación de los fondos FEDER. Particularmente a través de medios de comunicación e internet, durante el 2010 se utilizó como plataforma el Congreso que se celebró en esa ciudad. El Instituto de Salud Carlos III se encuentra en una situación similar en cuanto a esfuerzo para difundir las actuaciones realizadas en el Marco del POPV FEDER 2007-2013.

### 3. Publicaciones externas realizadas

#### Evaluación Parcial. Datos 2010-2013

Tipo	Indicador	Programación	Ejecución	%	Indicador	Programación	Ejecución	%	Montante estimado
3	Nº de publicaciones externas realizadas	120	98	81,70%	% publicaciones distribuidas / editadas	100%	98,7%	-	27,420
					Nº puntos de distribución	48	33	68,8 %	

Fuente: DG Fondos Comunitarios. Aplicación de Seguimiento de las acciones de Información y Publicidad. Desde el 01/01/2010 hasta 10/09/2013

#### Evaluación Global. Datos 2007-2013

Tipo	Indicador	Programación	Ejecución	%	Indicador	Programación	Ejecución	%	Montante estimado
3	Nº de publicaciones externas realizadas	120	123	102,50%	% publicaciones distribuidas / editadas	100%	98,50%	-	45,625
					Nº puntos de distribución	48	33	68,80%	

Fuente: DG Fondos Comunitarios. Aplicación de Seguimiento de las acciones de Información y Publicidad. Desde el 01/01/2007 hasta 10/09/2013

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

En cuanto al número de publicaciones externas realizadas el grado de ejecución es del 81,7% durante el segundo periodo, que va desde el año 2010 al 2013, logrando para las publicaciones

distribuidas/editadas el 98,7% de lo programado y alcanzando el 68,8%% de los puntos de distribución esperados para todo el periodo de validez del Plan de Comunicación. Los datos globales son buenos, no obstante se debería de hacer un esfuerzo mayor para aumentar los puntos de distribución.

Si atendemos a las cifras globales observamos que se superan cifras programadas con 123 publicaciones externas pese a que solo estaban programadas 120. Se distribuyeron en un total de 48 puntos de distribución pese a que tan solo se llegó a un 68% de los puntos de distribución previstos.

#### 4. Información a través de páginas web

##### Evaluación Parcial. Datos 2010-2013

Tipo	Indicador	Programación	Ejecución	%	Indicador	Programación	Ejecución	%	Montante estimado
4	Nº de páginas Web	2	2	100%	Nº de Visitas	90.000	86.225	95,8%	0

Fuente: DG Fondos Comunitarios. Aplicación de Seguimiento de las acciones de Información y Publicidad. Desde el 01/01/2010 hasta 10/09/2013

##### Evaluación Global. Datos 2007-2013

Tipo	Indicador	Programación	Ejecución	%	Indicador	Programación	Ejecución	%	Montante estimado
4	Nº de páginas Web	2	2	100%	Nº de Visitas	90.000	69.841	77,6%	0

Fuente: DG Fondos Comunitarios. Aplicación de Seguimiento de las acciones de Información y Publicidad. Desde el 01/01/2007 hasta 10/09/2013

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

El objetivo marcado en cuanto al desarrollo de páginas web ha sido alcanzado al 100%. Tanto el Gobierno Vasco como la Autoridad de Gestión, la Dirección General de Fondos Comunitarios (DGFC) del Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas ([www.dgfc.sggp.meh.es](http://www.dgfc.sggp.meh.es)), han habilitado espacios destinados a la información del Programa Operativo FEDER del País Vasco 2007-2013. El número de visitas ha sido del 95,80% sobre el programado, alcanzándose las 86.225 visitas en total, hasta la fecha de la presente evaluación.

Cabe recordar que todos los organismos intermedios aunque no computan como indicadores cuentan con sus propias páginas web, y están asimismo incluyendo información sobre las actuaciones realizadas o a ejecutar en el marco del POPV FEDER del País Vasco cofinanciadas por los fondos FEDER. Así todos los organismos involucrados dejan constancia del importante papel que tiene la UE en el desarrollo socioeconómico del País Vasco.

## 5. Información a través de cualquier tipo de Cartelería

### Evaluación Parcial. Datos 2010-2013

Tipo	Indicador	Programación	Ejecución	%	Indicador	Programación	Ejecución	%	Montante estimado
5	Nº de soportes publicitarios	212	133	62,70%					22.822

Fuente: DG Fondos Comunitarios. Aplicación de Seguimiento de las acciones de Información y Publicidad. Desde el 01/01/2010 hasta 10/09/2013

### Evaluación Global. Datos 2007-2013

Tipo	Indicador	Programación	Ejecución	%	Indicador	Programación	Ejecución	%	Montante estimado
5	Nº de soportes publicitarios	212	195	92%					72.806

Fuente: DG Fondos Comunitarios. Aplicación de Seguimiento de las acciones de Información y Publicidad. Desde el 01/01/2007 hasta 10/09/2013

Las realizaciones en cuanto a soportes publicitarios (pósteres, carteles, placas, exposiciones, etc.) presentan un nivel de ejecución del 62,7% durante este segundo periodo de evaluación y de un 92% para el periodo global de desarrollo del Plan de Comunicación, alcanzando un total de 195 soportes publicitarios utilizados.

El nivel de este indicador es alto, pese haberse quedado fuera del objetivo marcado. Destaca en este ámbito, la obligación de poner pegatinas adhesivas con el logo y lema de FEDER en todos los equipamientos financiados por los programas con participación de estos fondos que gestionan algunos OOII/gestores del país Vasco. Y en algunos casos, la realidad es que es difícil etiquetar algunos elementos, como material para investigación en laboratorios, que han sido en parte financiados por ayudas provenientes de fondos FEDER.

## 6. Instrucciones emitidas hacia los participantes en los Programas Operativos

### Evaluación Parcial. Datos 2010-2013

Tipo	Indicador	Programación	Ejecución	%	Indicador	Programación	Ejecución	%	Montante estimado
6	Nº de documentación interna distribuida	240	136	56,70%	% de organismos cubiertos	100%	99,30%		2.643



Fuente: DG Fondos Comunitarios. Aplicación de Seguimiento de las acciones de Información y Publicidad. Desde el 01/01/2010 hasta 10/09/2013

### Evaluación Global. Datos 2007-2013

Tipo	Indicador	Programación	Ejecución	%	Indicador	Programación	Ejecución	%	Montante estimado
6	Nº de documentación interna distribuida	240	232	96,70%	% de organismos cubiertos	100%	99,60%		2.915

Fuente: DG Fondos Comunitarios. Aplicación de Seguimiento de las acciones de Información y Publicidad. Desde el 01/01/2007 hasta 10/09/2013

Con el objeto de garantizar la transparencia de las actuaciones para conseguir la mayor excelencia en las actuaciones a cofinanciar a través del FEDER y facilitar el cumplimiento de la normativa comunitaria por todas las partes involucradas, se ha definido un indicador, de documentación interna distribuida, el cual muestra un nivel de realización global de un 56,70% alcanzando el 100% de los Organismos cubiertos durante el segundo periodo de evaluación actual. La cifra global de todo el periodo global de programación, que va desde 2007 a 2013, asciende a un 96,7% con 232 documentos internos distribuidos. Este indicador ha sido revisado al alza en dos ocasiones aumentando más de un 700% desde la programación inicial y un 30% desde que se produjo la primera evaluación intermedia en 2010.

El esfuerzo ejecutor más importante ha sido el realizado por la Dirección General de Fondos Comunitarios (DGFC), como no podía ser de otra forma para este tipo de actividad considerando que se trata de la Autoridad de Gestión, y es a quien corresponde emitir instrucciones e indicaciones sobre la óptima gestión de la documentación e instrucciones.

## 7. Redes de información y publicidad

### Evaluación Parcial. Datos 2010-2013

Tipo	Indicador	Programación	Ejecución	%	Indicador	Programación	Ejecución	%	Montante estimado
7	Nº de redes de información y publicidad	3	3	100%	Nº reuniones	60	26	43,30%	1.906
					Nº asistentes	99	93	94,20%	

Fuente: DG Fondos Comunitarios. Aplicación de Seguimiento de las acciones de Información y Publicidad. Desde el 01/01/2010 hasta 10/09/2013

### Evaluación Global. Datos 2007-2013

Tipo	Indicador	Programación	Ejecución	%	Indicador	Programación	Ejecución	%	Montante estimado
7	Nº de redes de información y publicidad	3	3	100%	Nº reuniones	60	54	90%	7.001
					Nº asistentes	99	88	88,60%	

Fuente: DG Fondos Comunitarios. Aplicación de Seguimiento de las acciones de Información y Publicidad. Desde el 01/01/2007 hasta 10/09/2013

El objetivo de las redes de información y publicidad que el Plan de Comunicación ha programado para el periodo 2007-2013 ha sido cumplido al 100%. Se han llevado a cabo 26 reuniones de las redes de información y publicidad (un 43% de lo previsto), a las cuales han asistido 93 personas, lo que supone el 94% de los asistentes a este tipo de eventos programados para todo el periodo durante el segundo periodo intermedio que va desde 2010 a 2013.

El análisis de los datos reflejados por los indicadores permite afirmar que el grado de cumplimiento de las obligaciones ha sido muy adecuado.

En relación con la participación de los diferentes Organismos, el equipo de evaluación observa que parece haber una especialización por Organismos en cuanto al desarrollo de las actividades dado que existe una gran diferencia entre el Organismo que más participa en el desarrollo de una de las actividades y el resto.

En relación al esfuerzo se destaca que no existe una relación entre el nivel del presupuesto y grado de participación en la actividad.

En cuanto a las **entrevistas realizadas a empresas beneficiarias** de algún programa cofinanciado por fondos FEDER, los resultados son los siguientes:

La gran mayoría de las empresas, concretamente 7 de 8, dicen conocer el Plan de Comunicación de Programa Operativo en el que participan.

Ninguna de las empresas entrevistadas ha participado en jornadas o sesiones formativas alguna en relación con los requisitos de comunicación que debieran cumplir una vez haber sido seleccionados como beneficiarios de una ayuda FEDER. Sin embargo, 3 de ellas sí han recibido información por vía telefónica por parte del Organismo gestor del Programa de ayudas cofinanciado.

Pese a que ninguna de las empresas ha organizado jornadas, seminarios para divulgar su participación en el PO y sobre la política regional europea en España, sí destaca el hecho de la colocación de carteles informativos cuando la maquinaria subvencionada por el proyecto iba a tener cierta visibilidad (ferias, visitas a la empresa, etc.).

En general no mencionan tener problemas sobre el cumplimiento de los requisitos de comunicación. Aunque algunas de las empresas dicen desconocer que existiesen dichos requisitos. También se menciona como un problema a la hora de dar cumplimiento a los

requisitos de comunicación, la falta de instrucciones claras en dónde y cómo incorporar el logo de los Fondos FEDER, a sus materiales de comunicación y/o partes de instrumental cofinanciado, en algunos laboratorios o instrumental en concreto.

De las 8 empresas entrevistadas, 6 mencionan haber recibido las obligaciones que, con carácter general, se adquieren en materia de información y publicidad. Asimismo, han sido informadas en tiempo y forma adecuada, de que pasarán a formar parte de una lista de beneficiarios que deberá ser publicada por la Autoridad de Gestión. Sin embargo, las 2 empresas que no habían recibido comunicación a este respecto, decían conocer de forma tácita que pasarían a formar parte de dicha lista y que esta sería publicada. Los medios más utilizados para por partes de los Organismos gestores para lanzar estas comunicaciones a los beneficiarios privados, son la carta y el teléfono.

A la pregunta de si han aplicado correctamente las características técnicas exigidas reglamentariamente para las medidas de información y publicidad, el 50% dicen cumplirlas. Las medidas aplicadas son la colocación del logo FEDER en forma de pegatina en la maquinaria financiada con la participación de dichos fondos. También se colocaron placas en las edificaciones construidas y una de las empresas menciona que en las comunicaciones WEB se coloca el logo exigido.

De la muestra, dos (2) empresas dicen no haber aplicado ninguna medida, argumentando que no se daba ninguna circunstancia suficiente para que estuviesen obligadas a cumplir con los requisitos de visibilidad, o que no se les había informado de dicha obligación por parte del Organismo Intermedio/Gestor.

En cuanto a la comprobación de dichas medidas, algunas de las empresas que han aplicado correctamente las exigencias reglamentarias señalan que se comprobó mediante llamada telefónica que hubiesen aplicado las medidas acordadas. En uno de los casos incluso, se señala que desde la Diputación Foral de Gipuzkoa, gestor de ayudas a la PyMES con financiación FEDER, se pidió que se mandase una fotografía de dichas medidas.

Un 50% de las empresas dicen conocer y haber utilizado el eslogan de los Fondos FEDER,; "Una manera de hacer Europa". El resto dicen no haber tenido la oportunidad de aplicarlo o directamente no conocerlo.

De las 8 empresas entrevistadas, a 7 se les habría mencionado en la resolución de adjudicación de las ayudas la posible cofinanciación de su ayuda con el Fondo FEDER. La restante, o no se le habría mencionado, o no lo recordaba en el momento.

A la pregunta, de si se les comunican las obligaciones que adquieren cuando reciben las ayudas, 6 de las 8 empresas afirman que se les comunican o por carta o en la resolución de adjudicación de las ayudas dichas obligaciones. Las restantes dicen o no recordar o que solo les comunican las obligaciones fiscales. El ente que se los comunica es el Organismo Intermedio/Gestor en todos los casos.

En lo referente a si en las acciones de información y publicidad desarrolladas ha incorporado el principio de igualdad de oportunidades en cuanto a lenguaje, canales de comunicación y demás medios, coinciden en que por la naturaleza y características de las acciones desarrolladas dicho principio no aplica. Sin embargo si se deja claro que se contempla dicho principio como política de empresa.

En lo concerniente a la entrega de algún documento con las obligaciones cuando les conceden las ayudas, un 42% de los entrevistados, señala que sí se les hace entrega del citado documento que incluye las obligaciones. Todos ellos hacen entrega al evaluador de una copia de dicho documento de forma de ratificar la citada afirmación.

#### 4.1.1 Adecuación del presupuesto

En cuanto a la ejecución financiera se refiere, los agentes involucrados en dar a conocer las actuaciones llevadas a cabo en el marco del PO FEDER 2007-2013 en el País Vasco, asignan un valor económico a las actividades desarrolladas en información y publicidad que denominan montante estimado.

La cifra total de los montantes estimados incluidos en el cuadro de indicadores de comunicación que abarca el periodo 2007-2013 asciende a 680.465 euros y se distribuye por tipo de actividad tal y como se muestra a continuación;

#### Montante estimado de las actividades de comunicación

Nº actividades y actos públicos	421.145	62%
Nº de acciones de difusión	131.006	20%
Nº de publicaciones externas realizadas	45.624	7%
Nº de páginas web	0	0%
Nº de soportes publicitarios	72.805	11%
Nº de documentación interna distribuida	2.915	0,5%
Nº de redes de información y publicidad	7.000	1%
	<b>€ 680.495</b>	

Fuente: INFOCO

El equipo evaluador ha observado que no todos los organismos intermedios y gestores hacen constar el valor real o realizan una estimación del valor hipotético de las actuaciones cofinanciadas que incluyen algún elemento contemplado en los indicadores de comunicación. Señalar sin embargo, que se trataría de los gastos globales de la actuación que no tienen por qué coincidir con los gastos cofinanciados por el PO.

En algunos casos en que se trata de estimaciones realizadas por los organismos gestores sobre el valor real o hipotético de las actuaciones, éste generalmente no está relacionado con los gastos cofinanciados por el PO del FEDER. Se trata simplemente de una aproximación orientativa del valor monetario de cada actuación, sea cual sea el organismo o entidad que lo asuma.

Hasta el ejercicio de 2011, el presupuesto aproximado asignado al Organismo Intermedio para el Tema Prioritario 86 (Eje 5 - Asistencia Técnica) que abarca entre otros, las actuaciones de comunicación dirigidas a informar a la sociedad de la importancia de los Fondos Estructurales en fomentar el desarrollo económico y social en el País Vasco, ascendía a 2.370.000 €, en ayuda FEDER (4.741.520 € en inversión total del Eje 5).

Sin embargo, en el VI Comité de Seguimiento del PO FEDER PV, celebrado en mayo de 2013, se propone una modificación de las asignaciones económicas de dicho programa, planteada por la Dirección de Economía y Planificación del Gobierno Vasco.

La propuesta consiste en reducir el gasto programado en las dos Categorías de gasto del eje 5 “Asistencia Técnica”, incrementando el gasto programado en la Categoría de gasto 07 “Inversiones en empresas directamente vinculadas a la innovación”, del eje 1 “Economía del conocimiento e innovación y desarrollo empresarial”. Dicha modificación, supone una reducción del presupuesto final de la “Asistencia Técnica”, cuya inversión tras modificación, se establece en los 941.520 €.

Esta ayuda se ha utilizado para cofinanciar actividades de comunicación como las que siguen;

1. Elaboración del Plan de comunicación en 2008.
2. Publicación mensual relativa a la aplicación de los Fondos Estructurales. Esta publicación se ha realizado a través de “Estrategia Empresarial”, publicación especializada en la difusión de contenidos relativos a la Unión Europea. Se realizan 11 publicaciones a lo largo del año, disponiendo cada una de ellas de 8.000 ejemplares. En total se han publicado 55 artículos hasta la fecha.

3. Edición de 100 folletos informativos, bolígrafos y pen drives con motivo de la celebración de los Comité de Seguimiento de 2009, 2010 y 2011, respectivamente.
4. Dos (2) ediciones del Concurso fotográfico en Facebook “¿Dónde ves Europa en Euskadi?” en 2012 y 2013 respectivamente.
5. Realización de diversas sesiones con los gestores de proyectos para informarles sobre la normativa comunitaria en materia de información y publicidad en 2009.
6. Asistencia a reuniones del Comité Consultivo de Seguimiento Estratégico y Evaluación en representación de las Administraciones Públicas Vascas en 2008 y 2009.
7. Asistencia a reuniones del GERIP en representación de las Administraciones Públicas Vascas.
8. Organización en noviembre del “Foro de Economía y Política Regional”, celebrado en Bilbao, los días 11 y 12 de noviembre de 2010.
9. Contratación de las dos Evaluaciones de las actividades de información y publicidad enmarcadas dentro del PO PV FEDER 2007-2013 en 2010 y 2013.

A cierre del 2012, y teniendo en cuenta la nueva modificación, se ha logrado **ejecutar un 72,27% del presupuesto destinado a este Eje.**

Por otro lado, el equipo evaluador recomienda hacer hincapié en el cumplimiento por parte de todos los Organismos Intermedios involucrados de plasmar con el mayor rigor posible el coste estimado del gasto vinculado a las actividades de información y publicidad que se registran en INFOCO. De esta manera, sería más sencillo obtener una cifra realista del coste global que suponen para los gestores la realización de actividades de información y publicidad, así como el impacto y proporcionalidad.

#### **a. Integración de las actividades de información y publicidad en los Informes anuales de ejecución**

En este apartado se analizan los Informes Anuales de Ejecución FEDER durante el periodo de actividad del PO FEDER PV 2007-2013. El Reglamento 1828/2006 de la Comisión establece en el artículo 4.2 que los informes anuales de ejecución de un programa operativo a los que se refiere el artículo 67 del Reglamento (CE) nº 1083/2006 incluirán:

- Ejemplos de medidas de información y publicidad del programa operativo llevadas a cabo en el marco de aplicación del Plan de Comunicación.

- Disposiciones relativas a las medidas de información y publicidad electrónica o por otros medios de la lista de Beneficiarios, los nombres de las operaciones y la cantidad de Fondos públicos asignada a las operaciones. Incluida, en su caso, la dirección electrónica en la que pueden encontrarse los datos en cuestión.
- El contenido de cualquier modificación importante del plan de Comunicación.

En los informes anuales de ejecución 2007, 2008, 2009, 2010, 2011 y 2012 del POPV FEDER 2007-2013 se ha elaborado un epígrafe específico de Información y Publicidad en el que se da una información amplia y clara de los siguientes aspectos:

- Estrategia general de comunicación
- Descripción y relación de las actuaciones desarrolladas
- Muestra de casos de buenas prácticas

A continuación, se va a proceder al análisis de cada uno de estos informes y la valoración de su contenido.

### **Informe Anual de Ejecución FEDER 2010**

En este informe correspondiente a la anualidad 2010, se ofrece información detallada sobre los siguientes aspectos:

- Se presenta la evaluación intermedia llevada a cabo en 2010 que comprendía el periodo entre 2007 y 2010.
- Recoge además las actividades que en materia de comunicación se han llevado a cabo ese año.
- Se presenta la modificación del montante estimado destinado a comunicación.
- Se exponen varios ejemplos de buenas prácticas y los motivos de esa consideración, incluyendo la ‘elaboración y publicación de una noticia mensual del PO del FEDER en el País Vasco en el suplemento Europa del periódico “Estrategia Empresarial”’.

## **Informe Anual de Ejecución FEDER 2011**

El informe del año 2011 empieza a tomar en cuenta las recomendaciones que se hicieron en la evaluación intermedia por parte del equipo evaluador. Se resalta como todos los indicadores han mantenido los ritmos de avance de años anteriores.

Además, se pone de manifiesto la obligatoriedad establecida en el artículo 7.2 del Reglamento (CE) nº 1828/2006 de la Comisión, por la que, tanto las Autoridades de Gestión y, en su caso, el Organismo Intermedio han informado a los beneficiarios que la aceptación de la financiación implica la inclusión en la lista de beneficiarios. Dicha lista de beneficiarios se publica centralizada en las páginas web de la Dirección General de Fondos Comunitarios, según la información que esté disponible en cada momento en las aplicaciones de seguimiento y gestión INFOCO.

También, se deja constancia de la realización de una reprogramación al alza de los valores objetivo de los indicadores de realización y resultado, como consecuencia de los datos que arrojan las actuaciones llevadas a cabo. Así, se han elevado las previsiones en los indicadores correspondientes a las siguientes actividades: 1, 2 ,3 ,6 y 7. La programación inicialmente realizada para estos indicadores evidencia una consideración conservadora de las actividades de comunicación a llevar a cabo, dado que una vez puesto en marcha el Plan de Comunicación se han cubierto para alguna de ellas los objetivos marcados para todo el periodo de programación durante la mitad del tiempo de desarrollo del mismo.

La valoración que realiza el equipo evaluador de estos informes es la siguiente:

- Los Informes Anuales de Ejecución cumplen con lo establecido en la reglamentación en cuanto a información y publicidad se refiere

## **Informe Anual de Ejecución FEDER 2012**

En el Informe referente a la anualidad de 2012 se recogen las actividades que se han llevado a cabo en materia de información y publicidad desde el 1 de enero de 2012 hasta el 31 de diciembre de 2012. También se presentan los porcentajes de ejecución de esa anualidad.

Se presentan asimismo ejemplos de buenas prácticas en materia de comunicación puestas en marcha durante el año 2012 ya sea realizada por la autoridad de Gestión o por los Organismos intermedios.



Se destaca que las visitas a las páginas web en este año sobrepasan la media de lo que se prevé llevar a cabo como media anual en el total del período, lo que da idea de la progresiva importancia que se da a esta herramienta en la difusión de las actuaciones llevada a cabo en el marco de este Plan de Comunicación.

En resumen, el equipo de evaluación ha corroborado que en los informes anuales de ejecución correspondientes a los ejercicios 2010, 2011 y 2012 se han incluido los contenidos necesarios en Información y Publicidad, dando cumplimiento al artículo 4.2. del Reglamento (CE) nº 1828/2006.

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

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

Con esta finalidad, se analiza en este apartado la información relativa a los siguientes aspectos:

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

- El Gobierno Vasco como Organismo Intermedio apoyó en todos los requerimientos a todos los Órganos Gestores y/ o Beneficiarios del Programa mediante instrucciones específicas con el objetivo de cumplir con los requisitos de información y publicidad
- La mayor parte de la información que puedan requerir los agentes implicados está a su disposición y a la del público en general, en la página Web: Euskadi.net/ (Política Regional Europea) al igual que en la página web de la Dirección General de Fondos Comunitarios del Ministerio de Economía y Hacienda ([www.dgfc.sggp.meh.es](http://www.dgfc.sggp.meh.es)).
- Se puede afirmar que toda la información que se pudiera requerir sobre la Política Regional Europea en el País Vasco está a disposición de cualquier usuario. (El Programa Operativo FEDER del País Vasco, los criterios de selección de los proyectos, los informes anuales de ejecución y el Plan de Comunicación entre otra documentación de interés). Todos ellos disponibles en la web de Euskadi.net

- Adicionalmente, la Dirección de Economía y Planificación del Gobierno Vasco organiza con este fin diversas sesiones con los gestores de proyectos para informarles sobre la normativa comunitaria en materia de información y publicidad en 2009, al inicio de la operativa de los proyectos.

b) Calidad de los procedimientos establecidos

- Todos los Organismos involucrados en el desarrollo del Programa Operativo FEDER del País Vasco 2007-2013 y en la aplicación de las medidas de información y publicidad han distribuido instrucciones de manera continuada sobre la aplicación de las medidas de comunicación. Dichos Organismos han prestado especial atención en informar sobre los procedimientos diseñados para la recogida de información de manera coordinada y realizar la supervisión necesaria para que se realicen de manera que se cumpla con las normas generales. Así, el equipo evaluador destaca la claridad, transparencia y calidad de los procedimientos adaptados y puestos en funcionamiento.
- A pesar de ello, en la anterior evaluación se habían observado dificultades en torno a los formatos de los logos del FEDER y la necesidad de incluir o no el texto “POPV” o de mencionar el porcentaje de cofinanciación, entre otros.

El equipo evaluador ha podido constatar que los mecanismos y necesidades en cuanto al uso de los logos son ahora más claros y se han interiorizado a la operativa de cada organismo. A pesar de ser cierto, que cada Organismo Intermedio/Gestor ha optado por una solución distinta en cuanto a contenido mínimo que debe incluir el logo.

c) Disposición de Manuales específicos de gestión, seguimiento, control, evaluación e información y publicidad por parte de las Autoridades de Gestión, Organismos Intermedios y Beneficiarios, así como la elaboración de instrucciones, orientaciones con la finalidad de garantizar la información y transparencia

Con el fin de conocer los procesos implícitos en un programa es necesario en primer lugar definir y estructurar dichos procesos y en segundo lugar dejarlos por escrito. De este modo, el conocimiento estará al alcance de todos los interesados y se minimizarán los riesgos de interpretación, homogeneizando la ejecución de las actuaciones comprendidas.

- Todos los Organismos Intermedios involucrados en el desarrollo del Programa Operativo han puesto en marcha un manual “MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DE GESTIÓN Y CONTROL DEL PROGRAMA OPERATIVO DEL PAÍS VASCO FEDER 2007-2013”. En dicho documento se establece con claridad quiénes son las

Autoridades competentes, Unidades afectadas por la gestión de los programas, los recursos humanos asignados, los procedimientos internos (desde la fase presupuestaria hasta la declaración a término de un proyecto), cumplimiento de la normativa en materia de información y publicidad, políticas transversales, sistema informático, pista de auditoría, listas de comprobación, etc.

- A raíz de varias auditorías realizadas por la Oficina de Control Económico (OCE), ésta recomendaba a los Organismos Gestores la elaboración de un “Manual de Procedimientos para la gestión y control de las operaciones cofinanciadas por los Fondos Europeos”, y la formalización de un “Protocolo de Colaboración” entre el Organismo Intermedio Gobierno Vasco y el Organismo Gestor. Por lo que cabe destacar que siguiendo dicha recomendación se procedió a la actualización del “Manual de procedimientos de gestión y control del Gobierno Vasco”, Organismo Intermedio del PO FEDER PV 2007-2013 (anteriormente citado), en el que se especifican los criterios básicos de procedimiento para realizar la planificación, gestión, ejecución, seguimiento y control de las operaciones cofinanciadas, las directrices de actuación para garantizar la verificación administrativa e in-situ de las operaciones, y el control financiero de las mismas.

Se da por sentado que este tipo de manuales están sujetos a modificaciones en cuanto a que los procedimientos pueden sufrir cambios a lo largo del periodo de programación, pueden introducirse nuevos procedimientos no contemplados anteriormente o incluso abandonarse alguno de los procedimientos en ellos referenciados.

Se da por sentado que las actualizaciones de los manuales han sido notificadas a los organismos colaboradores a través de correo electrónico.

El equipo evaluador recomienda en este sentido, que este tipo de **Manuales**, además de ser distribuidos a todos los agentes implicados al inicio del periodo de programación, estén a disposición de las personas usuarias y del público en general en la página web Euskadi.net y del resto de organismos intermedios/gestores.

- Por otra parte y tal y como se ha puesto de manifiesto en el análisis de los indicadores, la mayor parte de los Organismos Intermedios del Programa Operativo han facilitado las oportunas instrucciones y la documentación necesaria, en la medida en las que les ha sido solicitada.

d) Asignación y adecuación de los recursos destinados a los aspectos de comunicación

Tal y como se ha comentado anteriormente, el equipo evaluador valora la asignación de recursos a las acciones de comunicación **proporcional**, tanto cuantitativa como cualitativamente, a la magnitud de las actividades desarrolladas en el marco del Programa Operativo.

A pesar de no disfrutar de un presupuesto específico cofinanciado por el POPV FEDER y que abarque todas las acciones de comunicación realizadas por todos los Organismos Intermedios reflejados en el PO, cada organismo ha dedicado recursos propios a las acciones de comunicación y su dimensión se pretende reflejar en los montantes estimados en cada uno de los indicadores.

En relación a los recursos humanos, todos los organismos han asignado a una persona responsable del cumplimiento de la normativa de información y publicidad, lo cual es fundamental en la ejecución del Plan de Comunicación. Si bien es cierto que en algunos casos la responsabilidad se comparte entre varias personas en función de quién coordine la operación cofinanciada.

Por lo tanto, la asignación de recursos económicos y humanos es considerada, por parte del equipo evaluador, adecuada a los aspectos de comunicación.

e) Apoyo informático, disponibilidad y organización de aplicaciones informáticas que aseguren la calidad del seguimiento y de la ejecución

Es destacable que por parte de las Autoridades de Gestión se ha procedido al diseño de aplicaciones informáticas de seguimiento de los indicadores de realización y resultados, para garantizar la calidad de la gestión y seguimiento de las medidas de información y publicidad. Dicha aplicación es una “aplicación viva” que se adapta constantemente a las necesidades que van teniendo los Organismos Intermedios. Precisamente y como consecuencia de esta característica, a lo largo del periodo de programación se han realizado diversas actualizaciones y mejoras del sistema de gestión INFOCO para dar un mejor servicio, entre otras cuestiones, efectuar los correspondientes repartos de los montantes financieros en función de la proporcionalidad de cada Organismo.

En esta aplicación el Organismo Intermedio volcaba sus propios datos de actividad y recopilaba y volcaba el de los otros Organismos Intermedios/gestores. Este no es considerado el mejor de los sistemas, ya que el equipo evaluador entiende que la

responsabilidad de volcar los datos sobre la actividad de cada institución, tiene que recaer en sí mismas, sin intermediación. Y así evitar duplicidades y/o errores en la transmisión.

Sin embargo, a juicio del equipo evaluador, la Aplicación Indicadores de Comunicación ha cumplido adecuadamente las funciones para las cuales fue creada.

f) Análisis de la estructura y funcionamiento del GERIP, GRECO-AGE y resto de redes regionales

- En España todas las administraciones implicadas en la programación y gestión de los Fondos FEDER, FSE y Fondo de Cohesión han puesto en marcha la red GERIP (Grupo Español de Responsables en materia de información y publicidad), a la cual pertenece el Organismo Intermedio del País Vasco que acude en representación de todas las Administraciones Públicas Vascas.
- La formalización y creación de este grupo de trabajo, constituido por los responsables en materia de comunicación persigue garantizar el diseño de estrategias conjuntas en cuanto a información y publicidad de los Fondos Europeos se refiere, potenciando el intercambio de casos de buenas prácticas y el intercambio de experiencias en la materia entre todos los participantes.

Desde su constitución en 2007, hasta la fecha de redacción de este informe, esta red ha mantenido 24 reuniones, en las que se han debatido, entre otros temas, los Planes de Comunicación y aspectos relacionados con información y publicidad. No obstante, en los últimos años se ha reducido el ritmo de reuniones en la misma medida en que los Planes de Comunicación se han ido implementando y se han ido adoptando las medidas relativas a información y publicidad.

- Por otra parte, las Autoridades de Gestión del FEDER y del Fondo de Cohesión han creado la red GRECO-AGE (Grupos de Responsables de comunicación de la Administración General del Estado), en la que se integran los Organismos Intermedios de la Administración General del Estado que participan en el Programa Operativo FEDER del País Vasco. Hasta la fecha se han celebrado 18 reuniones de la red.

Entre los temas que se debaten en el ámbito de la red, destacaríamos los siguientes:

- La información y publicidad en el período de programación 2007-2013
- Planes de Comunicación
- Indicadores
- Evaluación

- Aplicación de seguimiento
- Comités de Seguimiento
- Informe Anual de Ejecución
- Información sobre varias reuniones relacionadas con la información y la publicidad

El equipo evaluador valora positivamente el papel y utilidad de esta red, ya que en el marco de la misma se han explicado, debatido y consensado los aspectos más fundamentales en aras a la transparencia y buena comunicación, relacionados con la información y publicidad. Asimismo, estas reuniones se han constituido como foro para la puesta en común de buenas prácticas de comunicación y para consultar cualquier tema relacionado a la actividad de comunicar mejor los Fondos Europeos per se.

g) Comunicación y coordinación con otros órganos: cauces de información fluidos con los Comités de Seguimiento, Comité Consultivo de Seguimiento Estratégico y Evaluación

- Cabe destacar que los cauces de información han sido fluidos, poniendo de manifiesto a ambos órganos las actuaciones acometidas en materia de información y publicidad, así como los logros alcanzados en dicha materia.
- Así, anualmente, en los correspondientes Comités de Seguimiento (FEDER) hay un punto específico, que versa sobre las medidas efectuadas en la anualidad anterior en materia de información y publicidad, así como, la exposición de casos de buenas prácticas realizados por los Organismos involucrados en dar a conocer el papel de la Unión Europea en el desarrollo de la política regional.
- Además, un representante de la Autoridad de Gestión participa en el Comité Consultivo de Seguimiento Estratégico y Evaluación, informando al mismo sobre las distintas tareas desarrolladas y en ejecución en materia de seguimiento y evaluación desde la óptica de la comunicación. De tal forma, que se exponen, paso a paso todas las tareas llevadas a cabo para poner en marcha este proceso de evaluación (guía metodológica, herramientas de evaluación, período de realización de las mismas). También se ha compartido con los integrantes de dicho Comité Consultivo los trabajos realizados desde las distintas redes de trabajo.

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

## 5. Evaluación de las incidencias detectadas en el proceso de verificación previa con relación a los aspectos de información y publicidad. Presentación de los resultados a partir de una muestra de operaciones

Según recoge el artículo 13 del Reglamento (CE) nº 1828/2006, “a través de las verificaciones se comprobará que las operaciones y gastos cumplen las normas comunitarias y nacionales” e “incluirán verificaciones administrativas y verificaciones sobre el terreno”. El mismo Reglamento 1828/2006 recoge en sus artículos 2 a 9, la normativa sobre información y publicidad, cuyo cumplimiento debe comprobarse en las verificaciones mencionadas.

Los manuales elaborados y las instrucciones facilitadas dejan claro las **obligaciones y los requisitos que se exigen en materia de información y publicidad**. Así, en convocatorias, bases reguladoras e impresos relacionados se incluye:

- Uso del emblema comunitario
- Referencia al Fondo que cofinancia
- Lema correspondiente al Fondo
- Programa Operativo en el que se enmarca, eje y tema prioritario al que pertenece la ayuda
- Mención a la normativa de aplicación
- En aquellos casos en los que es procedente, entre las obligaciones de los Beneficiarios, se establece que éstos han de dar la adecuada publicidad sobre la cofinanciación europea a través del correspondiente fondo

Los Organismos consultados a este respecto han señalado que en el **listado de control administrativo** se han incluido preguntas específicas exigidas en la verificación que se realiza desde el Gobierno Vasco, sobre el cumplimiento de la normativa de información y publicidad y que a través de visitas in situ se han verificado.

A continuación se detallan las preguntas que en las listas de comprobación se llevan a cabo en relación al cumplimiento de las exigencias de información y publicidad:

1. ¿Se ha cumplido lo establecido en el artículo 8 del Reglamento 1828/2006?
2. Asimismo: ¿Se han tenido en cuenta las características técnicas establecidas en los artículos 8 y 9 Reglamento 1828/2006?
3. Y más concretamente: ¿Qué medidas de información y publicidad de la cofinanciación comunitarias se han realizado?

- Carteles
- Placas permanentes
- En el caso de regímenes/sistemas de ayudas, en la norma reguladora y en la comunicación de concesión de la ayuda al beneficiario final se hace referencia a la cofinanciación comunitaria
- Material de información y comunicación, impreso (cuadernillos, folletos, notas informativas...) o informático (página web, etc.) con referencias a la cofinanciación comunitaria
- Actividades informativas (medios de comunicación, conferencias, seminarios, ferias, exposiciones, concursos) con referencias a la cofinanciación comunitaria
- Posibles observaciones

En el mismo sentido que el artículo 13, el artículo número 16 del citado Reglamento declara que "... a través de las auditorias se verificará si los gastos declarados por el beneficiario son conformes a las normas comunitarias y nacionales". La comprobación de tal extremo, que en el caso del País Vasco corresponde a la Oficina de Control Económico (OCE), incluye la verificación de la normativa relativa a la información y publicidad también.

La conclusión que el equipo evaluador obtiene de la comprobación que realiza sobre la inclusión de la información y publicidad en las actuaciones de verificación y control, es que dichas actuaciones están incluyendo comprobaciones del cumplimiento de las obligaciones adquiridas en relación con el desarrollo del Plan de Comunicación. Se ha comprobado que en todas las actuaciones que presentan gastos a certificar, se han realizado los controles oportunos del cumplimiento o no por parte de los beneficiarios de los requisitos de comunicación de la cofinanciación europea recibida.

El equipo evaluador ha tomado como muestra para esta evaluación de incidencias, ocho (8) verificaciones realizadas del artículo 13, en las cuales aparecen representadas un amplio abanico de actuaciones cofinanciadas y Organismos Intermedios (OOII) que gestionan dichos programas.

Las comprobaciones realizadas confirman que en todos los casos, los Organismos Intermedios y/o gestores responsables de la coordinación de ayudas o programas de apoyo a pymes o empresas, programas todos ellos cofinanciados con fondos europeos FEDER, incluyen todos ellos la referencia a la cofinanciación europea en la notificación de concesión de ayudas. Se incluyen además el logo y símbolos, tal y como recoge el artículo 9 del Reglamento 1828/2006.

Asimismo, en todos aquellos organismos intermedios/gestores responsables del control a los beneficiarios de sus ayudas, se cumplen las siguientes medidas:



- Se han notificado las ayudas co-financiadas, en tiempo y forma, por parte del Organismo.
- Se han realizado las publicaciones impresas relativas a proyectos y su cofinanciación FEDER.
- Se ha informado a los beneficiarios del programa que las ayudas que reciben están cofinanciadas por FEDER. Esta comunicación tiene lugar tanto en la orden reguladora de las ayudas como en la convocatoria de ayudas relativas al gasto presentado a certificar. Lo más destacable, en algunos casos, es que a raíz de las recomendaciones realizadas en las verificaciones; en las notificaciones individuales de concesión se comienza a incluir la referencia a la cofinanciación comunitaria a través de FEDER, incluyendo el logo que recoge los textos y símbolos recogidos en el artículo 9 del Reglamento 1828/2006, en los casos en los que no se aplicaba con anterioridad.
- Se incluye el logotipo con referencia a la cofinanciación del FEDER y el lema 'Una manera de hacer Europa en el material promocional y de publicidad en los casos requeridos.
- Se comprueba que efectivamente la documentación asociada cumple las exigencias reglamentarias. Lo mismo sucede con la documentación administrativa.

Asimismo, los organismos intermedios responden positivamente a los controles que se les realiza, y siguen las recomendaciones, de que en las notificaciones individuales se solicite a los beneficiarios que en caso de que se decida realizar alguna actividad de difusión de las actuaciones subvencionadas, se haga mención a la cofinanciación de FEDER. También se recomienda que este aspecto se aplique en el caso de la página web y de los catálogos.

De manera global, el equipo evaluador, **constata que las incidencias detectadas** en el proceso de verificación previa con relación a los aspectos de información y publicidad, **han sido solventadas y corregidas por los Organismos Intermedios/Gestores de manera positiva.**

## **6. Evaluación de la integración del principio de Igualdad de Oportunidades, tanto en las medidas de información y publicidad, como en los efectos obtenidos por las mismas**

Resulta importante destacar que la información y publicidad pueden ser medios claves en los que considerar la integración del concepto de la Igualdad de Oportunidades entre mujeres y hombres en la programación.

Consecuentemente, resultará de suma importancia la manera de actuar en el marco del Plan de Comunicación del Programa Operativo FEDER del País Vasco 2007-2013, con el objetivo de tener siempre presente el principio horizontal de Igualdad de Oportunidades. Las actuaciones incluidas y acometidas en el ámbito del Plan de Comunicación han perseguido los siguientes objetivos:

- Dar visibilidad, de cara a la opinión pública, de la contribución del FEDER a la Igualdad de Oportunidades entre mujeres y hombres a través de actuaciones de sensibilización dirigidas a los medios de comunicación que dan cuenta de las actuaciones que se están llevando a cabo.
- Hacer llegar a los agentes implicados en las intervenciones, información sobre la Igualdad de Oportunidades en la programación.
- Informar sobre las posibilidades de participación a las mujeres como beneficiarias de los programas, previendo mensajes y canales oportunos para asegurar que llega a sus destinatarias.
- Utilización de un lenguaje inclusivo y no sexista en la redacción de los documentos, programas, proyectos, guías metodológicas, etc. Además, los materiales de difusión, formación sensibilización e información cuidan especialmente el tratamiento de las imágenes que utilizan, con la finalidad de no caer en ideas estereotipadas que pudieran dificultar la visibilidad de las mujeres y la igualdad de oportunidades en los objetivos que se persiguen.

A pesar de que el Plan de Comunicación no hace explícita la incorporación del principio de igualdad a las actuaciones de comunicación, no se han detectado mayores incidencias en la aplicación del principio de Igualdad de Oportunidades entre mujeres y hombres. El equipo de evaluación ha podido constatar que existe una especial sensibilización sobre la necesidad de incorporar la perspectiva de género a la operativa diaria de los organismos participantes.

La mayoría de los organismos públicos disponen del apoyo de un o una agente de igualdad en su propia entidad y las pautas de comunicación con perspectiva de género son puestas en práctica en todas sus actividades. A través de dicho apoyo y las instrucciones recibidas en diversas jornadas, la aplicación del principio de Igualdad de Oportunidades en cuanto a la comunicación se tiene en cuenta sobre todo en la utilización de lenguaje e imágenes no sexistas. No obstante, como se explica más adelante, esta comunicación no sexista va más allá de la mera semántica.

La incorporación del principio de Igualdad de Oportunidades entre mujeres y hombres en todos los ámbitos de la Administración Pública, incluida las actividades de Información y Publicidad del FEDER es una realidad. Durante el periodo de programación precedente se desarrollaron diversos proyectos dirigidos a la incorporación del enfoque de género en toda la actividad pública y se ha mantenido esta línea de actuación.

En el periodo 2010-2013 se han celebrado tres jornadas relacionadas con la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, organizadas por Emakunde y Organismos Intermedios tanto de los fondos FEDER como del FSE. Las jornadas se listan a continuación:

Actividad	Fecha
Seminario y grupos de trabajo	23/11/2011
Presentación de la Estrategia de Igualdad en los fondos 2012-2013	15/02/2012
Formación en Fondos Europeos a técnicas y agentes de igualdad	08/11/2012

El equipo evaluador ha revisado la documentación de información y publicidad (notas de prensa, páginas web, folletos, carteles, etc.) empleada en las actuaciones cofinanciadas durante este periodo desde la perspectiva de Igualdad de Oportunidades y se ha constatado su correcto cumplimiento. El único punto que se podría comentar sería el tema del uso de bancos de imágenes, en las que los roles suelen ser bastante estereotipados y no suelen reflejar la diversidad de las mujeres.

A continuación, se presentan algunas de las acciones de comunicación puestas en práctica por los Organismos Intermedios en materia de igualdad de oportunidades:

- En todos los Organismos Intermedios se revisan las imágenes para evitar incurrir en estereotipos e intentando mantener un equilibrio en la representación de ambos sexos. A pesar de que se considera que la paridad entre hombres y mujeres se mantiene, los

Organismos reconocen que en ocasiones se utilizan en las imágenes los clichés de “mujer atractiva” y “hombre con traje y corbata”

- Asimismo, en cuanto a la selección de canales, todos los organismos planifican sus acciones de comunicación con la intención de alcanzar el mayor grado de cobertura posible del público objetivo. Se toman en consideración el uso de los medios por parte de mujeres y jóvenes para comunicar sobre acciones destinadas a estos colectivos

El equipo evaluador considera que la aplicación de la perspectiva de género se está realizando de manera paritaria e implícita en todas las organizaciones. No obstante, destacan los esfuerzos de ciertas organizaciones para promover de manera activa la igualdad entre hombres y mujeres, más allá de la correcta utilización del lenguaje o las imágenes.

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

Para poder extraer los logros y desafíos alcanzados a través de las medidas de información y publicidad llevadas a cabo en la Comunidad Autónoma del País Vasco en el marco del Plan de Comunicación del Programa Operativo del FEDER del período de programación 2007-2013, la Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los Programas Operativos propone los siguientes indicadores:

- Grado de conocimiento de las obligaciones existentes en la programación, gestión, seguimiento, control, evaluación e información y publicidad
- Tasa de satisfacción, que indique la valoración de los Beneficiarios/Organismos Intermedios y/o gestores o partícipes respecto a la información facilitada
- Tasa de utilidad de las actuaciones
- Grado de conocimiento de los distintos Fondos Estructurales (FEE)
- Grado de conocimiento del papel desempeñado por la Unión Europea

A través de las entrevistas personales realizadas a todos los organismos implicados en el Plan de Comunicación arriba mencionado y de la encuesta telefónica a la ciudadanía, se ha obtenido la información necesaria para medir dichos indicadores de impacto.

Tal como está estructurado el Plan de Comunicación, los logros medidos a través de los indicadores reseñados anteriormente, tienen unos destinatarios concretos.

- Los tres primeros indicadores miden impactos de las medidas implementadas sobre los Organismos implicados en la aplicación del Plan de Comunicación (Beneficiarios, Gestores, Organismos Intermedios)
- Siendo los dos últimos, valoraciones del impacto de las actuaciones desarrolladas sobre la población del País Vasco

Consecuentemente, las metodologías y las herramientas de trabajo utilizadas han sido distintas. Los tres primeros indicadores se han obtenido a través de entrevistas personales (siguiendo las indicaciones establecidas en la Guía Metodológica) con los organismos implicados (públicos y privados) y los dos últimos a través de una encuesta telefónica realizada a la ciudadanía del País Vasco. La ficha técnica de dicha encuesta es la siguiente:

- **Universo:** 1.902.522 habitantes mayores de 15 años que residen en el País Vasco
- **Muestra:** 603 personas de más de 15 años que residen en el País Vasco
- **Ámbito:** País Vasco
- **Error de muestreo:** +/- 2,04%
- **Nivel de confianza:** 95%
- **Recogida de Información:** Mediante encuesta telefónica, método CATI

### Grado de conocimiento de las obligaciones

Todas las personas a las que el equipo de evaluación ha entrevistado y que pertenecen a los organismos involucrados en la difusión del Plan de Comunicación del Programa Operativo FEDER del País Vasco FEDER 2007-2013 manifiestan su conocimiento en relación a las obligaciones existentes en la programación, gestión, seguimiento, evaluación e información y publicidad.

Además, ponen de manifiesto su conocimiento del Plan de Comunicación del Programa Operativo FEDER del País Vasco 2007-2013.

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

Al comienzo del periodo de programación existieron algunas dudas al respecto pero con el tiempo se han ido aclarando a través de los sucesivos manuales e instrucciones distribuidos y gracias a las correcciones llevadas a cabo en el marco de las verificaciones se ha consolidado el conocimiento de la normativa.

Asimismo, han participado en jornadas o sesiones formativas organizadas por la Autoridad de Gestión (para Organismos Intermedios) y por los Organismos Intermedios, ya sea de la Administración General del Estado o de la Administración Regional, dirigidas a transmitir información e instrucciones a los órganos ejecutores y/o beneficiarios de los fondos europeos.

En resumen, el grado de conocimiento de las obligaciones existentes en la programación, gestión, seguimiento, control, evaluación, información y publicidad es elevado.

### **Tasa de satisfacción**

El 88,88% de los entrevistados están satisfechos con la información recibida y señalan que ha sido de utilidad para adecuar y/o actualizar sus conocimientos sobre los Fondos y/o su aplicación.

Por lo que respecta a la opinión que tienen los entrevistados sobre la duración de la sesión/evento y de si el número de participantes fue el adecuado para cumplir con los objetivos previstos, el 88,89%, es positiva. Por lo tanto y a tenor de los datos obtenidos, todo indica que la forma de trabajo actual es correcta y que se debería de seguir en el mismo sentido.

### **Tasa de utilidad de las actuaciones<sup>4</sup>**

Por lo que se refiere a la tasa de utilidad de la información facilitada a los partícipes en los Programas Operativos (gestores, beneficiarios, organismos intermedios, etc.), de las entrevistas personales se obtiene, que el 88,89% de los encuestados, encuentran una alta utilidad a los contenidos presentados en las distintas sesiones y jornadas.

La tasa de utilidad es mayor en cuanto a los contenidos facilitados en las sesiones específicas de temas relacionados con la información y la publicidad frente a aquellas que han tratado temas de gestión, control y evaluación.

En relación con las sesiones/eventos formativos sobre el desarrollo del Plan de Comunicación, el 77,77% de los encuestados señalan haber cubierto sus expectativas.

Por último y por lo que respecta a estos tres indicadores destacar que no se han apreciado desviaciones significativas entre sector público y privado en cuanto a los efectos o consecuencias de las actuaciones en materia de información y publicidad llevadas a cabo.

El equipo de evaluación concluye que los valores que arrojan estos tres indicadores, dirigidos a los beneficiarios tanto públicos como privados del Programa Operativo son, en términos generales adecuados, por tanto, se recomienda seguir trabajando en el mismo sentido.

---

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

Por otro lado, se considera que sería adecuado repetir encuentros informativos periódicamente, bilaterales o grupales, dependiendo de la disponibilidad de los implicados, para aclarar contenidos y conocimientos o plantear posibles dudas y sugerencias.

### **Grado de conocimiento del Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)**

Los resultados de la encuesta telefónica realizada a la ciudadanía reflejan que el 65,5% de la ciudadanía de la Comunidad Autónoma del País Vasco tiene conocimiento de que el País Vasco recibe dinero de la Unión Europea para contribuir a su progreso económico y social, manteniéndose idénticos los valores con respecto a los resultados de la evaluación de 2010.

Por género el 60% de las mujeres encuestadas y el 71% de los hombres encuestados conocen la existencia de fondos provenientes de la Unión Europea, similar a los resultados obtenidos en 2010.

Por grupo de edad se puede afirmar que la población más joven y la de la tercera edad es la que menos conoce la existencia de los fondos, mientras que en el resto de tramos de edad se tiene un conocimiento mayor.

En relación con el conocimiento concreto de los fondos, el 32% afirma conocer la existencia de los fondos FEDER.

Si nos fijamos en la respuesta diferenciable por género, el 23% de las mujeres encuestadas y el 40% de los hombres conocen la existencia de los fondos FEDER, cifras ligeramente inferiores a lo recogido en 2010.

El análisis realizado por grupo de edad permite afirmar que la población más joven, es la que menos conoce la existencia de los fondos FEDER, mientras que en el resto de tramos de edad se tiene un conocimiento mayor.

En relación al conocimiento del tipo de proyectos financiados por los Fondos FEDER los encuestados afirman conocer proyectos realizados en el País Vasco en relación con infraestructuras y ayudas a empresas, pero manifiestan un desconocimiento mayor acerca de las actividades relacionadas con el Medio Ambiente (agua, depuradoras, etc.) financiadas con fondos FEDER.

Además, se puede destacar que en el País Vasco el medio de difusión que más impacto tiene a la hora de informar a la población es el uso de anuncios en medios de comunicación dado que el 87% de los encuestados señala haber tenido conocimiento del esfuerzo inversor de la Unión Europea en la región mediante este medio, valores idénticos a los reflejados 3 años atrás.



Cabe destacar que del análisis que ha realizado el equipo de evaluación sobre los medios de difusión más influyentes, se puede concluir que para todos los grupos de edad el canal de comunicación más importante y más efectivo son los anuncios en medios de comunicación: prensa, radio y televisión.

### **Grado de conocimiento del papel desempeñado por la Unión Europea**

Por lo que respecta al grado de conocimiento del papel desempeñado por la Unión Europea, resulta llamativo que tan solo el 52% de la población lo considera positivo, un porcentaje que se reduce en un 32% con respecto a lo reflejado hace 3 años. Por género no se aprecian grandes diferencias con los datos globales, la tendencia es muy similar.

Por tramos de edad, el grupo cuya valoración es la más positiva continúa siendo aquel que corresponde a la población más joven, al igual que ya sucediera 3 años atrás.

En relación al lema utilizado “Una manera de hacer Europa”, el 46% piensa que el lema es adecuado. No se observan diferencias en la valoración por género.

Por tramos de edad, el único grupo de población que ofrece una valoración positiva son los más jóvenes. El análisis de los datos de las encuestas permite concluir al equipo evaluador que el porcentaje de personas que conocen los Fondos FEDER es elevado. Destacamos que el porcentaje de personas que tiene un conocimiento más concreto de los fondos FEDER es considerablemente adecuado dada la temática tan específica a la que se refiere la encuesta. Resulta de igual importancia destacar que los más jóvenes son los que menos conocimiento tienen de las ayudas europeas, aunque lo valoran muy positivamente. El equipo de evaluación considera importante diseñar una estrategia específica cuyo grupo objetivo sea los más jóvenes y analizar el impacto de los canales de comunicación y apostar por aquellos que más impacto logren. Por lo que se ha obtenido del análisis de la encuesta parece ser que el canal de comunicación más efectivo es la inserción de anuncios en medios de comunicación prensa, radio y televisión. En relación con los medios el equipo de evaluación considera más adecuado dedicar los esfuerzos en utilizar el medio de comunicación que más impacto tiene en detrimento de los otros.

A modo de conclusión, y en relación con estos resultados, el equipo evaluador ha podido identificar algunos hechos que pueden estar relacionados con la mejora de los índices de conocimiento en la ciudadanía:

- Se ha observado un refuerzo de la estrategia de comunicación. En términos generales, se ha dado un proceso de aprendizaje a lo largo de todo el periodo de

programación, habiéndose configurado actualmente la comunicación como un hábito interiorizado por parte de todos los Organismos intermedios y gestores.

- Los datos demuestran que ciertos canales generan poco impacto, tales como los folletos y los carteles. Ante este hecho, en los últimos años la estrategia de comunicación del POPV FEDER se ha reforzado a través de las nuevas tecnologías, principalmente, las páginas web. Sin embargo, se anima a los responsables del diseño de los soportes de comunicación que trabajen más con las nuevas tecnologías como herramienta prioritaria de la difusión de la comunicación para sus actuaciones.
- Fruto del aprendizaje de los últimos años, se han desarrollado nuevos productos de comunicación. A modo de ejemplo, se mencionan los roll up, que, además de ser un producto económico, puede utilizarse de forma continuada y visibilizar los logotipos y la imagen del FEDER en todas las actuaciones de comunicación que se lleven a cabo (jornadas, cursos de formación impartidos por terceros, seminarios, etc.).
- Asimismo, se ha observado que las comunicaciones que mayor impacto generan son aquellas que se dirigen de una manera más directa a los destinatarios. Por ello, se anima a los Organismos Intermedios y gestores a trabajar en el diseño de nuevas formas de comunicar de la cofinanciación a los destinatarios finales.

## 8. Conclusiones y recomendaciones: propuesta para mejorar la Estrategia de Comunicación del FEDER 2014-2020

Las principales **conclusiones** derivadas de este ejercicio de evaluación del Plan de Comunicación del PO FEDER del País Vasco 2007-2013 son las siguientes:

- El Plan de Comunicación es **pertinente, válido y consistente**, tal y como se ha analizado en los capítulos correspondientes de la evaluación intermedia y final.
- El avance en las actividades del Plan de Comunicación está siendo adecuado, encontrándose la mayor parte de las actuaciones **finalizadas o en ejecución**. Las actividades en ejecución seguirán de esta manera hasta 2015 (n+2) dado que es necesario seguir ejecutando dichas medidas mientras el PO siga vigente.
- Las medidas llevadas a cabo hasta la fecha objeto de esta evaluación han logrado dar un grado aceptable de visibilidad al FEDER y al papel desempeñado por la Unión Europea en el País Vasco.
- Todos los Organismos involucrados en el cumplimiento del Plan de Comunicación del Programa Operativo FEDER del País Vasco 2007-2013 están concienciados con el cumplimiento del mismo y esto queda demostrado a través de la voluntad de colaboración y facilidades que han proporcionado al equipo evaluador.
- En términos generales, por lo que se ha podido concluir de las **entrevistas**, en este segundo periodo de evaluación la aplicación de los requisitos de comunicación ha sido más sencilla dado que los agentes implicados tenían más claro e interiorizado cuáles eran las pautas a seguir. Este hecho se debe, en gran parte, a la labor de seguimiento realizada por el Organismo Intermedio.
- La estrategia definida se adecua a las directrices establecidas al respecto y a lo estipulado en los Reglamentos Comunitarios, consecuentemente, ésta se considera pertinente.
- Existe coherencia entre los objetivos definidos en el Plan de Comunicación.
- El grado de avance en las actividades recogidas en el Plan de Comunicación ha sido el adecuado en la mayoría de los casos, habiendo sido incluso necesario reprogramar al alza, algunos indicadores objetivo para ajustarse a la ejecución real de las actividades de información y publicidad.

- El **avance en la ejecución** del Plan de Comunicación y la descripción de las medidas de información y publicidad llevadas a cabo se ha recogido anualmente en el Informe Anual de Ejecución del POPV FEDER 2007-2013 (anualidades 2007, 2008, 2009, 2010, 2011 y 2012) y está cumpliendo con los requisitos establecidos en la normativa comunitaria correspondiente.
- Los **sistemas de seguimiento** tienen una repercusión muy positiva en la calidad de las medidas.
- La gestión de la recogida de datos que ha permitido la medición de los indicadores de realización y de resultado ha sido estructurada y bien coordinada con las dificultades iniciales de puesta en marcha.
- Las **actividades de verificación y control** han tomado en consideración la aplicación de la normativa de información y publicidad cuyo cumplimiento está siendo supervisado por todos los Organismos implicados en estos procesos. La verificación está siendo valorada satisfactoriamente por los Organismos colaboradores en la medida que está contribuyendo a introducir mejoras en las acciones de información y publicidad.
- El **principio de igualdad de Oportunidades** se ha aplicado de forma apropiada en el Plan de Comunicación. Todas las personas que trabajan en los Organismos responsables del PO y en la aplicación de su Plan de Comunicación han adoptado este principio de igualdad como práctica diaria.
- El **impacto interno del Plan de Comunicación** ha sido positivo dado que la gran mayoría de los Organismos implicados conocen sus obligaciones reglamentarias, están relativamente satisfechos con la información recibida.
- El conocimiento que tiene la ciudadanía de los Fondos FEDER es adecuado teniendo en cuenta la complejidad y especificidad de la temática, así como las expectativas iniciales que tanto el Organismo Intermedio como los Organismos gestores tenían al respecto del conocimiento que la ciudadanía podía tener del FEDER. No obstante se detecta una dificultad para llegar a los más jóvenes, que ha sido abordada con buenas prácticas tales como el concurso fotográfico en redes sociales en el periodo final del Programa, por lo que los resultados son más complicados de medir en el corto plazo.

- En relación a los **indicadores**, la ejecución de los objetivos establecidos al inicio y reprogramados en 2010 y 2013 se sitúa alrededor del 90% por lo que el cumplimiento de las metas establecidas parece asegurado. Además, esto se puede considerar un claro reflejo de la realidad porque los objetivos han sido ajustados al alza con el fin de mostrar unos resultados lo más fiables y exactos posibles.
- A modo de cierre, el equipo evaluador valora de manera muy positiva que se hayan tenido en cuenta las recomendaciones recogidas en este sentido en el informe de evaluación intermedia.

### Recomendaciones

En base a las conclusiones presentadas, así como a las diversas dinámicas mantenidas con los agentes implicados en el Plan de Comunicación, el equipo evaluador presenta a continuación sus recomendaciones para mejorar la Estrategia de Comunicación del FEDER de cara al próximo periodo 2014-2020.

- Con el fin de mejorar la implantación del Plan de Comunicación internamente se recomienda:
  - **Compartir con el resto de organismos intermedios, una serie de instrucciones sencillas de comunicación en el que se cubra toda la casuística** y se detallen con exactitud los formatos y los textos que deben emplearse en cada proceso de seguimiento, en concreto, del cumplimiento por parte de los organismos gestores de las disposiciones de información y publicidad (un modelo a seguir podría ser la Guía de Publicidad e Información de las intervenciones cofinanciadas por los Fondos Estructurales en Galicia). De esta manera se evitarán confusiones, incidencias en verificaciones e interpretaciones heterogéneas entre todos los Organismos Intermedios y gestores involucrados. Además de clasificar las obligaciones de comunicación por tipo de proceso (tipología de ayuda), sería interesante explicitar las obligaciones de comunicación para cada tipo de beneficiario.

El uso de una estética común, principalmente el logo, facilitará además la identificación del FEDER por parte tanto de los beneficiarios implicados en el PO como por parte de la ciudadanía en general.

- Una vez que se haya puesto en marcha el nuevo PO y hayan comenzado las actividades de comunicación, sería de utilidad organizar una jornada, a la que acudiera alguien en representación de la CE, en la que se trataran temas de comunicación novedosos que

pueden derivarse del inicio de un nuevo PO. En esta jornada los propios Organismos Intermedios podrían plantear dudas que tuvieran al respecto.

- Continuar con la línea actual de mantener **contacto continuo** entre el Organismo Intermedio (Dirección de Economía y Planificación) y el resto de Organismos Intermedios regionales que estarán involucrados a futuro en el nuevo periodo de programación 2014-2020. En estos encuentros o reuniones, se podrían tratar y clarificar temas operativos relacionados con las medidas de Información y Publicidad y se distribuyan las instrucciones a todos los implicados simultáneamente, homogeneizando y simplificando al máximo los procesos.
- La adecuación de los **indicadores** y la necesidad de estandarización en la definición de los mismos, han supuesto cierta descoordinación y retraso a la hora de cumplir ciertos requerimientos por los organismos implicados, en el periodo de programación actual, por lo que se recomienda tratar este tema con la Autoridad de Gestión, quien siempre ha mostrado un alto interés y carácter resolutivo en este aspecto, para así analizar cuáles serían las posibles mejoras de cara al próximo PO 2014-2020.

Sería de gran utilidad disponer de una **Guía metodológica** que defina con detalle cada uno de los indicadores, dando ejemplos concretos y métodos de medición que permitan una interpretación homogénea de los mismos. En la misma guía se deberían establecer unos criterios específicos para la valoración del montante estimado de las actividades incluidas en los indicadores, teniendo en cuenta únicamente el coste de la comunicación y no el total de la acción.

- Con el fin de facilitar el seguimiento y control de las actividades de comunicación se recomienda a todos los organismos intermedios y gestores que recopilen la **prueba documental** de la comunicación realizada sobre las actuaciones cofinanciadas, como por ejemplo, folletos y fotos de las actuaciones. En este sentido, sería recomendable que se reservara una carpeta exclusiva, tanto física como electrónica, para recopilar el material de información y publicidad relativo a las actividades cofinanciadas por el PO. Se podría incluso instaurar la práctica de realizar un Informe anual que recoja todo esta prueba documental por Organismo Intermedio.
- En esta línea, sería interesante que el Organismo Intermedio, como responsable de informar sobre la evolución del PO, recopilara las noticias en prensa, escrita y digital (clipping en prensa) relativas al FEDER y sobre todo en relación a su repercusión en el País Vasco. Se trata de una tarea muy laboriosa que los recursos disponibles actualmente

no podrían absorber, sin embargo podría consultarse si existen recursos internos y analizar las posibilidades de colaboración.

- Otra labor que podría desempeñar el Organismo Intermedio (Dirección de Economía y Planificación del Gobierno Vasco) sería la de aprovechar la plataforma **Irekia** de la que dispone el Gobierno Vasco para acercarse al público en general a través de las nuevas tecnologías, haciendo hincapié en las redes sociales (Facebook, Twitter) con el fin de llegar a la población más joven. Irekia puede resultar una plataforma adecuada, abierta y plural, para comunicar la configuración del próximo PO FEDER PV 2014-2020, generar debates o discusiones sobre tipología de proyectos a financiar en la fase de diseño, así como divulgar y comunicar, los avances y grado de desarrollo de las actuaciones cofinanciadas. El hecho de ser un medio abierto y que utiliza herramientas tecnológicas actuales (**redes sociales, videos, encuestas de opinión**, etc.), puede ayudar a que este mensaje, cale más entre la **población joven**, usuario preferente de estos medios/redes. Este tipo de medidas son necesarias si no se quiere quedar obsoleto y se pretende dar respuesta en parte a los acelerados cambios que se están dando en las nuevas formas de comunicación, además de tratarse de herramientas que con menos esfuerzo y recursos consigue un mayor impacto.
- Insistir en la necesidad de aumentar la visibilidad del FEDER en las **páginas web** de los organismos implicados, por lo que se recomienda seguir trabajando en esta línea añadiendo imágenes y datos atractivos a ser posible sobre los **resultados y logros** conseguidos por los proyectos cofinanciados. El mensaje debe ser sencillo y claro, evitando al máximo un lenguaje muy técnico y que haga referencia a reglamentos y normativa farragosa, de cara a llegar al público en general y a los más jóvenes especialmente. En cuanto a accesibilidad, se recomienda crear un apartado específico de “asuntos europeos” en las páginas principales de las instituciones, de fácil acceso e intuitivas de cara a que el público interesado consiga encontrar la información que busca de manera fácil.
- Aprovechar las buenas relaciones y buena disposición existentes entre todos los responsables de comunicación de los Organismos Intermedios para generar sinergias y colaboraciones solidas en cuanto a actuaciones en comunicación se refiere. Y así conseguir un impacto mayor, en términos de visibilidad y conocimiento del PO FEDER.
- Por último, se recomienda tomar en consideración la acción planteada en la evaluación intermedia a través de la cual se planteaba mantener una fuente continua de noticias, teniendo en cuenta que sigue siendo la prensa el medio de mayor impacto entre la ciudadanía. Se proponía establecer un grupo de trabajo que, coordinado por la Dirección

de Economía y Planificación, recogiera noticias relativas a las actuaciones del FEDER para proporcionárselas periódicamente (ej. mensualmente) a los medios de mayor tirada regional (EITB, El Correo, Diario Vasco, Deia, TVE, etc.). De este modo, los medios mencionados tendrían la posibilidad de incluir noticias relativas al FEDER y la contribución de la UE cuando lo necesitaran. En esta línea de trabajo, se recomienda la implementación de tres (3) herramientas de cara al próximo periodo de programación:

- **Realizar un análisis y Plan de medios escritos existentes en el País Vasco**, que contemple la difusión online y en prensa escrita de contenidos relacionados con el POPV FEDER. El objetivo sería el de optimizar el presupuesto destinado actualmente a las publicaciones en Estrategia Empresarial para maximizar su impacto.
- Diseñar y promover un **Grupo Responsable de Comunicación** que se encargue de mantener el registro documental de las actividades-actuaciones realizadas y de liderar la relación con los medios de comunicación de la CAPV.
- Establecer un **Registro documental recurrente de noticias de actualidad** sobre el PO FEDER PV, que contribuya a garantizar la mayor difusión posible entre los beneficiarios del uso y destino de los Fondos. Cada Organismo Intermedio/Gestor sería responsable de elaborar sus propias notas de prensa sobre actuaciones cofinanciadas dentro de su esfera de actuación y el Organismo Intermedio, Dirección de Economía y Planificación del Gobierno Vasco, artículos sobre la evolución de los resultados del PO en su conjunto.



## 9. Buenas Prácticas

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

Según se establece en la Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER, Fondo de Cohesión y FSE 2007-2013, toda actuación que responda a alguno de los siguientes criterios podrá considerarse buena práctica de comunicación:

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

En este sentido, los Informes Anuales de Ejecución 2010, 2011 y 2012 contienen un apartado de buenas prácticas en materia de información y publicidad. La tabla que se muestra a continuación recoge las actuaciones que han sido consideradas buenas prácticas de comunicación en estos informes:

Año	Organismo	Actuación
2010	Dirección de Economía y Planificación del Gobierno Vasco	Suplemento Europa del periódico "Estrategia Empresarial"
2011	Diputación Foral de Bizkaia Diputación Foral de Gipuzkoa	Proyecto "Bizkaia Digital" Práctica "Emugi! Movilidad Sostenible en Elgoibar"
2012	Dirección de Economía y Planificación del Gobierno Vasco	Concurso Fotográfico "¿Dónde ves Europa en Euskadi?"

Adicionalmente, la página web de la Dirección General de Fondos Comunitarios (DGFC) recoge un apartado de buenas prácticas de comunicación para cada una de las comunidades autónomas. En el caso del País Vasco, se presenta como modelo las cuatro (4) buenas prácticas recogidas en los Informes Anuales de Ejecución, desde el 2010 además de la inclusión de un artículo monográfico sobre FEDER en la revista El Exportador.

En lo que respecta a las **Buenas Prácticas de actuaciones cofinanciadas**, el PO FEDER País Vasco ha destacado las siguientes a lo largo de su periodo de realización.

Para que una actuación cofinanciada, sea considerada Buena Práctica, debe responder a alguno de los siguientes criterios

- Difusión adecuada entre los beneficiarios, beneficiarios potenciales y el público en general
- Incorporación de elementos-recursos innovadores
- Adecuación de los resultados a los objetivos perseguidos
- Contribuye a la resolución de un problema o debilidad regional
- Tiene un alto grado de cobertura sobre la población a la que va dirigido
- Incorporación de criterios de Igualdad de Oportunidades, la sostenibilidad ambiental y/o la responsabilidad social
- Sinergias con otras políticas o instrumentos de intervención pública

En este sentido, el Informe Anual de Ejecución 2011, contienen un apartado de buenas prácticas de actuaciones cofinanciadas. La tabla que se muestra a continuación recoge las actuaciones que han sido consideradas buenas prácticas en estos informes:

Año	Organismo	Actuación
2011	Diputación Foral de Bizkaia	AIC AUTOMOTIVE INTELLIGENCE CENTER BiscayTIK
2011	Diputación Foral de Gipuzkoa	Práctica "Emugi! Movilidad Sostenible en Elgoibar
2010	Azaro Fundazioa	Proyecto Esperanza 2013

Adicionalmente, el equipo evaluador, ha revisado todas las actuaciones co-financiadas en los tres territorios de la Comunidad Autónoma del País Vasco, a lo largo del periodo de programación actual, y ha considerado oportuno incorporar en este informe una nueva práctica de actuación conocida como el **Proyecto SMART GRID**, cofinanciado por la Diputación Foral de Gipuzkoa y el FEDER del periodo actual de evaluación. Para ello se han revisado los criterios de selección que establecen una buena práctica según la Comisión Europea y se han justificado y documentado todos ellos.

### a. Justificación de las Buenas Prácticas seleccionadas

A continuación, pasamos a justificar el cumplimiento por cada uno de los proyectos de los criterios para ser considerados buenas prácticas:

<p><b>Título</b></p>	<p><b>Concursos Fotográficos en Facebook “¿Dónde ves Europa en Euskadi?”</b></p>
<p><b>Responsable</b></p>	<p>Gobierno Vasco como Organismo Intermedio</p> <p>El Gobierno Vasco organizó esta actuación de comunicación, que consiste en crear una página en la red social Facebook, denominada FEDER Euskadi, y utilizar esa misma plataforma para la organización y difusión de un concurso de fotografía destinado a los jóvenes de entre 14 y 25 años de la Comunidad Autónoma bajo el título “¿Dónde ves Europa en Euskadi?”</p> <p>El objetivo de esa buena práctica es informar y sensibilizar a la juventud vasca de la existencia de los Fondos FEDER y de sus actuaciones, a través del diseño de actividades o campañas de comunicación específicamente pensadas para este grupo poblacional, y en las que se han tenido en consideración sus especificidades.</p>
<p><b>Objetivos</b></p>	<p>Los objetivos logrados son los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocimiento por parte de la juventud de la CAV de las iniciativas y proyectos de inversión cofinanciados con los Fondos Europeos FEDER en su Comunidad Autónoma.</li> <li>• Despertar el interés de los jóvenes en aspectos relacionados con Europa, empleando un lenguaje tecnológico más próximo a ellos</li> <li>• Afianzar la utilización de las redes sociales como medio de difusión de las actividades europeas.</li> </ul> <p>La presencia en Facebook de FEDER Euskadi es una iniciativa pionera que ya ha servido como fuente de inspiración a otros organismos relacionados con la política regional europea. Por ejemplo, la Diputación Foral de Gipuzkoa, la Junta de Castilla la Mancha y hasta la propia Comisión Europea han lanzado concursos de fotografía similares, en cuanto a objetivos y contenido y usando la misma plataforma para su difusión, Facebook.</p>



Valoración del cumplimiento de los requisitos de buena práctica

La segunda edición del concurso se ha basado en los aprendizajes de la edición anterior. El resultado ha sido satisfactorio. Los jóvenes seguidores de la página en Facebook han demostrado en repetidas ocasiones y a través de mensajes privados su agradecimiento y satisfacción con el concurso.

En ese sentido y con respecto a la edición del año pasado se han alcanzado los siguientes logros:

- Se ha conseguido centrar el tema del concurso en proyectos financiados por los Fondos Europeos. Además, se ha conseguido despertar el interés de los jóvenes para buscar proyectos que efectivamente hubieran recibido financiación. Además de las fotografías que han participado en el concurso, se han recibido consultas en relación a proyectos financiados en su entorno más próximo.
- Asimismo, se ha conseguido evitar el dominio de ciertos participantes en el concurso, limitando a 5 el número máximo de fotografías por participante.
- El formulario de participación incluía un campo de texto donde los participantes podían explicar el significado de las fotografías y su relación con los Fondos Europeos. Esto permitía entender el sentido de aquellas fotografías cuya interpretación era más complicada.
- Asimismo, el formulario de participación ha sido mejorado y ha permitido hacer una evaluación del alcance de las diferentes acciones de comunicación (cartelería, mailing, notas de prensa, etc.). De esta manera, en futuras ediciones del concurso se hará la difusión del concurso de la manera más efectiva y eficiente.



- Adecuación de los contenidos a los objetivos perseguidos. La acción tenía como objetivo ampliar el conocimiento y repercusión de los Fondos Estructurales (FFEE) entre los más jóvenes, llegando a estos a través de un canal innovador.
- Adecuación con el objetivo general de difusión de los fondos. Los contenidos del concurso se centraron en la actuación que habían tenido los Fondos FEDER en el ámbito de esos jóvenes. Se han usado recursos innovadores en la presentación, organización y/o desarrollo, el uso de una red social para comunicar el PO FEDER País Vasco y como plataforma para alojar un concurso fotográfico que promueve y comunica los valores europeos, se trata en sí misma de una actuación innovadora.
- Incorporación del criterio de Igualdad de Oportunidades: Se ha tenido un especial cuidado en la utilización del lenguaje, para que éste no sea sexista y, además, ha

	<p>habido una importante participación del colectivo femenino en el concurso.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>Alto grado de cobertura.</u> El público objetivo de la acción estaba compuesto por gente joven. Además el uso de nuevas y más novedosas tecnologías de información y comunicación, como solo las redes sociales, por parte de una institución pública y más concretamente por un órgano gestor de fondos FEDER es una iniciativa novedosa e innovadora que ningún otro Órgano Gestor a nivel europeo había utilizado hasta esa fecha.</li> </ul>
--	--

<b>Título</b>	<b>Divulgación de las actividades desarrolladas por el proyecto BiscayTIK</b>
<b>Responsable</b>	Diputación Foral de Vizcaya como Organismo Intermedio
<b>Objetivos</b>	<p>El proyecto BiscayTIK ha ganado el premio “European Projects Awards 2012” en la categoría proyectos en curso. Se editó un CD/DVD con el objetivo de divulgar la actividad de BiscayTIK, sus objetivos y las actividades concretas que se desarrollan.</p>  <p>La <b>Fundación BiscayTIK</b> nació en 2008 como una <b>fundación pública sin ánimo de lucro</b> de la mano de la Diputación Foral de Bizkaia, verdadera impulsora del proyecto. El máximo <b>órgano de gobierno de BiscayTIK es el Patronato</b>, Desde el principio BiscayTIK quedó definido como un ambicioso proyecto de referencia internacional en la aplicación de las TIC en la Administración Municipal, con los siguientes objetivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Homogeneizar las herramientas de las Administraciones Municipales de Bizkaia:</b> los ayuntamientos y mancomunidades tienen dificultades para acceder a un sistema informático integrado, que supone una dedicación de recursos con la que no todos cuentan, especialmente los más pequeños. El objetivo de BiscayTIK es dar solución a esta situación <b>dotando a todas las instituciones locales de las últimas tecnologías</b> para que alcancen una gestión más eficiente y evitar que se abra una brecha tecnológica entre ellos.</li> </ul>

Valoración del cumplimiento de los requisitos de buena práctica



- **Acercar la Administración a la ciudadanía mediante el uso de las TIC:** con la renovación de los sistemas informáticos municipales, los ayuntamientos y mancomunidades pueden desarrollar sistemas de **tramitación on line** que acerquen la Administración Municipal a la ciudadanía, facilitando sus gestiones y trámites más habituales con su ayuntamiento.

- **Convertir Bizkaia en un referente internacional en el campo de la administración electrónica local:** una dedicación tan intensa a las Nuevas Tecnologías en las Administraciones Locales, genera una gran cantidad de conocimiento muy especializado y, por tanto, interesante para las administraciones de cualquier parte del mundo. Desde el **Centro de Conocimiento Bake Eder en Getxo**, BiscayTIK colabora con las empresas en la creación de nuevos productos y servicios y en su promoción, a nivel nacional e internacional, con el objetivo de generar riqueza y hacer de Bizkaia un referente internacional en el ámbito de la administración electrónica local.

Para acercar las TIC a la sociedad la Fundación BiscayTIK cuenta con **BiscayTIK Business School**. Su objetivo es **dar a conocer las Nuevas Tecnologías y sus usos a través de la formación** dirigida a la ciudadanía, al sector público y a las empresas. De este modo, se favorece que Bizkaia esté a la altura de las sociedades tecnológicamente más avanzadas.

- Adecuación de los contenidos a los objetivos perseguidos. La acción tenía como objetivo el desarrollo local y regional, con sus tres objetivos fundamentales: lograr la aplicación de las TIC en todos ayuntamientos de la región, acercar la ciudadanía a la administración y convertir a Bizkaia en un referente internacional en administración electrónica, generando valor añadido destinado al crecimiento de las personas y del tejido empresarial de este Territorio Histórico.
- Uso de recursos innovadores en la presentación, organización y/o desarrollo: Se considera innovador porque ha sido la primera vez que se acerca la administración electrónica a la ciudadanía a través de las nuevas tecnologías.
- Evidencia de un alto grado de calidad: Se evidencia a través de la concesión del premio “European Projects Awards 2012” en la categoría proyectos en curso.
- Incorporación del criterio de Igualdad de Oportunidades: Se ha tenido un especial cuidado en la utilización del lenguaje, para que éste no sea sexista.

<p><b>Título</b></p>	<p><b>Difusión del Programa Operativo y el papel de la Unión Europea a través de la publicación mensual de un artículo divulgativo sobre la aplicación del POPV FEDER 2007-2013</b></p>
<p><b>Responsable</b></p>	<p>Gobierno Vasco como Organismo Intermedio</p>
<p><b>Objetivos</b></p>	<p>Este artículo se inserta en el suplemento Europa del periódico “Estrategia Empresarial”. Este suplemento divulga información específica sobre la Unión Europea, el proceso de integración y las oportunidades de negocio derivadas de la UE, dirigiéndose principalmente al sector empresarial, empresarios, profesionales independientes, técnicos y funcionarios.</p> <p>Hay que señalar que esta publicación tiene una tirada mensual de aproximadamente 9.300 ejemplares.</p> <p>Esta publicación permite mantener informada de manera periódica a la población sobre el Programa Operativo, sus avances y los proyectos emblemáticos que se están desarrollando, de manera que se puede conocer de manera directa la contribución que la Unión Europea está realizando al desarrollo económico y social del País Vasco.</p> <p>La información relativa al Programa Operativo FEDER del País Vasco 2007- 2013 se complementa con otros artículos de interés relacionadas con la Unión Europea: convocatorias públicas, oportunidades de negocio, desarrollo de proyectos en colaboración, asuntos europeos, etc.</p>
<p><b>Valoración del cumplimiento de los requisitos de buena práctica</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>Adecuación de los contenidos a los objetivos perseguidos.</u> La publicación Estrategia Empresarial y, en concreto el suplemento Europa está dirigido a informar al sector empresarial y profesional, así como a los principales agentes económicos y sociales del contenido del Programa Operativo, de los avances en su ejecución, de los proyectos financiados, de las convocatorias de ayuda existentes y de la contribución de la UE al desarrollo económico del País Vasco.</li> <li>• <u>Uso de recursos innovadores en la presentación, organización y/o desarrollo</u> se trata de un método novedoso en la medida que se emplea un medio de difusión habitual relacionado con la Unión Europea que dispone de prestigio y tradición entre los agentes económicos y sociales para realizar una difusión específica del Programa Operativo, sus avances y los proyectos significativos que se están desarrollando con el apoyo de la Unión Europea. En definitiva, se trata de emplear una publicación reconocida en este ámbito para dar a conocer la contribución de los Fondos Estructurales (FEE) al desarrollo económico del País Vasco.</li> </ul>

- Adecuación con el objetivo general de difusión de los Fondos: esta publicación contribuye a fomentar que las actuaciones incluidas en el Programa Operativo se desarrollen con un elevado grado de difusión y transparencia (explicando en detalle los programas y proyectos que se desarrollan con la financiación de los Fondos Estructurales). Asimismo permite difundir la información necesaria acerca de la utilización y destino de los recursos financieros comunitarios (comunicando los principales avances experimentados en la ejecución del Programa) e informa a la opinión pública sobre el papel que desempeña la Unión Europea a favor de las actuaciones contempladas en el Programa Operativo (mostrando proyectos y buenas prácticas específicas desarrolladas con el apoyo de los Fondos Estructurales).
- Incorporación del criterio de Igualdad de Oportunidades: este medio de divulgación de la información relativa al avance del Programa Operativo respeta el cumplimiento de la Igualdad de Oportunidades favoreciendo el acceso a la información a toda la población. Asimismo, en la redacción de los contenidos se ha tenido en cuenta la aplicación del lenguaje de género.
- Alto grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción de comunicación, se estima que dado que el periódico se difunde entre algunos de los principales agentes económicos y sociales del territorio (Cámaras de Comercio, Colegios Profesionales, Sindicatos, Asociaciones Empresariales, etc.), el número de personas que puede leer cada una de las publicaciones asciende a aproximadamente 10 personas, con lo que cada edición podría ser leída por aproximadamente 100.000 personas.
- Alto grado de calidad, hay que señalar que Estrategia Empresarial y el suplemento Europa constituyen una publicación de referencia en el País Vasco en materia de divulgación de aspectos relacionados con el proceso de integración europea y las oportunidades empresariales que proporciona la Unión Europea. En este sentido, la calidad de los contenidos, así como del proceso de distribución de las ediciones, está garantizada.
- Uso de nuevas tecnologías de la información y la comunicación, la información recogida en el Suplemento Europa se publica periódicamente tanto en la Página Web del Gobierno Vasco como en la Página Web de Estrategia Empresarial, permitiendo el acceso a esta información a todas aquellas personas interesadas en conocer aspectos relativos a la contribución europea al desarrollo del País Vasco.





<p><b>Título</b></p>	<p><b>Difusión del Programa Emugi! de movilidad sostenible</b></p>
<p><b>Responsable</b></p>	<p>Diputación Foral de Gipuzkoa como Organismo Intermedio</p>
<p><b>Objetivos</b></p>	<p>Emugi! es una iniciativa de impulso de la movilidad sostenible en el municipio guipuzcoano de Elgoibar a través del alquiler y uso compartido de vehículos eléctricos para el transporte de personas y mercancías. Emugi! se encuentra enmarcada dentro del programa municipal Elgoibar Berdea, de promoción de hábitos respetuosos con el medio ambiente en beneficio de las personas y del entorno. Emugi! nace con el fin de promover el uso razonable del vehículo, además de convertir a esta localidad en un referente en la lucha contra el cambio climático, el ahorro energético y un urbanismo atractivo y sostenible. Contempla cuatro líneas de actuación:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• un servicio de alquiler de vehículos electrónicos, también denominado carsharing, para la ciudadanía, que incluirá tanto coches, como bicicletas o motocicletas eléctricas; la colaboración con las empresas del municipio en el uso compartido por parte de sus empleados de vehículos eléctricos;</li> <li>• la habilitación de un sistema de reparto sostenible “última milla” de mercancías a través de furgonetas, motos y/o bicicletas eléctricas;</li> <li>• el diseño y desarrollo de un prototipo de vehículo triciclo de pedaleo asistido, en colaboración con el Instituto de Formación Profesional Meka de Elgoibar;</li> <li>• otros servicios a desarrollar, como son la implantación de un sistema de uso colectivo del coche para desplazamientos fuera del municipio, la posibilidad de habilitar un servicio</li> </ul>

Valoración del cumplimiento de los requisitos de buena práctica

de car-pooling para compartir gastos de transporte o la utilización de vehículos eléctricos para la recogida de residuos sólidos no orgánicos en el municipio.

Para su ejecución cuenta con la colaboración de la Diputación Foral de Gipuzkoa, de la Comisión Europea (a través de la cofinanciación del FEDER), del Departamento de Medio Ambiente, Planificación Territorial, Agricultura y Pesca del Gobierno Vasco, del Ente Vasco de Energía (EVE) y de la Red vasca de municipios hacia la sostenibilidad (Udalsarea21).

- Por el alto grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción de comunicación. La difusión por parte de la Diputación guipuzcoana va más allá de la población de Elgoibar, ya que se realizaron numerosas actos publicaciones en varios diarios y otros medios acerca de la participación de FEDER en el proyecto.



- Uso de nuevas tecnologías de la información y la comunicación, la información acerca del proyecto se publica además de en un amplio abanico de diarios de amplia difusión, tanto en la Página Web de la diputación como en la Página Web de los diarios digitales, permitiendo el acceso a esta información a todas aquellas personas interesadas en conocer aspectos relativos a la contribución europea al desarrollo de Gipuzkoa.



- Por la evidencia de un alto grado de calidad en el funcionamiento y trabajos generados, como se ha venido demostrando en los productos, pautas y decisiones

derivadas de los trabajos de la red. Por el uso de nuevas tecnologías de la información, gran cantidad de soportes publicitarios sobre los que se mencionaba la cofinanciación de FEDER.



- Por la adecuación con el objetivo general de difusión de los Fondos, puesto que el fundamento de la difusión que se lleva a cabo siempre es sobre aspectos relacionados con la información hacia la población de la participación de la cofinanciación FEDER en el proyecto.
- Incorporación del criterio de Igualdad de Oportunidades: Se ha tenido un especial cuidado en la utilización del lenguaje en todos los artículos destinados a aumentar la repercusión del proyecto, para que éste no sea sexista y, además, ha habido una importante participación del colectivo femenino en las jornadas organizadas.

<p>Título</p>	<p><b>Construcción de Centros de Investigación y Desarrollo tecnológicos en Bizkaia</b> <b>AIC AUTOMOTIVE INTELLIGENCE CENTER</b></p>
<p>Responsable</p>	<p>Diputación Foral de Bizkaia como Organismo Intermedio</p>
<p>Objetivos</p>	<p>El proyecto Automotive Intelligence Center, AIC, nace con el objetivo de convertirse en un centro de generación de valor para el sector de automoción basado en la coordinación de personas altamente cualificadas con una clara orientación a mercado, y en la integración de conocimiento, tecnología, industrialización y desarrollo de nuevos negocios.</p> <p>El AIC-Automotive Intelligence Center está focalizado en:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Integrar en su estructura todas las capacidades necesarias, locales e internacionales</li> <li>- Poner en marcha diversas actividades independientes, pero de carácter complementario</li> <li>- Trabajar con diferentes dinámicas y velocidades para dar respuesta a la empresa local, pero también a la multinacional y al constructor de vehículos</li> </ul> <div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div>
<p>Valoración del cumplimiento de los requisitos de buena práctica</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>La actuación ha sido convenientemente difundida entre los beneficiarios, beneficiarios potenciales y el público en general.</u> La propuesta inicial se planteó desde empresas del sector de automoción por lo que el proyecto es, desde su origen, conocido en el sector. Asimismo, existe una amplia difusión de este proyecto tanto entre las empresas del sector como a través de jornadas de difusión tanto locales como a nivel mundial. El Centro tiene vocación global por lo que en sus intervenciones y presentaciones traslada el apoyo europeo recibido. Asimismo, en el Centro se han ubicado varias placas relativas a la cofinanciación del FEDER; placas que, al igual que el resto de la señalítica, están en inglés dado el importante volumen de personas de cualquier procedencia que trabajan y</li> </ul>



Página web AIC

Publicidad en prensa



visitan AIC.

- En lo que respecta a la incorporación de elementos innovadores, AIC es el primer centro de innovación abierta para el sector de la automoción a nivel mundial. AIC se gesta desde planteamientos de gobernanza ya que es una iniciativa liderada por la industria y el sector de automoción y respaldada por la Administración Pública.

En AIC existe un ambiente favorable a la cooperación al estar las empresas a cooperar en un entorno reducido. Asimismo, se trabaja con la estructura Lean en la que son las propias empresas las que ponen recursos a disposición de un proyecto concreto.

- Los resultados obtenidos con la misma se adaptan a los objetivos establecidos. Las expectativas planteadas en el diseño del proyecto se han visto superadas tanto por la receptividad e interés del sector como por las solicitudes para la implantación de unidades de I+D en AIC. Asimismo, se están desarrollando acuerdos de colaboración con diferentes entidades. El proyecto avanza a buen ritmo, estando prácticamente cumplidos los objetivos planteados en el Programa Operativo.



Exposición para profesionales del sector

- Contribuye a la resolución de un problema o debilidad regional, puesto que el sector de automoción supone más del 15% del PIB del País Vasco por lo que facilitar la cooperación y la generación de conocimiento en el sector de automoción tiene una enorme importancia en la región. Asimismo, la colaboración entre diferentes entidades permite obtener mejores resultados y desarrollar proyectos de forma más integral lo que redundará en la competitividad del sector.
- Tiene un alto grado de cobertura sobre la población a la que va dirigido, este proyecto es conocido y apoyado desde la industria y el clúster de automoción. Asimismo, desarrolla actuaciones con diferentes centros universitarios lo que permite que las personas que se están formando se acerquen al sector y valoren la actividad investigadora.



Visita Parlamento Europeo

- Se han tenido en cuenta los criterios horizontales de igualdad de oportunidades, la sostenibilidad ambiental y/o la responsabilidad social. En esta operación se tienen en cuenta los efectos favorables en relación con los criterios transversales de igualdad de oportunidades y de sostenimiento medioambiental puesto que este proyecto permite:
  - Contar con instalaciones que permiten la obtención de energía renovable ya que se han colocado placas fotovoltaicas en la cubierta superior.
  - Desarrollar proyectos en áreas relacionadas con el vehículo eléctrico, la eficiencia de los motores, nuevos combustibles,...
  - Disminuir los desplazamientos y, en consecuencia, las emisiones de CO2 como consecuencia de su instalación de video conferencia y el desarrollo de parte de formación a través de e-learning.
  - La presencia de la mujer en AIC se sitúa alrededor del 30% lo que contribuye a incrementar su presencia en el sector de la automoción, sector tradicionalmente masculinizado. Además ha posibilitado que se incremente la visibilidad de las mujeres en puestos de responsabilidad dentro de la industria de automoción.



- En lo relativo a las Sinergias con otras políticas o instrumentos de intervención pública, AIC desarrolla sus actividades en coherencia con las reflexiones y actuaciones del clúster de automoción de Euskadi, ACICAE, que se creó en 1993 y es el clúster de automoción más antiguo de Europa.

AIC es coherente con las prioridades de nuestro entorno en materia de investigación, innovación, internacionalización, cooperación y atracción y retención de talento y con las estrategias de Lisboa y Europa 2020 ya que este proyecto plantea el desarrollo de una sociedad y un tejido empresarial inteligente y basado en conceptos de valor, posibilita el desarrollo de proyectos que minimicen el impacto medioambiental y apoyen la reducción de emisiones de CO2 y facilita la formación y capacitación permanente de las personas que integran el sector de la automoción.

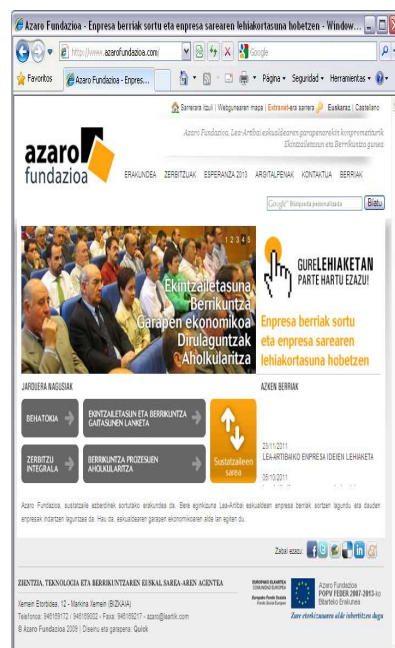
<b>Título</b>	Proyecto <b>Esperanza 2013</b>
<b>Responsable</b>	<p>Azaro Fundazioa como Organismo Intermedio</p> <p>La misión del proyecto “Esperanza 2013” es contribuir al desarrollo tecnológico y la competitividad del tejido empresarial de la comarca Lea Artibai mediante la puesta en marcha de iniciativas empresariales innovadoras. Uno de los componentes del proyecto es el edificio “Lea Artibai Berrikuntza Gunea” (Centro de Innovación Lea Artibai), el cual alberga en sus instalaciones, entre otros, un observatorio de tendencias tecnológicas, un vivero de emprendedores, laboratorios y la sede de Azaro Fundazioa.</p> <p>Se trata de Un Centro de Innovación, de 3.680 metros cuadrados de las nuevas instalaciones que en su haber cuentan con:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- un observatorio para la identificación y desarrollo de proyectos empresariales</li> <li>- una aceleradora de ideas y proyectos empresariales</li> <li>- aulas de emprendedores y de capacitación</li> <li>- un vivero de proyectos empresariales innovadores (13 módulos)</li> <li>- un área de investigadores y taller de experimentación de Leartiker</li> <li>- un laboratorio de materiales de Leartiker</li> <li>- una sala blanca</li> <li>- las sedes de Azaro Fundazioa y la Agencia de Desarrollo de Lea Artibai</li> </ul>
<b>Objetivos</b>	 <p>La investigación e innovación en este centro se van a especializar principalmente en las áreas de Alimentación y Materiales Poliméricos, un espacio en el que se van a crear cauces de participación activa de los distintos agentes de la comarca y se va a impulsar la cultura emprendedora.</p>
<b>Valoración del cumplimiento de los requisitos de buena práctica</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>La actuación ha sido convenientemente difundida entre los beneficiarios, beneficiarios potenciales y el público en general.</u> A lo largo de toda la operación, empezando por el derribo del antiguo edificio de la fábrica Esperanza hasta la inauguración del nuevo centro de empresas innovadoras, las actividades desarrolladas se han ido comunicando a través de diversos medios como prensa escrita (periódicos y revistas especializadas), jornadas de puertas abiertas, entrevistas radiofónicas, visitas de empresas y centros de formación, etc. El gran evento de difusión fue la inauguración del propio edificio cofinanciado por el Programa Operativo. Dicha inauguración tuvo lugar el 7 de octubre de 2010 y acudieron</li> </ul>



125 personalidades del mundo de la formación, el desarrollo regional y la política



Página Web de Lea Artibai Ikastetxea



Página Web de Azaro Fundazioa

- En lo que respecta a la incorporación de elementos innovadores, el eje central del proyecto es precisamente la innovación. Se trata de promover el desarrollo competitivo de la comarca de Lea Artibai a través de la creación de un Centro de Innovación polivalente que permita mejorar la posición socioeconómica de las empresas y sirva de punto de encuentro e interacción a los agentes productivos e investigadores de la región.

Los retos estratégicos definidos para el proyecto “Esperanza 2013” están directamente relacionados con la I+D, la innovación y la responsabilidad social:

- La investigación y la innovación (preferentemente en las áreas de Alimentación y Materiales poliméricos), como apuesta estratégica para la definición y consolidación de realidades empresariales competitivas.
- Generación de un capital social altamente competitivo y comprometido con el desarrollo de su entorno más cercano, mediante la actuación permanente de captación, desarrollo y difusión del conocimiento.
- Articulación de cauces de participación activa de los distintos agentes de la Comarca como medio para la definición, desarrollo y consolidación de realidades empresariales innovadoras derivadas de la investigación interna.
- “Creación” de emprendedores, mediante el impulso permanente de la cultura emprendedora y la formación de emprendedores.

Tal y como se ha detallado en el primer punto del presente documento el nuevo edificio incorpora instalaciones de tecnología punta y espacios que promueven la

creación de conocimiento y el emprendimiento innovador. Se trata de una operación que no sólo incorpora elementos innovadores, sino que es innovadora en su totalidad.

- Los resultados obtenidos con la misma se adaptan a los objetivos establecidos. Estrictamente, el objetivo establecido para la operación cofinanciada es el de construir el nuevo centro de empresas innovadoras y el resultado obtenido se ajusta exactamente al objetivo fijado una vez que se inauguró el edificio y se empezó a hacer uso de él, tal y como lo hicieron a partir del verano del año 2010 emprendedores, agentes promotores e investigadores de la comarca.

Claramente, la construcción de este edificio no hubiera sido posible sin la financiación de FEDER debido a la limitada capacidad financiera del beneficiario, Lea Artibai Ikastetxea.

Por otro lado, profundizando en las implicaciones de la nueva infraestructura y en relación a los objetivos definidos para las actividades desarrolladas en el mismo, se estableció un Plan Estratégico identificado como “Esperanza 2013” cuyos retos principales son contribuir a la puesta en marcha de 63 nuevas actividades económicas en la comarca y a la generación/consolidación de 375 puestos de trabajo. En este sentido, hasta el momento, se han puesto en marcha 39 empresas y se han creado 108 puestos de trabajo dando lugar a un nivel de consecución del 62%.

- Contribuye a la resolución de un problema o debilidad regional. la economía de la comarca de Lea Artibai se ha fundamentado históricamente en el sector primario pero la disminución de la rentabilidad de la agricultura-ganadería tradicional ha obligado a la región a reorientarse hacia una economía basada en el conocimiento, apostando por la investigación y la creación de valor añadido, permitiendo así una diferenciación competitiva. Durante las últimas décadas el porcentaje de población económicamente activa ha sido inferior al 50%. En este sentido, son varias las entidades que trabajan en la potenciación del tejido económico, tanto en relación a la creación de nuevas empresas como en el fomento del autoempleo y/o en la formación que facilite la inserción socio-laboral (la Agencia de Desarrollo Lear Garapen, Behargintza, Legamin y la Fundación Azaro).

Cabe destacar la buena coordinación que en torno a la Fundación Azaro se ha producido entre los agentes socioeconómicos comarcales (tanto públicos como privados) lo cual ha permitido fijarse unos objetivos comunes de creación de empresas, de impulso a la competitividad, de desarrollo tecnológico y de mejora de la capacitación profesional de los trabajadores. Cuatro ejes en torno a los que se lleva trabajando de forma planificada y sistemática desde el año 2007.

- Tiene un alto grado de cobertura sobre la población a la que va dirigido. El público objetivo del proyecto es toda la población que habita en la comarca de Lea Artibai y gracias a las actividades de difusión detalladas en el punto 1 se ha conseguido abarcar a una importante representación de la población a través de acciones concretas dirigidas a grupos específicos de habitantes y agentes económicos.

El Centro de Innovación de Lea Artibai está abierto a toda la población, ofreciendo tanto sus instalaciones como sus servicios de investigación y prospección a cualquier empresa o emprendedor de la comarca. En este sentido, el grado de cobertura es máximo.

Asimismo, las entidades que lideran el proyecto del Centro de Innovación – La Fundación Azaro y Lea Artibai Ikastetxea - son los claros referentes comarcales en el ámbito del emprendimiento y la innovación.



- Se han tenido en cuenta los criterios horizontales de sostenibilidad ambiental y/o la responsabilidad social. La implicación de Lea Artibai Ikastetxea en el desarrollo de la comarca se remonta a sus inicios cuando la escuela se fundó a partir de la iniciativa empresarial para ayudar en el desarrollo competitivo de la red empresarial de la comarca. Desde entonces la escuela ha sido un icono de compromiso social fundamentado en su forma jurídica de cooperativa y destacado por su carácter pionero. A pesar de tratarse de una región de tamaño reducido el centro ofrece estudios de Bachillerato, Ciclos Formativos e Ingeniería de Diseño e Innovación. Por otro lado, de forma continua y muy proactiva organiza jornadas sobre temáticas de actualidad siempre bajo el prisma de la responsabilidad social.

La construcción del edificio ha cumplido con toda la normativa medioambiental.

Además, tanto en el observatorio como en las aulas de emprendedores, se analizan y promocionan proyectos innovadores en gran parte relacionados con la sostenibilidad medioambiental, temática de gran actualidad y necesidad para un desarrollo responsable.

- En lo relativo a las Sinergias con otras políticas o instrumentos de intervención pública, Empezando por el nivel superior, la Comisión Europea estableció en la Agenda de Lisboa como línea estratégica “la transición hacia una sociedad y una economía fundadas sobre

el conocimiento por medio de políticas que cubran mejor las necesidades de la sociedad de la información y de la investigación y desarrollo, así como acelerar las reformas estructurales para reforzar la competitividad y la innovación". Una estrategia totalmente en línea con el objetivo del proyecto "Esperanza 2013", que es trabajar junto con las empresas de la comarca desarrollando proyectos que aporten competitividad e innovación para hacer frente a las necesidades presentes y futuras en tres áreas: investigación, innovación y formación.

Este patrón se repite en las instituciones nacionales, regionales y locales como el Gobierno de España (Estrategia Estatal de Innovación E2i), el Gobierno Vasco (Plan de Ciencia, Tecnología e Innovación 2015), la Diputación de Bizkaia (Plan de Mejora de la Competitividad) y el Ayuntamiento de Markina- Xemein, dado que todas autoridades y agentes económicos siguen las directrices europeas en el camino hacia una economía del conocimiento más competitiva y dinámica.

Los fondos FEDER han reforzado la actuación del esfuerzo realizado por fondos recibidos también del Ministerio de Ciencia e Innovación, el Gobierno Vasco y la Diputación Foral de Bizkaia.

<p><b>Título</b></p>	<p>Proyecto Smart Grid: <b>iSare Gipuzkoa</b></p>
<p><b>Responsable</b></p>	<p>Diputación Foral de Gipuzkoa como Organismo Intermedio</p> <p>El proyecto consiste en el diseño y puesta en marcha de una Red inteligente de energía experimental en Gipuzkoa que, a modo de prototipo, sirva de plataforma de evaluación de nuevos productos y equipos para que las empresas del territorio puedan validar sus propios sistemas de generación, carga, almacenamiento y distribución de energías limpias y renovables.</p> <p><i>La Red inteligente de energía experimental en Gipuzkoa, para cuya denominación se ha elegido el nombre iSare Gipuzkoa, constará de: sistemas electromecánicos (transformadores; protecciones media y baja tensión), sistemas de almacenamiento (baterías, volantes de inercia y supercondensadores), sistemas de generación (eólicos, fotovoltaica, grupo de cogeneración, generador diesel y pila de combustible) y de una arquitectura microrred, compuesta a su vez por: infraestructura interoperable de comunicaciones, un centro de control, contadores inteligentes y puntos de recarga para vehículos eléctricos.</i></p>
<p><b>Objetivos</b></p>	<div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div> <p>Se trata de un proyecto de colaboración entre empresas y centros de investigación de la región IK4 (alianza de nueve centros tecnológico) y GAIA (Asociación de Industrias de las Tecnologías Electrónicas y de la Información del País Vasco) y además de un proyecto de carácter medioambiental.</p>
<p><b>Valoración del cumplimiento de los requisitos de buena práctica</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>La actuación ha sido convenientemente difundida entre los beneficiarios, beneficiarios potenciales y el público en general.</u> Para ello se ha abierto una página web propia del proyecto (<a href="http://www.i-sare.net">www.i-sare.net</a>) y el proyecto ha sido presentado en numerosos soportes y medios además de haberse hecho eco en muchos artículos de prensa. Todos los socios participantes en el desarrollo del proyecto, hacen además especial mención en sus respectivas páginas web al proyecto así como a la cofinanciación recibida por parte de la Comisión Europea. Adicionalmente, el proyecto iSare aparece citado en más de 80 referencias digitales, además en prensa, radios y televisión.</li> </ul>



gipuzkoa aurrera



**iSare proiektua, gipuzkoa mikrosarea-ren aurrerapena**  
**Gipuzkoak mikrosare elektriko adimentsua bat izango du erakunde eta tokiko enpresek bultzatuta**

Gipuzkoako Foru Alderdiak, Zuzentza eta Berrikuntza Ministerioak eta enpresa eta enpresa teknologikoen arteko erlazioak sustatzen dituen GIZK - EITZ Klusterrak eta IPIK-ek sortutako eta ENMA enprek bultzatuta, Gipuzkoako Aurrera enprek enpresa berrak.

Proiektuaren helburua Gipuzkoan mikrosare eraginkor bat hazteko da, sare adimentsua eta eraginkorra sortzeko, abantentxo eta sistema berriak abantentxo sistema berrak dira.

Hona hemen proiektuaren 2012ko helburuak, eta proiektuaren helburuak, abantentxo eta eraginkorra sortzeko, abantentxo eta sistema berriak abantentxo sistema berrak dira.

2011ko martxoak 4 - Gipuzkoako Foru Alderdiak, Zuzentza eta Berrikuntza Ministerioak, Gipuzkoako Aurrera, GIZK, EITZ Klusterrak eta IPIK-ek sortutako eta ENMA enprek bultzatuta, Gipuzkoako Aurrera enprek enpresa berrak.



- En lo que respecta a la incorporación de elementos innovadores, tanto el sistema general de Micro Red Inteligente (Smart Grid) como el Sistema de Generación Bidireccional que permite la distribución de Electricidad desde los proveedores hasta los consumidores, utilizan tecnología digital, favoreciendo la integración de las fuentes de generación de origen renovable, lo cual permite ahorrar energía, reducir costes e incrementar la fiabilidad. Podríamos destacar además como elementos de innovación de la micro red iSare los siguientes:
  - Única Micro Red operativa del estado de 400 KW
  - Subred integrada a la red troncal
  - Micro Red capaz de monitorizar en tiempo real las tres fases de energía:
    - Generación
    - Distribución
    - Acumulación
  - Entorno en el que diseñar, desarrollar y probar nuevos sistemas avanzados para las redes inteligentes
  - Laboratorio capaz de testear y homologar nuevas soluciones
  - Plataforma interactiva en la que poder enseñar a las nuevas generaciones el funcionamiento de las redes y la importancia de la concienciación energética
  - Puerta de acceso al despliegue en el territorio de Gipuzkoa de la red energética Inteligente
  - Creación de nuevos productos y soluciones que permiten el desarrollo empresarial, creando nuevos puestos de trabajo de valor añadido para Gipuzkoa
  - Posibilita la creación de nuevas sinergias entre las empresas internacionales interesadas en el ámbito de las micro redes. La competencia va a ser muy dura, porque el mercado potencial es inmenso y caben muchos protagonistas.



- Los resultados obtenidos con la misma se adaptan a los objetivos establecidos, e incluso van más allá ya que se espera que una vez finalizado su construcción y puesta en marcha, las micro-redes inteligentes generen un incremento de la fiabilidad de la red; ayude a una gestión más eficiente de la demanda; se reduzcan pérdidas en las líneas de transmisión y distribución; se obtenga una mayor calidad del suministro eléctrico; gracias a lo cual, los beneficios medioambientales serán notables. Con las micro-redes inteligentes se consigue además reducir los picos de consumo, incorporar el excedente de energía a la red, la automatización de cada toma de corriente en cada hogar y negocio de la micro-red, y refuerza la integración y despliegue del vehículo eléctrico. Asimismo, el usuario puede beneficiarse del pago por uso, de tarifas flexibles y de la gestión en remoto del suministro. En resumen, se trata de una red inteligente, eficiente y de calidad.
- Contribuye a la resolución de un problema o debilidad regional, ya que el objetivo del proyecto iSare es crear una micro red que sirva de banco de ensayo para desarrollar y experimentar el estado de diferentes tecnologías de generación y almacenamiento. Este proyecto intenta colocar a las empresas vascas a la vanguardia en lo que a redes inteligentes se refiere, ya que ese se vislumbra como el futuro de la ineficiente red eléctrica de distribución actual a nivel mundial.
- Tiene un alto grado de cobertura sobre la población a la que va dirigido, ya que brindará al territorio al que va dirigido la oportunidad de disponer de una micro-red con tecnología propia que permitirá, a corto plazo, generar nuevos productos; a medio plazo impulsar la riqueza y el empleo; y, a largo plazo, mejorar la eficiencia energética y crear un laboratorio de pruebas para futuras necesidades.



- Se han tenido en cuenta los criterios horizontales de sostenibilidad ambiental y/o la responsabilidad social. Se trata de un concepto de red eléctrica más eficiente, que busca reducir las pérdidas del sistema eléctrico; adaptarse a los nuevos usos y necesidades de consumo; y apuesta así mismo por las fuentes de energía limpias; desarrolla infraestructuras que permitan una gestión más eficiente de la información dentro de la red eléctrica; gestiona de forma óptima la demanda; y permitirá la integración del vehículo eléctrico.
- En lo relativo a las Sinergias con otras políticas o instrumentos de intervención pública, este proyecto responde de manera directa y contribuye a alcanzar el flagship de crecimiento sostenible de política europea para el año 2020, de lograr para esa fecha una reducción del 20% de las emisiones de CO<sub>2</sub>, lograr una cota del 20% de Generación de Origen Renovable y mejorar la eficiencia de la Red en un 20%.