



Índice de contenidos

INTRODUCCIÓN.....	2
1. METODOLOGÍA DE LA EVALUACIÓN	3
1.1. <i>Diseño técnico de la evaluación</i>	3
1.2. <i>Métodos y técnicas utilizadas.....</i>	6
1.3. <i>Valoración de lo anterior.....</i>	9
2. ANÁLISIS DEL SEGUIMIENTO Y APLICACIÓN DE LAS RECOMENDACIONES REALIZADAS EN LA EVALUACIÓN INTERMEDIA DE 2010.....	11
2.1. <i>Pertinencia de las recomendaciones de la Evaluación Intermedia de 2010.....</i>	11
2.2. <i>Medidas puestas en marcha para solucionar los problemas detectados.....</i>	13
2.3. <i>Resultados de la puesta en marcha de las recomendaciones.....</i>	16
3. ANÁLISIS DEL AVANCE EN EL DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN.....	20
3.1. <i>Principales avances conseguidos respecto a la pertinencia del Plan.....</i>	20
3.2. <i>Principales avances conseguidos respecto a la validez y consistencia interna del Plan.....</i>	24
3.3. <i>Adecuación de la dotación de los medios económicos, humanos y técnicos asignados a las tareas de comunicación de los Fondos.....</i>	26
3.4. <i>Consideración del Principio de Igualdad de Oportunidades en la Estrategia de Comunicación.....</i>	28
4. ANÁLISIS DE LA APLICACIÓN DE LAS MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD.....	30
4.1. <i>Avances en la ejecución de las medidas.....</i>	30
4.2. <i>Integración de las actividades de información y publicidad en los informes anuales de ejecución.....</i>	40
4.3. <i>La repercusión de los sistemas de seguimiento en la calidad de la ejecución de las medidas.....</i>	41
5. EVALUACIÓN DE LAS INCIDENCIAS DETECTADAS EN EL PROCESO DE VERIFICACIÓN PREVIA CON RELACIÓN A LOS ASPECTOS DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS A PARTIR DE UNA MUESTRA DE OPERACIONES.....	46
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.....	48
7. ANÁLISIS DEL IMPACTO: LOGROS Y DESAFÍOS DE LAS ACTIVIDADES EN MATERIA DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD.....	51
8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES: PROPUESTAS PARA MEJORAR LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DE LOS FONDOS ESTRUCTURALES 2014-2020	56
9. BUENAS PRÁCTICAS.....	60
9.1. <i>Valoración de las Buenas Prácticas ya identificadas: Buenas prácticas de comunicación y buenas prácticas de actuaciones cofinanciadas.....</i>	62
9.2. <i>Identificación adicional de Buenas Prácticas</i>	64
9.2.1. <i>BUENAS PRÁCTICAS DE COMUNICACIÓN</i>	66
9.2.2. <i>BUENAS PRÁCTICAS DE ACTUACIONES COFINANCIADAS</i>	74

INTRODUCCIÓN

En el marco del actual período de programación 2007-2013 se establecieron unas instrucciones para el cumplimiento de los requisitos de información y publicidad marcados tanto en los Reglamentos comunitarios como en los distintos Planes de Comunicación. De esta forma y por vez primera, la normativa sobre los Fondos Estructurales imponía la aplicación de un plan de comunicación así como la obligatoriedad de evaluar las acciones de información y publicidad efectuadas.

Tanto con esta normativa como a través de los Planes de Comunicación, la Comisión Europea pretendía aumentar la notoriedad y la transparencia de la actuación de la Unión Europea persiguiendo, además, potenciar la comunicación hacia la ciudadanía, de modo que mejorara su percepción acerca del papel que juegan los fondos europeos en su realidad cotidiana.

Teniendo en cuenta lo anterior, el informe que se presenta a continuación constituye la ***Evaluación Final del Plan de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER y FSE 2007-2013 de la Región de Murcia*** donde se analiza la evolución y avance en la ejecución, resultados, impactos, estrategia, etc. del mencionado Plan de Comunicación, teniendo como finalidad valorar si se ha alcanzado el objetivo de contribuir a la mejora de la visibilidad y concienciación de la ciudadanía acerca de los Fondos Estructurales así como observar si se han cumplido las recomendaciones establecidas en la Evaluación Intermedia de este Plan que tuvo lugar en 2010.

La estructura del informe se corresponde con la detallada en el anexo 1 de la *Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER, Fondo de Cohesión y FSE 2007-2013*, si bien se ha procedido a la actualización de varios apartados siguiendo las instrucciones y el modelo de índice que ha proporcionado la Autoridad de Gestión.

1. METODOLOGÍA DE LA EVALUACIÓN

El presente epígrafe recoge la metodología empleada para la Evaluación Final del Plan de Comunicación de los Programas Operativos FEDER y FSE 2007-2013 de Murcia.

- En primer lugar se hará referencia al **Diseño Técnico de la Evaluación**, es decir, el motivo, alcance temporal, los agentes implicados así como sus responsabilidades, el calendario seguido, etc.
- En segundo lugar, se detallarán los **Métodos y Técnicas** empleados durante el proceso evaluativo.
- Por último, se realizará una **Valoración** de la metodología empleada, en la que se indicarán los condicionantes y/o límites encontrados en el desarrollo de los trabajos.

Por último, señalar que se trata de una metodología análoga a la empleada en 2010 excepto en el alcance temporal, ya que los resultados obtenidos se ofrecen con una visión comparativa respecto a la Evaluación Intermedia y, por lo tanto, el objeto de la misma presenta algunos matices que se verán en los correspondientes apartados, sobre todo en aquellos referidos a los avances producidos en los últimos tres años así como en la mejoras acometidas y en la puesta en marcha de medidas basadas en las recomendaciones de partida.

1.1. Diseño técnico de la evaluación

El diseño técnico contiene las fases en que se ha planteado el procedimiento de la evaluación, así como el objeto de la misma, los criterios utilizados, el alcance temporal y los agentes implicados y sus responsabilidades.

Punto de partida

El procedimiento de evaluación se ha diseñado en dos grandes fases:

- **Elaboración de los indicadores de seguimiento y evaluación** para que éstos se incluyesen y cuantificasen en el Plan de Comunicación, los cuales debían ser declarados aceptados por la Comisión Europea:
 - *Elaboración y distribución de instrucciones a los órganos implicados en el desarrollo de las actuaciones contenidas en el Plan de Comunicación para asegurar su cumplimiento.*
 - *Cuantificación de los indicadores* incluidos en el Plan de Comunicación y volcado en las aplicaciones informáticas ad hoc puestas en marcha por las Autoridades de Gestión.
- **Establecimiento de la metodología y criterios de evaluación a aplicar**, los cuales se plasmaron 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*.

Objeto de la evaluación

La Evaluación recogida en el presente informe tiene por objeto analizar el grado de ejecución y de cumplimiento de los objetivos, el avance con respecto a la evaluación realizada en 2010, así como los resultados e impactos finales logrados por el Plan de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER y FSE 2007-2013 de la Región de Murcia.

Criterios de evaluación

Los criterios de evaluación constituyen el conjunto de aspectos clave analizados. A continuación se presentan los criterios sobre los cuales se ha asentado esta Evaluación:

- ☐ **Proporcionalidad**, es decir, la existencia de una correspondencia entre las actuaciones recogidas en los Programas Operativos y el montante financiero destinado a su cofinanciación, y las actuaciones en materia de comunicación que se van a evaluar, así como la pertenencia de Murcia al Objetivo de Convergencia y Empleo (Phasing-Out).
- ☐ **Pertinencia de la estrategia de comunicación** definida en el Plan de Comunicación en relación con las directrices comunitarias formuladas en materia de comunicación. En este sentido, se valorará si la estrategia de comunicación del Plan se ha desarrollado y ha avanzado acorde a la documentación existente en esta materia procedente de las redes de comunicación INFORM e INIO de la Comisión Europea.
- ☐ **Validez y consistencia interna del Plan de Comunicación**, comprobando la coherencia entre los objetivos del Plan de Comunicación y las medidas puestas en marcha para alcanzar dichos objetivos así como los principales avances conseguidos.
- ☐ **Asignación y adecuación de los recursos** destinados a esta materia; es decir, el grado de ajuste entre las medidas del Plan y los recursos disponibles para su ejecución.
- ☐ **Consideración del principio de igualdad de oportunidades**; es decir, si se ha tenido en cuenta el principio de igualdad de oportunidades en las acciones de información y publicidad ejecutadas durante el periodo de análisis que cubre la Evaluación.

Alcance temporal

La Evaluación se centra en las medidas y actuaciones del Plan de Comunicación ejecutadas entre el 1 de abril de 2010 y el 10 de septiembre de 2013 así como su agregación en el conjunto del actual periodo de programación 2007-2013 por lo que se tendrá en cuenta el alcance temporal de la Evaluación Intermedia, esto es, del 1 de enero de 2007 al 31 de marzo de 2010.

Agentes implicados y sus responsabilidades

De conformidad con los Reglamentos de la Comisión 1083/2006 y 1828/2006 y según los acuerdos alcanzados a nivel nacional entre las Autoridades de Gestión y los Organismos

Intermedios de los Programas Operativos regionales y plurirregionales, los principales actores implicados en la evaluación del Plan de Comunicación son:

- **Comisión Europea**, responsable de:
 - Declarar aceptado el Plan de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER, FSE 2007-2013 de la Región de Murcia.
 - Revisar los resultados de la Evaluación con motivo de su inclusión en el pasado informe anual de 2010 así como en el próximo correspondiente a la anualidad 2013.
- **Autoridad de Gestión del FEDER y Fondo de Cohesión y Autoridad de Gestión del FSE**¹, entre cuyas funciones destacan:
 - Definir el marco común de trabajo en materia de evaluación para los Planes de Comunicación del FEDER, FSE y Fondo de Cohesión.
 - Coordinar, de manera general, el proceso de evaluación convocando las reuniones del GERIP² y, en su caso del GRECO-AGE³.
 - Poner en marcha el proceso de evaluación.
 - Participar en el Grupo Consultivo de seguimiento estratégico y evaluación para presentar los avances en materia de evaluación de la comunicación.
 - Observar la evolución 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.
 - Realizar el volcado en la aplicación informática ad hoc de la cuantificación de sus propios indicadores.
- **Organismo Intermedio responsable del Plan de Comunicación**, representado en el GERIP, encargado de:
 - Participar, a través del GERIP, en el proceso de definición del marco común de trabajo para la evaluación de los Planes de Comunicación de los POs del FEDER, FSE, y Fondo de Cohesión 2007-2013.

¹ La Autoridad de Gestión del FEDER es la Subdirección General de Administración del FEDER, perteneciente a la Dirección General de Fondos Comunitarios del Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas y la del FSE es la Unidad Administradora del Fondo Social Europeo perteneciente a la Secretaría de Estado de Empleo del Ministerio de Empleo y Seguridad Social.

² Grupo de Expertos y Responsables de Información y Publicidad.

³ Grupo de Responsables de Comunicación de los Organismos de la Administración General del Estado

- Poner en marcha la Evaluación conforme a las pautas acordadas en la *Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER, FSE y Fondo de Cohesión 2007-2013*, para su futura incorporación en el correspondiente informe anual de ejecución de 2013, en este caso vinculado a los POs del FEDER y FSE de Murcia.
- Realizar el volcado de la cuantificación de los indicadores de seguimiento y evaluación propios en la aplicación informática ad hoc, 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 que operan en su administración regional.
- Realizar el seguimiento de los avances del Plan Comunicación en el ámbito de sus competencias, para colaborar en la información a facilitar al correspondiente Comité de Seguimiento.
- **Resto de Organismos Intermedios y/o gestores o partícipes de los POs :**
 - Recopilar y archivar la información y documentación necesaria y ponerla a disposición de los equipos evaluadores.
 - Recopilar la información pertinente para cumplimentar los indicadores de información y publicidad y facilitar dicha información a los organismos responsables del Plan de Comunicación para su volcado en la aplicación informática ad hoc.
 - Colaborar en el adecuado desarrollo de los trabajos de la Evaluación de los Planes de Comunicación.
 - Participar, en caso de solicitud, en las actividades desarrolladas en el marco de la Evaluación, tales como grupos de discusión, entrevistas, etc.
- **Equipo de evaluación:**

Para llevar a cabo la Evaluación, el Gobierno de la Región de Murcia ha contratado a un equipo externo especializado. En este caso fue contratada la empresa Red2 Red Consultores S.L., encargada de llevar a cabo el desarrollo de la Evaluación en el tiempo y la forma requerida por el órgano contratante, la *Consejería de Economía y Hacienda* del Gobierno de la Región de Murcia.

1.2. Métodos y técnicas utilizadas

Los métodos y técnicas empleadas durante el proceso evaluativo que se detallan a continuación se refieren principalmente al sistema de indicadores, análisis documental, entrevistas, encuesta a la ciudadanía y los grupos de discusión.

Sistema de indicadores

El Plan de Comunicación cuenta con un sistema de indicadores para llevar a cabo la evaluación del mismo, que se dividen en:

- *Indicadores de realización*; sirven para contabilizar el número y tipo de actuaciones de información y publicidad que se han llevado a la práctica.
- *Indicadores de resultados*; sirven para evaluar los efectos directos y en el corto plazo de las actuaciones de información y publicidad contenidas en el Plan de Comunicación.
- *Indicadores de impacto*; sirven para medir los efectos o consecuencias más a largo plazo de las actuaciones en materia de información y publicidad y si esos efectos son atribuibles a dichas intervenciones. Se dirigen principalmente a medir aspectos ligados a la calidad de la información (grado de transparencia) y al conocimiento que la ciudadanía tiene de los fondos de la UE y del papel que esta juega en la mejora de su calidad de vida.

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.

Análisis documental

El análisis documental permite llevar a cabo el examen del marco de referencia relativo a las actuaciones en materia de Información y Publicidad, de ahí que suponga la revisión de aquellos documentos relevantes o claves en la materia. El mismo se realizó al inicio del proceso de evaluación al objeto de extraer información básica sobre el contexto, estrategia, objetivos y medidas ejecutadas, así como sobre los logros previstos alcanzar en materia de Información y Publicidad.

A continuación se señalan los principales documentos que han constituido el marco de referencia de la Evaluación:

- Reglamento (CE) N°1828/2006, Capítulo II, Sección I.
- Plan de Comunicación de los Programas Operativos FEDER y FSE 2007-2013 de la Región de Murcia.
- Documentación emitida por las redes de comunicación INFORM e INIO de la Comisión Europea.
- Documentación emitida por el GERIP, el GRECO-AGE.
- Información de seguimiento: Indicadores, Informes de ejecución anual, Actas de los Comités de Seguimiento, etc.

- Informe de Evaluación Intermedia del Plan de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER y FSE 2007-2013 de la Región de Murcia.
- Manuales de Procedimientos y/o específicos en materia de información y publicidad, en concreto:
 - Manual Práctico sobre información y publicidad de las actividades de los Fondos Estructurales 2007-2013.
 - Manual de Identidad Corporativa de “Crecemos con Europa”.
- Buenas Prácticas de Comunicación y de proyectos cofinanciados disponibles en la página web de la Autoridad de Gestión.

Entrevistas

Las entrevistas son una herramienta importante para la obtención de información cualitativa y cuantitativa, la cual, cruzada con la obtenida de los indicadores de evaluación, permite analizar con mayor profundidad los efectos directos e indirectos de las medidas de información y publicidad puestas en marcha.

Atendiendo a criterios de equilibrio en cuanto a representatividad y calidad, se ha entrevistado a tres tipos de actores:

- *Responsables del Plan de Comunicación*, a través de tres entrevistas personalizadas a las Autoridades de Gestión del FEDER y del FSE y al Organismo Intermedio.
- *Órganos Gestores y Beneficiarios*, tanto de la Administración General del Estado como de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia a través del envío y recepción de cuestionarios vía correo electrónico, a partir de los contactos facilitados por las personas responsables del Plan de Comunicación.

La finalidad de estas entrevistas no se ha centrado únicamente en obtener información cuantitativa sino también otra de carácter más cualitativo, vinculada no sólo a las medidas de comunicación ejecutadas, sino también a la repercusión de la información en la mejora de la propia gestión de los Fondos, en ahondar en la consideración del principio de igualdad de oportunidades y/o en las actuaciones de verificación y control, etc.

- *Ciudadanía*, a través de una encuesta telefónica aplicando el sistema CATI (*Computer Assisted Telephone Interviewing*) realizada a una muestra representativa de la población seleccionada de forma aleatoria. Se han realizado un total de **965** encuestas.

La finalidad de las entrevistas a la ciudadanía ha sido analizar la transparencia de las actuaciones cofinanciadas a través de los POs (que constituye uno de los objetivos principales del Plan), así como contrastar el grado de concienciación del público en

general sobre el papel que juega la Unión Europea en la mejora de su calidad de vida (el segundo de los objetivos principales del Plan). Asimismo, a través de esta encuesta se han podido evaluar dos indicadores de impacto vinculados a la ciudadanía⁴.

Grupos de Discusión

Los grupos de discusión han tenido la finalidad de obtener información concreta sobre las causas de necesidades o problemas y sus posibles soluciones y, en su caso, sobre la necesidad de modificar la estrategia en materia de Información y Publicidad.

Así pues, se han celebrado dos grupos de discusión sobre las siguientes cuestiones:

- *Sensibilización y concienciación de la ciudadanía: canales, instrumentos, objetivos cubiertos, principales obstáculos y éxitos.*
- *Accesibilidad y calidad en la formación e información proporcionada en materia de Información y Publicidad a beneficiarios potenciales.*

En dichos grupos participaron representantes de los diferentes organismos tanto regionales como de la AGE y agentes implicados en la gestión y desarrollo de las actuaciones en materia de Información y Publicidad (organismo intermedio, órganos gestores y beneficiarios, etc.).

1.3. Valoración de lo anterior

A continuación se señalan los puntos fuertes de la metodología empleada para la Evaluación, así como los límites o problemas encontrados a la hora de aplicar algunas de las técnicas empleadas:

- El Plan de Comunicación cuenta con un sistema de indicadores de realización y de resultado con metas en 2013, fecha en la que concluye el actual periodo de programación de los Programas Operativos. Este sistema, además de servir para realizar un seguimiento óptimo del Plan (en tanto que dichos indicadores se van alimentando periódicamente en la aplicación informática ad hoc) es fácilmente medible en términos de realización y de resultados gracias a las metas establecidas.
- La metodología empleada en la Evaluación combina diferentes técnicas de investigación que han facilitado información de tipo cuantitativa y cualitativa, lo que ha dado lugar a una evaluación rica en matices.
- Los objetivos del Plan están bien definidos, las personas destinatarias del mismo claramente identificadas, al igual que los agentes que intervienen en su ejecución. Ello ha posibilitado aplicar técnicas de investigación que implicasen al conjunto de actores que participan en la ejecución del Plan, obteniendo información de primera mano por parte de informantes clave.

⁴ Grado de conocimiento de los distintos Fondos Estructurales y del Fondo de Cohesión (Unidad de medida: %); Grado de conocimiento del papel desempeñado por la Unión Europea (Unidad de medida: %).

- Además, teniendo en cuenta que la presente Evaluación servirá para aportar propuestas para mejorar la estrategia de comunicación de los Fondos Estructurales 2014-2020, las técnicas seleccionadas permiten recabar aportaciones e ideas para corregir posibles errores así como para orientar las acciones de cara al futuro período de programación.
- Indicar que no se han encontrado límites o problemas destacables que no se pudieran solucionar durante el desarrollo de la evaluación. El único problema que se considera oportuno resaltar es, en algunos casos, la dificultad para conseguir la participación de los organismos gestores en las mesas redondas desarrolladas al suponer un coste de desplazamiento, si bien es lógico por otra parte debido a los ajustes presupuestarios producidos en los distintos organismos participantes en el plan, tanto locales, como regionales y nacionales así como al calendario en que se desarrolla la evaluación coincidente con otras obligaciones reglamentarias unido a la carga de trabajo habitual.

Si bien cabe añadir que esta situación ha quedado compensada mediante la buena disposición de los agentes implicados tanto a la hora de responder a los cuestionarios mencionados en el anterior apartado, así como a cualquier demanda de información que se les ha hecho a lo largo de este proceso de evaluación.

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

Como primer paso en la presente evaluación, procede la inclusión de este apartado para el análisis del seguimiento y aplicación de las recomendaciones realizadas en la Evaluación Intermedia de 2010. En concreto, este análisis se centrará en los siguientes aspectos:

- Pertinencia de las recomendaciones realizadas
- Medidas puestas en marcha para solucionar los problemas detectados
- Resultados obtenidos con la puesta en marcha de las recomendaciones. Para evaluar estos resultados, el equipo evaluador ha llevado a cabo las siguientes acciones:
 - o Lectura en profundidad de las recomendaciones realizadas en la Evaluación Intermedia.
 - o Entrevista al Organismo Intermedio y a las Autoridades de Gestión acerca de las medidas puestas en marcha.
 - o Celebración de Mesas Redondas incorporando al debate estos aspectos para así conocer si los organismos gestores han detectado estas medidas así como sus resultados.

2.1. Pertinencia de las recomendaciones de la Evaluación Intermedia de 2010

En primer lugar, se trata de valorar si las recomendaciones que se hicieron en la Evaluación Intermedia de 2010 han resultado pertinentes. En caso contrario, estas recomendaciones serán descartadas para la presente evaluación.

A continuación, siguiendo un criterio temático, se recopilan las recomendaciones detectadas en la Evaluación de 2010 con el fin de contrastar su pertinencia. En general todas las recomendaciones se han considerado pertinentes, si bien es preciso aclarar que no todas conllevan la puesta en marcha de medidas concretas sino que son recomendaciones de continuidad, esto es, de tener constancia en lo hecho hasta el momento de la Evaluación de 2010 y, por lo tanto, en dichos casos no procede continuar con el análisis de dichas recomendaciones.

▪ **ADECUACIÓN Y PERTINENCIA DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN**

Recomendación 1: *“Incidir en mayor medida en la formación de los medios de comunicación de forma que se consiga un mayor impacto en la difusión de la contribución comunitaria al desarrollo regional.”*

Recomendación 2: *“Implicar de una forma más activa a los beneficiarios privados de las ayudas como ejecutores de acciones de información y publicidad de las operaciones cofinanciadas de las que se han favorecido”*

▪ **CALIDAD DE LA EJECUCIÓN, EL SEGUIMIENTO Y LA SITUACIÓN DE LAS MEDIDAS DE COMUNICACIÓN**

Recomendación 3: *“Centrar la ejecución en las actividades destinadas al público en general, aprovechando la mayor implementación de proyectos para destacar los resultados de las operaciones cofinanciadas por FEDER y por FSE.”*

Recomendación 4: *“Realizar un estrecho seguimiento de aquellos indicadores que podrían ser objeto de posible revisión en un futuro por estar muy próximos a los valores-objetivo.”*

Recomendación 5: *“Realizar un seguimiento específico de los organismos que no han tenido ejecución en alguno de los indicadores de comunicación con el fin de acelerar la puesta en marcha de sus actividades de información y publicidad.”*

Recomendación 6: *“Proseguir en la introducción de mejoras que optimicen el funcionamiento de la aplicación informática de indicadores de comunicación, tanto para la carga de la información como a nivel usuario de la misma, agilizando la capacidad de reporte con soluciones más dinámicas y flexibles que las actuales.”*

Recomendación 7: *“Corregir los datos de ejecución que muestran valores anormales, como consecuencia de errores en la introducción y grabación de información. Así mismo, es conveniente hacer un control de calidad de la ejecución cargada en la aplicación para que todas las actividades se incluyan en el indicador apropiado.”*

Recomendación 8: *“Reforzar los mecanismos de recopilación de la información relacionada con la ejecución de las medidas de información y publicidad por parte del Organismo Intermedio de la Región de Murcia.”*

▪ **CONSIDERACIÓN E INCORPORACIÓN DEL PRINCIPIO DE IGUALDAD DE OPORTUNIDADES**

Recomendación 9: *“Insistir en la inclusión en las campañas de publicidad sobre Fondos Europeos de contenidos, imágenes y mensajes que expresen de forma clara y llamativa la contribución de los Fondos a la Igualdad de Oportunidades.”*

Recomendación 10: *“Añadir en todas la actividades formativas realizadas un módulo sobre la contribución del FSE y del FEDER a la igualdad de oportunidades, que sirva a su vez para concienciar a los alumnos de la importancia del impulso al cumplimiento de este objetivo.”*

▪ **IMPACTO DE LA PROGRAMACIÓN REALIZADA**

Recomendación 11: “Se estima muy conveniente la mayor implicación de las entidades gestoras de fondos para la difusión de las operaciones cofinanciadas a través de las notas de prensa.”

Recomendación 12: “Animar a los responsables públicos a destacar, no sólo la gestión de los fondos y los resultados de los proyectos ejecutados, sino también el origen de los fondos, situando la cofinanciación como un valor más a resaltar.”

Recomendación 13: “Debido al menor grado de conocimiento sobre la aportación de la UE al desarrollo regional en el tramo de edad comprendido entre los 15 y los 24 años, se estima conveniente seguir incidiendo en el desarrollo de actuaciones de información y publicidad destinadas a la población más joven. Así, el apoyo al desarrollo y continuidad de actuaciones como el concurso “Crecemos con Europa”, desarrollado en Institutos y colegios, se considera esencial para obtener resultados en este sentido.”

2.2. Medidas puestas en marcha para solucionar los problemas detectados

Con las recomendaciones que se han estimado como pertinentes, se procede a analizar qué medidas se han puesto en marcha para solucionar los problemas detectados. Se presentan dos opciones:

- Que no se haya tomado medida alguna, quedando así como recomendación para el futuro
- Que se hayan puesto en marcha medidas y, por lo tanto habrá que analizar el resultado de las mismas.

Antes de proceder a detallar las medidas puestas en marcha, señalar que todas las recomendaciones se han tenido en cuenta y que, en mayor o menor grado, se ha puesto en marcha alguna actuación que bien reforzara la recomendación realizada o bien continuara con lo realizado hasta el momento por no considerarse preciso poner en marcha ninguna medida adicional para lograr cumplir con los objetivos previstos.

Se sigue con la misma estructura que en el apartado anterior para facilitar la comprensión de la estructura de estos apartados referidos a las recomendaciones de la Evaluación Intermedia, así se agregan las medidas a continuación de cada una de las recomendaciones:

▪ **ADECUACIÓN Y PERTINENCIA DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN**

Recomendación 1: “Incidir en mayor medida en la formación de los medios de comunicación de forma que se consiga un mayor impacto en la difusión de la contribución comunitaria al desarrollo regional.”

MEDIDA 1: Se ha tenido especial cuidado en la transmisión de la información a los medios de comunicación para que éstos reflejen la misma de forma fiel y así destacar la importancia de la contribución comunitaria al desarrollo regional

Recomendación 2: *“Implicar de una forma más activa a los beneficiarios privados de las ayudas como ejecutores de acciones de información y publicidad de las operaciones cofinanciadas de las que se han favorecido.”*

MEDIDA 2: En el Manual Práctico sobre Información y Publicidad de las actividades de los Fondos Estructurales 2007-2013 que se facilita a los órganos gestores, se detallan las obligaciones que se han de cumplir en lo relativo a las ayudas proporcionadas a los beneficiarios privados haciendo hincapié en que se ha de dar amplia difusión acerca de la ayuda proporcionada por el fondo. No obstante, conseguir esta implicación está en función de la cuantía de la ayuda recibida pues se ha de respetar la proporcionalidad y no puede ser mayor el gasto en medidas de información y publicidad que la ayuda en si misma.

▪ **CALIDAD DE LA EJECUCIÓN, EL SEGUIMIENTO Y LA SITUACIÓN DE LAS MEDIDAS DE COMUNICACIÓN**

Recomendación 3: *“Centrar la ejecución en las actividades destinadas al público en general, aprovechando la mayor implementación de proyectos para destacar los resultados de las operaciones cofinanciadas por FEDER y por FSE.”*

MEDIDA 3: En el contexto de las reuniones de GRADIMUR (Grupo de Trabajo de Información y Publicidad de la CARM) se ha comunicado a los organismos implicados en la ejecución de las medidas que centren sus esfuerzos en las medidas destinadas al público en general.

Recomendación 4: *“Realizar un estrecho seguimiento de aquellos indicadores que podrían ser objeto de posible revisión en un futuro por estar muy próximos a los valores-objetivo.”*

MEDIDA 4: Se observa una mayor profundización en el seguimiento del avance en la ejecución de las medidas incluyendo información exhaustiva en los IAE así como a través de la evaluación continua de los Programas Operativos en su conjunto lo que ha conllevado a la reprogramación de indicadores como se verá con mayor profundidad en el apartado 4.1 Avances en la ejecución de las medidas.

Recomendación 5: *“Realizar un seguimiento específico de los organismos que no han tenido ejecución en alguno de los indicadores de comunicación con el fin de acelerar la puesta en marcha de sus actividades de información y publicidad.”*

MEDIDA 5: Ligada a la medida anterior, pero en este caso con mayor detalle, se ha instado en las reuniones de las distintas redes de comunicación a los agentes intervinientes a realizar todo tipo de actuaciones de información y publicidad resaltando la importancia que tienen para la consecución de los objetivos del Plan de Comunicación.

Recomendación 6: *“Proseguir en la introducción de mejoras que optimicen el funcionamiento de la aplicación informática de indicadores de comunicación, tanto para la carga de la información como a nivel usuario de la misma, agilizando la capacidad de reporte con soluciones más dinámicas y flexibles que las actuales.”*

MEDIDA 6: En cuanto a esta recomendación, el equipo evaluador no ha encontrado ninguna medida puesta en marcha en lo que se refiere al funcionamiento, entendiendo que la Autoridad de Gestión considera que la herramienta desempeña adecuadamente la tarea para la que ha sido diseñada y que no es necesario ningún tipo de mejora. No obstante, si se han tomado medidas para mejorar la recogida de la información a nivel de organismo gestor.

Recomendación 7: *“Corregir los datos de ejecución que muestran valores anormales, como consecuencia de errores en la introducción y grabación de información, hecho que se produce, sobre todo, en los indicadores de resultados cuya unidad de medida son porcentajes. Así mismo, es conveniente hacer un control de calidad de la ejecución cargada en la aplicación para que todas las actividades se incluyan en el indicador apropiado.”*

MEDIDA 7: Se adoptaron acuerdos al respecto en el marco de las reuniones de GERIP, además de corregir la carga de datos no observándose ningún valor anormal en cuanto a los porcentajes de los indicadores de resultados.

Recomendación 8: *“Reforzar los mecanismos de recopilación de la información relacionada con la ejecución de las medidas de información y publicidad por parte del Organismo Intermedio de la Región de Murcia.”*

MEDIDA 8: Se utilizan herramientas mediante las cuales se pide información a los organismos gestores acerca de los indicadores de información y publicidad generando así una base de datos en la que se puede identificar y buscar cualquier actividad llevada a cabo por cualquier gestor.

▪ **CONSIDERACIÓN E INCORPORACIÓN DEL PRINCIPIO DE IGUALDAD DE OPORTUNIDADES**

Recomendación 9: *“Insistir en la inclusión en las campañas de publicidad sobre Fondos Europeos de contenidos, imágenes y mensajes que expresen de forma clara y llamativa la contribución de los Fondos a la Igualdad de Oportunidades.”*

MEDIDA 9: Desde abril de 2010 no se ha llevado a cabo ninguna campaña publicitaria general sobre Fondos Europeos, no obstante, se han analizado las imágenes, contenidos y mensajes utilizados en las campañas de comunicación de actuaciones específicas tanto de la Dirección General de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información y de la Dirección General de Medio Ambiente, observándose en todas ellas la representación igualitaria de mujeres y hombres en los casos en los que procede.

Recomendación 10: *“Añadir en todas la actividades formativas realizadas un módulo sobre la contribución del FSE y del FEDER a la igualdad de oportunidades, que sirva a su vez para concienciar a los alumnos de la importancia del impulso al cumplimiento de este objetivo.”*

MEDIDA 10: En el caso de esta recomendación no se puede aplicar medida específica alguna ya que no se puede obligar a la impartición de este módulo en todas las actividades formativas que no dependen ni de los organismos gestores ni del Organismo Intermedio.

▪ **IMPACTO DE LA PROGRAMACIÓN REALIZADA**

Recomendación 11: *“Se estima muy conveniente la mayor implicación de las entidades gestoras de fondos para la difusión de las operaciones cofinanciadas a través de las notas de prensa.”*

MEDIDA 11: Se ha instado a los organismos gestores a la utilización de estos canales de comunicación como son las notas de prensa para la difusión de las operaciones cofinanciadas, utilizando sobre todo el argumento de que se trata de una medida sin coste alguno, aspecto importante a tener en cuenta dadas las actuales circunstancias económicas.

Recomendación 12: *“Animar a los responsables públicos a destacar, no sólo la gestión de los fondos y los resultados de los proyectos ejecutados, sino también el origen de los fondos, situando la cofinanciación como un valor más a resaltar.”*

MEDIDA 12: En el desarrollo de las mesas redondas, se ha observado la realización de un esfuerzo en transmitir a los agentes participantes en el Plan para que a su vez transmitan a los responsables públicos la importancia de destacar el origen de los fondos. No obstante, para poner esto en marcha se detectan problemas, sobre todo de índole político.

Recomendación 13: *“Debido al menor grado de conocimiento sobre la aportación de la UE al desarrollo regional en el tramo de edad comprendido entre los 15 y los 24 años, se estima conveniente seguir incidiendo en el desarrollo de actuaciones de información y publicidad destinadas a la población más joven. Así, el apoyo al desarrollo y continuidad de actuaciones como el concurso “Crecemos con Europa”, desarrollado en Institutos y colegios, se considera esencial para obtener resultados en este sentido.”*

MEDIDA 13: El concurso “Crecemos con Europa” se ha celebrado una vez más desde la evaluación realizada en 2010. Además, con motivo de la celebración del Día de Europa se han llevado a cabo actividades cuyos protagonistas son los más jóvenes como, por ejemplo, un concurso de dibujo “Mi pueblo, Europa” así como distintas animaciones en la calle y el concierto Día de Europa.

2.3. Resultados de la puesta en marcha de las recomendaciones

En este último apartado del análisis del seguimiento y aplicación de las recomendaciones corresponde evaluar los resultados obtenidos con la puesta en marcha de las diferentes medidas

a través de las recomendaciones realizadas en 2010. En algunos casos se podrán valorar los resultados mientras que en otros, la medida de los mismos resulta intangible, por lo menos a corto plazo.

En primer lugar a lo que se refiere a la ADECUACIÓN Y PERTINENCIA DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN, los resultados de la encuesta a la ciudadanía muestran una subida muy notable del conocimiento de la contribución de la UE al progreso económico y social de la Región de Murcia gracias a que, siguiendo la recomendación de la Evaluación del Plan de Comunicación realizada en 2010, se ha tenido especial cuidado en la transmisión de la información a los medios de comunicación para reflejar la importancia de la contribución comunitaria.

Por otro lado, se recomendaba dar amplia difusión acerca de la ayuda proporcionada por los fondos europeos, no obstante, esto ha sido complicado de llevar a la práctica pues se ha entendido que en ocasiones, el propio coste de la acción de comunicación ampliando la difusión de las ayudas superaba a la cuantía de la ayuda recibida.

Para evaluar el resultado obtenido con las medidas puestas en marcha en base a las recomendaciones realizadas en cuanto a la CALIDAD DE LA EJECUCIÓN, EL SEGUIMIENTO Y LA SITUACIÓN DE LAS MEDIDAS DE COMUNICACIÓN, se han analizado los datos de las medidas de difusión puestas en marcha que estuvieran dirigidas al público en general y se ha observado que éstas se han incrementado en un 25% con respecto a lo realizado hasta marzo de 2010

Además, se ha realizado un estrecho seguimiento de los indicadores que estaban próximos al objetivo por si era necesaria su reprogramación, incluyendo información exhaustiva en los Informes Anuales de Ejecución y así, se ha procedido a dicha reprogramación como se verá con mayor profundidad en el apartado 4.1 Avances en la ejecución de las medidas donde también se ha realizado un análisis detallado de los organismos que en la evaluación de 2010 tenían baja o ninguna ejecución en alguno de los indicadores extrayendo las conclusiones correspondientes. Se adelanta que no se ha observado ningún valor anormal en cuanto a los porcentajes de los indicadores de resultados y se ha generado una base de datos en la que se puede identificar y buscar cualquier actividad llevada a cabo por cualquier gestor.

Para valorar la CONSIDERACIÓN E INCORPORACIÓN DEL PRINCIPIO DE IGUALDAD DE OPORTUNIDADES con la inclusión en las campañas de publicidad de contenidos, imágenes y mensajes que hayan expresado la contribución de los Fondos a esta igualdad, se han buscado dichas campañas pero, en este período 2010-2013 no se ha llevado a cabo ninguna campaña de este tipo. No obstante, del análisis de otras acciones de comunicación de este tipo, se quiere destacar en esta evaluación que la D.G. de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información y la D.G. de Medio Ambiente han llevado a cabo acciones de comunicación importantes en las que se observa una representación igualitaria de mujeres y hombres en los casos en los que procede.

En relación a la evaluación del IMPACTO DE LA PROGRAMACION REALIZADA, los indicadores muestran un incremento notable en la utilización de las notas de prensa para la difusión de las operaciones cofinanciadas como así se recomendaba en 2010.

Por otra parte, se instaba a animar a los responsables públicos a destacar el origen de los fondos para el desarrollo de los proyectos y, si bien el seguimiento de esta indicación por parte de los diferentes responsables políticos ha sido muy dispar, entendiendo que esta situación responde a diferentes factores de carácter político para la puesta marcha de estas acciones, de la lectura de los comunicados de prensa disponibles se aprecia una cierta mejora en la transmisión de los mensajes.

Por último, en cuanto a las medidas puestas en marcha para que la población más joven conozca la aportación de la Unión Europea al desarrollo regional, señalar que se ha celebrado el concurso “Crecemos con Europa” además de llevar a cabo actividades con el protagonismo de los jóvenes en el Día de Europa. Para evaluar el resultado de estas medidas se ha analizado en profundidad los resultados de la encuesta a la ciudadanía tanto por tramos de edad como por sexo, mostrando un incremento del porcentaje en este indicador. No obstante, estos datos se verán en profundidad en el apartado 7 Análisis del impacto: logros y desafíos de las actividades en materia de información y publicidad.

CONCLUSIONES DEL ANÁLISIS DEL SEGUIMIENTO Y LA APLICACIÓN DE LAS RECOMENDACIONES REALIZADAS EN LA EVALUACIÓN INTERMEDIA DE 2010

Para extraer las conclusiones, en primer lugar es necesario precisar que no es posible evaluar los resultados obtenidos con todas y cada una de las recomendaciones porque algunas de ellas requieren de mayor perspectiva temporal para su análisis y en otros casos tienen un componente subjetivo elevado, difícil de trasladar a resultados concretos. Así mismo, hay casos en que no es posible aislar el resultado de una medida en el conjunto de la estrategia del Plan de Comunicación, así como de los efectos externos a la misma. Dicho esto, las conclusiones que se obtienen de este análisis son las siguientes:

- ☐ En primer lugar señalar que, en la medida de lo posible, se han tenido en cuenta todas las recomendaciones realizadas en la Evaluación Intermedia de 2010 lo que refleja un esfuerzo considerable por mejorar en el ámbito de la comunicación y que no quede relegada a un segundo plano.
- ☐ Por otro lado, se observa que los aspectos de información y publicidad están cada vez más asentados en el día a día de todos los agentes intervinientes en el Plan de Comunicación.
- ☐ Muchas de las medidas puestas en marcha no han requerido de un esfuerzo presupuestario adicional lo que se valora positivamente al incrementar los resultados sin repercusión económica, sobre todo en las circunstancias actuales de restricciones presupuestarias.

- ☐ La ausencia de montante económico estimado en algunos casos hace suponer que no se ha aislado su presupuesto del conjunto de la actuación. Esto dificulta su evaluación y puede provocar un sesgo en los resultados de la misma. Por este motivo se recomienda tratar de valorar todas y cada una de las actuaciones independientemente de si es algo aislado como si está dentro de un conjunto de actuaciones.

- ☐ No obstante, el descenso de la inversión en actividades de información y publicidad en los últimos años puede provocar que no sean sostenibles en el tiempo ya que, una vez queden obsoletas las medidas actuales, serán necesario invertir para su puesta en marcha de forma que se adapten al nuevo período de programación. Bien es verdad que siempre se podrán llevar a cabo actuaciones y medidas que no conlleven gasto presupuestario y que computen como indicador de comunicación.

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

Para este análisis se tienen en cuenta los criterios establecidos en la Guía Metodológica a la hora de evaluar la pertinencia de la estrategia y la validez y consistencia interna del Plan de Comunicación, así como la proporcionalidad, la asignación y adecuación de los recursos y la consideración del principio de igualdad de oportunidades.

Asimismo, además de las acciones de información y publicidad programadas en el Plan, también se evaluarán las intervenciones que los distintos agentes implicados en el Plan de Comunicación lleven a cabo, es decir la ejecución de otras actuaciones de comunicación en el marco de sus proyectos específicos, teniendo en cuenta para ello que todas las actuaciones del Programa Operativo han de comunicarse y publicitarse.

Los puntos principales de este análisis serán los siguientes:

- Reprogramaciones
- Reuniones de redes (GERIP, INFORM, INIO, GRADIMUR...)
- Avances en la gestión a través de los cursos de formación principalmente
- Valoración de la relación entre las actuaciones cofinanciadas y su consiguiente comunicación
- Posibles ajustes de los montantes financieros
- Mejoras en la aplicación
- Volcado de indicadores

3.1. Principales avances conseguidos respecto a la pertinencia del Plan

Para evaluar los avances conseguidos respecto a la pertinencia de la estrategia de comunicación definida en el Plan se considera necesario examinar las directrices comunitarias formuladas en esta materia al objeto de analizar la coherencia entre aquellas y la estrategia del Plan.

Las redes INFORM (en el caso del FEDER) e INIO (para el FSE) constituyen el referente comunitario en materia de comunicación. El objetivo de estas redes es reunir a los responsables de comunicación de los Programas Operativos de todos los Estados miembros con la finalidad de:

- Compartir experiencias
- Identificar formas de mejorar la calidad de las actividades de comunicación
- Concienciar acerca de los beneficios de las intervenciones comunitarias entre las o los beneficiarios potenciales y el público en general

- Mejorar la visibilidad de los proyectos de la UE
- Intercomunicar las redes nacionales existentes
- Apoyar la creación de nuevas redes

A continuación se muestran las prioridades comunitarias en materia de comunicación definidas por la red INFORM y la plasmación de las mismas en la estrategia del Plan de Comunicación

- ☐ En cuanto a la **transparencia**, la Red INFORM aboga por la integración de **páginas webs** que contengan información sobre los Fondos Estructurales y la **publicación de la lista de Beneficiarios**. En esta línea, el Plan de Comunicación contempla como elemento principal la Web SIFE (Sistema de Información de Fondos Europeos) a través de la cual se incorpora el objetivo de fomentar la utilización de nuevas tecnologías de la información y la comunicación por parte de las Administraciones Públicas intervinientes en los Programas Operativos. Así, en esta web, se recoge, en diferentes apartados, toda la información de interés sobre los Fondos Europeos, en general, y sobre su intervención en la Región de Murcia en particular.

Por otra parte, la DGFC tiene publicado en su página web la lista de beneficiarios que comprende los nombres de las operaciones y la cantidad de fondos públicos asignados a cada operación, en aras de una mayor transparencia del uso de los Fondos.

- ☐ En lo que respecta a la **cooperación entre Redes**, la Red INFORM apuesta por la creación de **redes tanto a nivel regional, nacional y comunitario**, a fin de garantizar los intercambios de buenas prácticas, incluidos los resultados de la aplicación del plan de comunicación, así como los intercambios de experiencias en la aplicación de las medidas de información y publicidad. Por su parte, el Organismo responsable del Plan de Comunicación participa en el **GERIP5** red integrada por las personas responsables en materia de comunicación (representantes de las Autoridades de Gestión del FSE y del FEDER y de las Comunidades Autónomas). Este grupo incide no sólo en la organización y puesta en marcha de los distintos Planes de Comunicación, sino también en todas las actividades de seguimiento y evaluación de los mismos. Asimismo, esta red garantiza el intercambio de buenas prácticas y experiencias en materia de información y publicidad.

Igualmente, la Autoridad de Gestión ha constituido el **GRECO-AGE⁶**, red integrada por los responsables en materia de comunicación (la propia AG del FEDER y del Fondo de Cohesión y los responsables de los distintos Organismos de la AGE), que sirve de cauce para informar y tomar decisiones en las materias relacionadas con la información y la publicidad en el ámbito de sus competencias dentro de cada Programa Operativo.

⁵ Grupo Español de Responsables en materia de Información y Publicidad.

⁶ Grupo Español de Responsables en Comunicación- Administración General del Estado

Y en el ámbito regional, se ha creado el Grupo de Trabajo de Información y Publicidad de la CARM (GRADIMUR), red constituida por las personas responsables de la comunicación en cada uno de los Organismos Gestores de la Administración Regional de los PO's, tanto FEDER como FSE. El objetivo principal de dicha red es dar apoyo a los organismos gestores en el desempeño de sus responsabilidades en cuanto a información y publicidad, así como posibilitar el intercambio de ideas, ser un foro de discusión además de tomar decisiones para desarrollar la estrategia del Plan de Comunicación de una forma coherente entre todos los implicados. Por último, es un puente informativo con el GERIP y con las dos redes de la Comisión Europea, INFORM e INIO.

☐ Por último, en lo que se refiere a compartir *buenas prácticas*, la Red INFORM recomienda destacar los éxitos de la Política de Cohesión Europea. En esta línea El Plan de Comunicación hace especial hincapié en el intercambio de experiencias y buenas prácticas, como por ejemplo:

- Actividades anuales conjuntas para todos los POs, responsables regionales y representantes de la Comisión en la que se darán a conocer aspectos relevantes de buenas prácticas en cada periodo.
- Inclusión de buenas prácticas en los IAE.
- Intercambio de experiencias y buenas prácticas a través de las redes GERIP, GRECO-AGE y GRADIMUR.

La Unidad Administradora del FSE, por su parte, pertenece a la Red INIO de la Dirección General de Empleo y Asuntos Sociales de la Comisión Europea. Dicha red está compuesta por 27 miembros, uno por cada Autoridad de Gestión del FSE de cada Estado Miembro.

La red INIO ha convocado reuniones para orientar y debatir asuntos relacionados con las acciones de comunicación de los Estados miembros. Existe en su seno un intercambio de ideas y se comparten experiencias que han demostrado ser eficaces en su aplicación o diseño.

La principal prioridad de esta Red Extraoficial de Funcionarios de Información del FSE (INIO, por sus siglas en inglés), es garantizar que todos aquellos que puedan utilizar los fondos de la UE a través del Fondo Social Europeo, conozcan esta información.

El criterio de pertinencia de la estrategia de comunicación que se define en el Plan de Comunicación se analiza respecto a las directrices comunitarias formuladas en materia de comunicación. En este sentido, se valora la adecuación de la estrategia de Comunicación respecto a la documentación existente en esta materia procedente de la red de comunicación INIO de la Comisión Europea. Teniendo esto en cuenta, se puede decir que se está en línea con dichas directrices. En este sentido, y de cara al principio de transparencia, la lista de beneficiarios se

encuentra publicada en la página web correspondiente⁷ así como el enlace correspondiente desde la página web del Organismo Intermedio.

Conclusiones y recomendaciones con respecto al avance de la pertinencia de la estrategia de comunicación

Las conclusiones y recomendaciones a este respecto, se distinguen en función de los tres puntos previamente analizados:

- En primer lugar, en lo que se refiere a la transparencia se han tomado medidas para avanzar en este sentido como es el refuerzo de contenidos en la página web SIFE, así como en la del propio Organismo Intermedio y en la de los organismos gestores destacando la creación de secciones de Proyectos Europeos o de proyectos financiados con FEDER o FSE en las web del Instituto de Fomento, de Medio Natural o del SEF de la Región de Murcia.
- En cuanto a la cooperación entre redes, tanto GERIP, como GRECO-AGE, GRADIMUR, INFORM e INIO, redes de referencia de este Plan de Comunicación, se han mantenido activas desde que se evaluó su funcionamiento en 2010 y siguen siendo un foro de intercambio de buenas prácticas e intercambio de experiencias así como de toma de decisiones en lo que se refiere a la aplicación de medidas de información y publicidad.

Ligado a la transparencia referida en el punto anterior, todos los contenidos tratados en las mismas e información acerca de su actividad están disponibles en las respectivas páginas web.

- Por último, en cuanto a las buenas prácticas y en línea con la estrategia del Plan de Comunicación se ha avanzado en los aspectos señalados en el análisis, como son:
 - Celebración anual de actividades conjuntas para todos los Programas Operativos, tratando de innovar en la presentación y los contenidos pero siempre con el objeto de dar a conocer los aspectos relevantes de buenas prácticas en cada periodo.
 - Inclusión de buenas prácticas en los Informes Anuales de Ejecución, no tan sólo de comunicación como se venía haciendo cuando se realizó la Evaluación Intermedia sino también de buenas prácticas de actuaciones cofinanciadas suponiendo un avance en cuanto a la estrategia del Plan de Comunicación.
 - En la página web de la Autoridad de Gestión, tanto en la del FEDER como en la del FSE, se ha incluido un apartado donde se recogen las buenas prácticas tanto de comunicación como de gestión. Por lo tanto, estos apartados se convierten en bases de datos óptimas para la difusión de las actuaciones de comunicación porque además de contener una explicación de las mismas, se acompañan con de imágenes ilustrativas.

⁷ <http://www.empleo.gob.es/uafse/es/beneficiarios/index.html>

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

Para determinar los avances conseguidos respecto a la validez y la consistencia interna del Plan, se comprueba si existe coherencia entre los objetivos y la estrategia del Plan de Comunicación y si las medidas de comunicación puestas en marcha responden adecuadamente a dichos objetivos y estrategia.

Estrategia, objetivos y destinatarios del Plan de Comunicación:

Las medidas adoptadas en el Plan se dirigen claramente a la consecución de los cuatro Objetivos Generales planteados en el mismo y su puesta en marcha responde a la estrategia del Plan. Estas medidas se dirigen a los cuatro grupos de destinatarios definidos en el Plan: Beneficiarios Potenciales, los Beneficiarios, los Órganos gestores y el Público en general.

Por último, para el cumplimiento de estos objetivos, las actuaciones que propone el plan en consonancia con su estrategia son las siguientes:

- Actuaciones de carácter general o transversal:
 - ✓ Web SIFE (Sistema de Información sobre Fondos Europeos)
 - ✓ Configuración de Redes de Información de Fondos Europeos
 - ✓ Trabajo con profesionales de los medios de comunicación
- Actuaciones destinadas a beneficiarios potenciales y/o potenciales participantes en las operaciones financiadas
- Actuaciones destinadas a los beneficiarios
- Actuaciones destinadas a los órganos gestores
- Actuaciones destinadas al público en general

A continuación, se presentan en el siguiente cuadro las principales líneas estratégicas del Plan con sus correspondientes Objetivos Generales asociados a cada una de ellas.

ESTRATEGIA	OBJETIVOS GENERALES	GRADO DE AVANCE
Mejora de la calidad y claridad de los contenidos, adecuando las acciones de comunicación a sus destinatarios para que de esta manera, las acciones ganen en calidad, eficacia y eficiencia, al estar adaptadas a los intereses y demandas de información de las personas que las reciben.	<u>OBJETIVO 1:</u> Proporcionar información continua, clara y accesible sobre las oportunidades financieras y de participación que ofrecen los Programas Operativos del FEDER y del FSE en la Región de Murcia, y garantizar la máxima transparencia en la gestión de los Fondos Estructurales, dando a conocer los sistemas y procedimientos de gestión y los requisitos y procedimientos de acceso de los mismos.	ALTO
Propiciar y potenciar el trabajo en red y la cooperación entre todos los agentes implicados en la gestión de los PO's en materia de información y comunicación	<u>OBJETIVO 2:</u> Hacer visibles las intervenciones contempladas dentro de los Programas Operativos FEDER y FSE, reflejo de la contribución de la Unión Europea, así como su papel en el crecimiento económico y la cohesión social de la región.	ALTO
Mantener y desarrollar las actuaciones de información y publicidad desarrolladas en el periodo anterior, que se han mostrado como más eficaces y adecuadas.	<u>OBJETIVO 3:</u> Mejorar los sistemas y métodos de gestión de los Programas Operativos y hacerlos más transparentes, con el fin de garantizar la correcta utilización de los fondos estructurales y el cumplimiento de la normativa comunitaria que les es de aplicación.	ALTO
Reforzar la formación e información de los profesionales de los medios de comunicación, en relación con los fondos europeos, y de los gestores y beneficiarios de los fondos en lo relacionado con la gestión y la comunicación.	<u>OBJETIVO 4:</u> Mejorar la formación de los profesionales de la comunicación, en asuntos relacionados con la política comunitaria de cohesión, para conseguir mayor eficacia en las acciones de comunicación que se desarrollen.	ALTO

Conclusiones y recomendaciones con respecto a la validez y consistencia interna del Plan de Comunicación

Las conclusiones y recomendaciones están ligadas al análisis del grado de avance en el cumplimiento de los objetivos generales y tomando como referencia o punto de partida la Evaluación Intermedia de 2010.

- ☑ La estrategia del Plan de Comunicación sigue guardando coherencia con los Objetivos quedando contrastada y constatada su validez y consistencia:
 - Los objetivos siguen respondiendo a las prioridades comunitarias en la materia tomando para ello, una serie de medidas previstas en el Plan que tratan de destacar el papel

desempeñado por la Unión Europea, garantizan la transparencia de la ayuda de los Fondos y también dan a conocer la importancia de la gestión de los Fondos Europeos tanto por la Comunidad Autónoma como por la Administración General del Estado.

- El Plan de Comunicación sigue presentando la misma consistencia interna pues es capaz de comunicar tanto la importancia de la Política de Cohesión, la trascendencia del programa y la consecución de los proyectos.
- El Plan sirve de modelo para facilitar a los organismos gestores los trámites necesarios en el ámbito de la información y la comunicación, determinando de forma clara las obligaciones mínimas en dicha materia además de proponer un completo sistema de indicadores para medir el impacto sobre los objetivos esperados.
- ☑ Se trata de dar un sentido más amplio a las acciones de comunicación para que su ejecución no responda únicamente al cumplimiento de las obligaciones comunitarias en la materia, sino que, por el contrario, contribuyan a la concienciación de la ciudadanía sobre la importancia de las ayudas que la Región de Murcia recibe de la Unión Europea.

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

Una vez revisada la documentación a este respecto, se ha considerado oportuno, proceder por separado a la evaluación y análisis de los medios económicos por un lado y, por otro, de los medios humanos y técnicos. El motivo principal se debe a que en la Evaluación Intermedia no se pudo emitir informe de valoración debido a que los datos disponibles acerca de los montantes no eran definitivos pues se estaba procediendo a su revisión.

Dotación de los medios económicos

Para realizar este análisis es necesario tomar como punto de partida que los medios económicos del Plan de Comunicación fueron objeto de revisión en los sucesivos Comités de Seguimiento de los años 2009 y 2010 con el fin de determinar la cuantía total y el método de imputación del gasto con independencia de la fuente de cofinanciación. Para la resolución de esta deficiencia y de cara a preparar los Comités de Seguimiento del año 2010, en las reuniones de GERIP de febrero y abril de 2011 se puso en común la problemática de cada organismo. Así mismo, se repasó y aclaró la metodología de recogida de los montantes estimados acordando que la estimación de todo el período correspondiente a la parte regional se remitiría a las Autoridades de Gestión con antelación suficiente para su inclusión en el informe anual de ejecución.

Finalmente, para este Plan de Comunicación, el montante estimado se cifró en 6.300.000 euros para todo el período de programación, con un porcentaje del 75% para FEDER y un 25% para FSE. Teniendo en cuenta el contexto económico actual, destacar positivamente que se ha conseguido mantener la senda programada para este Plan alcanzando prácticamente el 100% de lo presupuestado.

Dotación de medios humanos

La dotación de medios humanos responsables de la aplicación del Plan de Comunicación así como del cumplimiento de la normativa en materia de Información y Publicidad se distribuye entre los distintos organismos en función del ámbito de sus competencias. Estos organismos son la Autoridad de Gestión del FEDER, la Autoridad de Gestión del FSE, el Organismo Intermedio regional así como otros Organismos Intermedios designados y finalmente, los organismos gestores y/o beneficiarios con su correspondiente persona responsable y representada en GRADIMUR.

Las funciones y responsabilidades de cada uno de estos organismos están señaladas en el apartado 1 del presente informe y, por lo tanto, no procede revisarlas de nuevo en profundidad, si bien se pueden resumir, de forma práctica, en los siguientes puntos:

- Ninguno de los agentes mencionados dispone de una persona dedicada exclusivamente a las tareas de información y publicidad, no obstante si hay una persona responsable del cumplimiento de la normativa así como de garantizar la puesta en marcha de las medidas descritas en el Plan de Comunicación.
- En el caso de la Dirección General de Presupuestos y Fondos Europeos de la Consejería de Economía y Hacienda del Gobierno de la Región de Murcia, como Organismo Intermedio y en atribución de sus funciones, dispone de una persona responsable del cumplimiento de las mismas. Así, entre otras cosas, acude a las reuniones de las redes, procede al volcado de los indicadores en la aplicación. Para ello, previamente debe recopilar esta información de todos y cada uno de los organismos gestores.
- Por otra parte, la Autoridad de Gestión del FEDER también dota de medios humanos a la ejecución del Plan de Comunicación según las funciones que tiene atribuidas por el Reglamento (CE) Nº 1083/2006 sobre todo de coordinación de las acciones del Plan.
- Por último, la UAFSE, como Autoridad de Gestión del FSE también envía a una persona en su representación tanto a las reuniones del GERIP como a las de INIO y a los diferentes actos de comunicación que a los que le corresponda asistir.

Dotación de medios técnicos

Finalmente, con respecto a la dotación de medios técnicos, señalar que desde septiembre de 2009, la Autoridad de Gestión del FEDER ha puesto en marcha la aplicación informática "INFOCO" para el seguimiento y la evaluación de los indicadores de información y publicidad.

El Organismo Intermedio dispone de claves de acceso a dicha aplicación para proceder al volcado de indicadores, con recomendación de hacerlo dos o tres veces por anualidad. Así mismo, podrá consultar en cada momento el estado de ejecución de los mismos, tanto por fecha de volcado como por fecha de realización del indicador. Esto permite proceder con las correcciones oportunas si fuera necesario.

Conclusiones y recomendaciones con respecto a la dotación de medios económicos, humanos y técnicos asignados a las tareas de comunicación de Fondos

- ☐ Una vez subsanado el problema de la estimación de los **montantes económicos** se ha alcanzado un 95% de la ejecución del presupuesto por lo que se está en condiciones de asegurar que se va a cumplir el objetivo del 100% al final del período de programación.
- ☐ En lo que se refiere a los **medios humanos**, se observa una carencia moderada de proporcionalidad entre éstos con las funciones que tienen atribuidas, tanto en los reglamentos como en el Plan de Comunicación.
- ☐ Por último, los **medios técnicos**, que básicamente se refieren a la aplicación informática de volcado de indicadores, han requerido de un esfuerzo por parte del Organismo responsable del volcado de la información, respondiendo positivamente y cumpliendo las obligaciones que en este sentido tenía asignadas.

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

Este epígrafe tiene por objeto evaluar la consideración del principio de *Igualdad de Oportunidades* en las medidas de información y publicidad puestas en marcha a través del Plan de Comunicación. Para ello, se ha analizado el tratamiento que se ha dado a este principio tanto en el Plan de Comunicación, como en las acciones de comunicación ejecutadas durante el periodo de análisis.

En la Evaluación Intermedia de 2010 se señalaban una serie de razones por las que se consideraba que este Principio horizontal de Igualdad de Oportunidades se había considerado correctamente en el Plan de Comunicación como son la ausencia de barreras en el acceso a la información sobre los Programas (Objetivo Estratégico 1 del Plan) y la definición de los destinatarios del Plan.

En cuanto a esta definición de los destinatarios, se aludía en dicha Evaluación a que entre los beneficiarios potenciales, se incluían organizaciones no gubernamentales y en especial a aquellos organismos de promoción de igualdad entre hombres y mujeres. En este sentido, conviene aclarar que esta definición provenía de la estrategia del Plan de Información y Publicidad del POI de Murcia 2000-2006 y que en el Plan de Comunicación 2007-2013 no se hace mención expresa a esta cuestión de forma que no se contemplaron en este caso, previsiones 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 específicas de información y publicidad.

No obstante, en la "Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación" si se tuvo en cuenta como aspecto a evaluar. Asimismo, en el apartado de buenas prácticas, uno de los criterios de selección a tener en cuenta fue el de la incorporación de este principio.

A esto se añade la actividad llevada a cabo en el marco de la **Red de Políticas de Igualdad entre Mujeres y Hombres para la aplicación real y efectiva de la transversalidad de género**, que ha contribuido a incrementar, tanto en calidad como en cantidad, la consideración de este principio en las actuaciones cofinanciadas en general como, de las actividades de información y publicidad en particular.

Es importante señalar que desde la Unidad Administradora del Fondo Social Europeo se ha facilitado a todos los Organismos Intermedios la **GUÍA PRÁCTICA DE COMUNICACIÓN CON PERSPECTIVA DE GÉNERO EN LAS ACTUACIONES COFINANCIADAS POR LOS FONDOS ESTRUCTURALES Y EL FONDO DE COHESIÓN** elaborada en el marco de la Red de Políticas de Igualdad y utilizada por algunos organismos en sus actuaciones de difusión.

Dicho esto, en el apartado 6 del presente informe, se evalúa la integración del principio de igualdad de oportunidades, tanto en las medidas de información y publicidad como en los efectos obtenidos por las mismas. En dicho apartado se profundizará más en el análisis de la aplicación y consideración de este Principio de Igualdad de Oportunidades.

Conclusiones y Recomendaciones

- ▣ Para el próximo período se recomienda incluir en la Estrategia de Comunicación la consideración de este Principio de Igualdad de Oportunidades para un mejor seguimiento y evaluación de la aplicación del mismo.

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

En este epígrafe se realizan 3 análisis diferenciados sobre la aplicación de las medidas de información y publicidad:

- *Avances en la ejecución de las medidas*; en el que se calcula la ejecución de los indicadores del Plan en relación con las metas establecidas para cada uno de ellos.
- *Integración de las actividades de información y publicidad en los IAE⁸*; se verifica si dichos informes han incluido la información sobre las actividades de información y publicidad.
- *La repercusión de los sistemas de seguimiento en la calidad de la ejecución de las medidas*; se estima si el Plan de Comunicación ha incrementado la calidad en la ejecución de las medidas.

Añadir que este análisis se realiza para tres intervalos temporales:

- Período comprendido entre 2010 y 2013, esto es, desde la Evaluación Intermedia
- Comparativa de los resultados de este período con el de 2007-2010
- Conclusiones del conjunto del período de programación 2007-2013

4.1. Avances en la ejecución de las medidas

Antes de comenzar con este análisis es conveniente aclarar que las previsiones en algunos de los indicadores fueron revisadas al alza con posterioridad a la realización de la Evaluación en 2010. En concreto, se ha elevado la programación de los indicadores de realización 1, 2, 3 y 6 así como el de resultados, número de asistentes a actos públicos.

Esto significa que los indicadores inicialmente establecidos en el Plan de Comunicación se han visto modificados, por lo tanto, para esta evaluación se han tenido en cuenta estas últimas metas, valorando positivamente el esfuerzo de incrementar las medidas de información tanto para los agentes implicados en la ejecución del Programa como para los potenciales beneficiarios/as y la ciudadanía en general.

En primer lugar se presentan las metas (una vez actualizadas) previstas en el Plan de Comunicación para los distintos indicadores de realización y resultado para seguir con el análisis de cada uno de estos dos tipos de indicadores y terminando, en cada uno de los casos, con una serie de conclusiones y recomendaciones.

Este análisis, gracias a la información disponible en la aplicación informática ya mencionada con anterioridad en este informe, incluye el nivel de ejecución global, así como el nivel de ejecución por organismo beneficiario y por gestor, lo que permite una visión más amplia y personalizada de

⁸ Informes Anuales de Ejecución

la participación de los distintos agentes para la consecución de los objetivos previstos en el Plan de Comunicación. Por último, señalar que para este análisis, el equipo evaluador ha tenido en cuenta los datos cargados en la aplicación a 10 de septiembre de 2013.

Informe Global del Plan de Comunicación. Plan Comunicación Región de Murcia 2007-2013

Tipo Actividad	Indicador realización	Programación	Ejecución	%	Indicador Resultado	Programación	Ejecución	%	Montante estimado
01	Nº actividades y actos públicos	950	901	94,8%	Nº de asistentes	105.000	130.423	124,2%	2.045.997
02	Nº de acciones de difusión	3.850	3.698	96,1%					2.290.982
03	Nº de publicaciones externas realizadas	495	475	96%	% publicaciones distribuidas / editadas	95%	97,1%		976.098
					Nº puntos de distribución	119	116	97,5%	
04	Nº de páginas Web	3	3	100%	Nº de Visitas	145.000	132.720	91,5%	195.838
05	Nº de soportes publicitarios	920	856	93%					551.804
06	Nº de documentación interna distribuida	430	355	82,6%	% de organismos cubiertos	100%	98,7%		10.262
07	Nº de redes de información y publicidad	5	5	100%	Nº reuniones	87	75	86,2%	14.671
					Nº asistentes	120	105	87,2%	
Datos Ejecución por realización de indicadores desde el 01/01/2007 hasta el 10/09/2013									

Una vez analizada la información contenida en la aplicación informática⁹ donde se recoge la carga de los indicadores del Plan de Comunicación, se extraen las conclusiones tanto de los indicadores de realización como de los indicadores de resultado.

⁹ Datos consultados el 12 de Septiembre de 2013

Informe Global del Plan de Comunicación. Plan Comunicación Región de Murcia 2010-2013

Tipo Actividad	Indicador realización	Programación	Ejecución	%	Indicador Resultado	Programación	Ejecución	%	Montante estimado
01	Nº actividades y actos públicos	950	468	49,3%	Nº de asistentes	105.000	91.423	87,1%	1.683.919
02	Nº de acciones de difusión	3.850	2.069	53,7%					1.422.098
03	Nº de publicaciones externas realizadas	495	254	51,3%	% publicaciones distribuidas / editadas	95%	98,7%		237.993
					Nº puntos de distribución	119	112	94,1%	
04	Nº de páginas Web	3	3	100%	Nº de Visitas	145.000	156.306	107,8%	102.038
05	Nº de soportes publicitarios	920	507	55,1%					206.394
06	Nº de documentación interna distribuida	430	183	42,6%	% de organismos cubiertos	100%	99,7%		9.081
07	Nº de redes de información y publicidad	5	5	100%	Nº reuniones	87	32	36,8%	3.517
					Nº asistentes	120	107	89,1%	
Datos Ejecución por realización de indicadores desde el 01/04/2010 hasta el 10/09/2013									

Análisis de Indicadores de realización

En cuanto al porcentaje de ejecución alcanzado por los indicadores de realización en función de las metas establecidas para cada uno de ellos y a nivel global de todos los organismos, se concluye que:

- A 10 de septiembre de 2013, se observa un alto grado de ejecución de los indicadores, todos ellos alcanzando valores superiores al 90%, excepto en N°6 (*Nº de Documentación Interna Distribuida*) que se queda en un 82,60%.
- Dos de los indicadores del Plan, el n° 4 (*Nº de Páginas Webs*) y el n° 7 (*Nº de Redes de Información y Publicidad*) alcanzaron 100% de las metas que tenían previstas para 2013.

En estos dos casos y por la propia definición de estos indicadores, el acumulado no supone la suma de los años anteriores sino que refleja el número total tanto de webs como de redes puestas en marcha a lo largo del período.

- De los indicadores que aún no han llegado a las metas previstas, el indicador n°2 (*Nº Actos de Difusión*), es el que mayor grado de ejecución presenta, un 96%, seguido muy de cerca por el indicador n°3 (*Nº Publicaciones Externas*) con un 95,90% de ejecución.

- El indicador nº 1 (Nº de Eventos Realizados) y el nº5 (*Nº de Soportes Publicitarios*), han alcanzado un nivel de ejecución ligeramente inferior a los anteriores con un 94,80% y un 93%, respectivamente.
- En cuanto al ritmo de ejecución, se puede observar como el ritmo de ejecución del periodo 2010-2013 es, en general, superior al del periodo 2007-2010, a excepción del indicador nº 6 (*Nº de Documentación Interna Distribuida*).

A continuación se procede al análisis de estos indicadores de forma individualizada para los distintos agentes implicados en el Plan de Comunicación con respecto a la aplicación de medidas de información y publicidad. Al extraer la información de forma desagregada, es posible identificar las actuaciones que cada uno de estos organismos ha llevado a cabo, así como su aportación a la ejecución global del Plan de Comunicación.

En general, tanto la Dirección General Presupuestos y Fondos Europeos de la Consejería de Economía y Hacienda del Gobierno de la Región de Murcia como la Dirección General de Fondos Comunitarios son los organismos que aportan una parte muy importante en la ejecución de medidas de información y publicidad con respecto al resto de organismos o agentes implicados en el Plan de Comunicación.

Nº DE ACTIVIDADES Y ACTOS PÚBLICOS

De forma general, el ritmo de ejecución de este indicador se incrementó moderadamente en periodo 2010-2013 con respecto a lo ejecutado hasta el 31 de marzo de 2010.

El conjunto de organismos regionales de la Comunidad Autónoma de Murcia han ejecutado el 65% del total de las actividades y actos públicos que se han llevado a cabo a lo largo de todo el periodo de programación.

En este sentido, cabe destacar las actuaciones del Instituto Murciano de Acción Social y el INFO que en conjunto han desarrollado más del 70% de las acciones en este apartado para el periodo 2007-2013. No obstante hay que destacar también las actuaciones de la Dirección General de Medio Ambiente y la Dirección de Informática y Telecomunicaciones que, aún habiendo desarrollado un menor número de actuaciones, las mismas han registrado un importante número de asistentes, casi el 50% del total.

Por último, hay que mencionar a algunos gestores, como por ejemplo el caso del ICEX que si bien en cuanto a la ejecución física ha contribuido poco en el número de eventos realizados, el montante económico destinado a los mismos así como la repercusión del número de participantes que han asistido a dichos eventos es digna de destacar en el análisis de este indicador.

Nº DE ACCIONES DE DIFUSIÓN

En cuanto al *número de actos de difusión*, decir que es el indicador en el que han contribuido un mayor número de organismos para alcanzar el objetivo establecido para 2013. Esto es

significativamente positivo, independientemente del porcentaje de cada uno de ellos, pues se puede interpretar una implicación de todos los participantes en el Plan por conseguir una mayor difusión de los Fondos Europeos.

Por otro lado, se observa que la práctica totalidad de organismos han realizado más acciones de difusión en el período 2010-2013 que en el 2007-2010 lo que significa un incremento del esfuerzo para realizar este tipo de actuaciones y la concienciación de los mismos acerca de la importancia de la difusión de los Fondos Europeos como objetivo primordial del Plan de Comunicación al que pertenecen.

Cabe una mención especial la aportación del conjunto de organismos gestores regionales con un 80% de ejecución sobre el total alcanzado a 10 de septiembre de 2013.

En este apartado podemos destacar que una parte importante de las acciones recogidas corresponden al Servicio de Empleo y Formación, no obstante el número importante de acciones de este organismo que observa que la práctica totalidad de sus actuaciones se limita a la publicación en medios de prensa de los anuncios de los cursos financiados por el mismo a que están obligados los beneficiarios de las ayudas para dichos cursos, por lo que consideramos importante destacar las realizaciones de otros gestores como el IMAS, la D.G. de Informática o el INFO con una mayor diversidad en los soportes utilizados.

Con respecto a los organismos de la AGE, merecen especial mención, los dos ayuntamientos, tanto el de Murcia como el de Lorca, así como la labor realizada por ADIF, sobre todo en este último tramo, en concreto en la anualidad 2013.

Nº DE PUBLICACIONES EXTERNAS REALIZADAS

EL Gobierno de la Región de Murcia, con un 65%, es quien aporta mayor carga sobre el ritmo de ejecución total, tanto en el número de publicaciones como en el montante destinado a las mismas, lo que significa una implicación importante en las acciones de información y publicidad a través de las publicaciones externas, sobre todo en los años 2010 y 2011.

Del conjunto de publicaciones llevadas a cabo por los organismos regionales, destaca especialmente la aportación realizada por la D.G. de Medio Ambiente/D.G de Patrimonio Natural y por el Instituto Murciano de Acción Social, cuya ejecución es superior al de la suma del resto de organismos de la Región.

Finalmente, señalar que este indicador está muy próximo a alcanzar su meta (96%), con lo cual, la participación de todos los organismos, independiente del porcentaje de cada uno de ellos, es satisfactoria como ocurría en el Nº de Acciones de Difusión.

Finalmente, señalar que este indicador está muy próximo a alcanzar su meta (96%), con lo cual, la participación de todos los organismos, independiente del porcentaje de cada uno de ellos, es satisfactoria como ocurría en el Nº de Acciones de Difusión.

Nº DE PÁGINAS WEB

El indicador nº 4 (*Nº de Páginas Webs*) es ejecutado a partes iguales por el Organismo Intermedio de la Región de Murcia, por la Dirección General de Fondos Comunitarios (DGFC) y por la Autoridad de Gestión del FSE, como responsables del Plan de Comunicación.

Nº DE SOPORTES PUBLICITARIOS

La ejecución de este indicador prácticamente ha alcanzado la meta para el conjunto del período por lo que se puede considerar exitosa su ejecución, sobre todo teniendo en cuenta la reprogramación al alza que se llevó a cabo para elevar el objetivo de número de soportes publicitarios.

El conjunto de organismos gestores regionales ha ejecutado en torno al 60% del total de este indicador, tanto para el período 2010-2013 en particular como para el conjunto del período 2007-2013 en general. Dentro de estos organismos regionales, destaca especialmente la contribución del Instituto Murciano de Acción Social con un total de 311 soportes publicitarios, 185 de los cuales se han elaborado desde el 1 de abril de 2010. Le siguen en importancia, aunque a cierta distancia, la D.G. de Informática, Telecomunicaciones y Sociedad de la Información, el IMIDA, el INFO y el propio Organismo Intermedio.

En el caso de los gestores de la AGE, procede mencionar al ICEX, sobre todo desde el 1 de abril de 2010 así como el Ayuntamiento de Murcia

Nº DE DOCUMENTACIÓN INTERNA DISTRIBUIDA

En cuanto a las instrucciones emitidas hacia los participantes, esto es, número de Documentación Interna Distribuida, el reparto de la ejecución se ha mantenido constante en 2010-2013 con respecto a los resultados obtenidos en la Evaluación Intermedia. Este reparto recae principalmente en la Dirección General de Fondos Comunitarios, cosa por otro lado lógica, en cuanto a su atribución de funciones como Autoridad de Gestión. No obstante, este es el indicador con menor porcentaje de ejecución con respecto a la meta establecida para 2013 y también es el indicador al que menor número de organismos contribuyen, en coherencia con las responsabilidades de los organismos que participan en el Plan de Comunicación.

A nivel individual, tanto la Dirección General de Política de la Pequeña y Mediana Empresa como el Ayuntamiento de Lorca han realizado un especial esfuerzo en la remisión de instrucciones para el correcto desarrollo y ejecución del Programa Operativo FEDER.

Por último señalar que el esfuerzo económico de los organismos gestores para impulsar el número de documentación interna distribuida no ha sido determinante en el peso de la ejecución financiera de este indicador debido a que este tipo de actuaciones no conllevan un desembolso relevante

sobre todo debido a que se utilizan canales basados en las nuevas tecnologías como el correo electrónico o las páginas web.

Nº DE REDES DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD

Este indicador, con una programación inicial de 5 redes, es ejecutado entre la DGFC, que ha puesto en marcha 3 redes de información y publicidad y la UAFSE y el Organismo Intermedio, poniendo en marcha una red en cada caso.

Indicadores de realización: conclusiones y recomendaciones

- ☐ Si bien el grado de ejecución de los indicadores presenta una media superior de casi el 95% lo que extrapolado a todo el período llevaría a concluir que se finalizaría con un porcentaje de éxito prácticamente del 100%, es conveniente señalar que para ello es necesario llevar a cabo acciones y medidas hasta finales de 2013. Se observa que en los años 2011 y 2012 el ritmo de ejecución de los indicadores se ha reducido de manera considerable, lo que es coherente con la propia ejecución de las actuaciones de los Programas Operativos del FEDER y del FSE y con las restricciones presupuestarias en estos años.
- ☐ Como ya se ha comentado anteriormente, el Nº de Páginas Web y el Nº de Redes de Información y Publicidad han alcanzado los objetivos previstos, no obstante se recomienda seguir aumentando y mejorando los contenidos éstas páginas web en la medida de lo posible sobre todo, de cara al próximo período de programación, lo que permitirá partir de una base sólida para afrontar 2014-2020 con garantías de éxito en materia de información y publicidad.
- ☐ Los indicadores utilizados proporcionan periódicamente información del avance de las medidas, lo que permite realizar un seguimiento en cualquier momento del período de la evaluación. Con esta utilidad que proporciona una herramienta como la aplicación informática, se recomienda contemplar la posibilidad de realizar un seguimiento más continuo del avance en la ejecución de las medidas como sucede con las evaluaciones operativas de forma que permita corregir las desviaciones en la consecución de los objetivos de una forma anticipada, tal y como ha ocurrido en los años 2011 y 2012.
- ☐ Por último, al observar la cuantificación de los indicadores, señalar que el esfuerzo de los gestores ha sido desigual a la hora de implementar las medidas contempladas en el Plan de Comunicación. Por este motivo, ha sido conveniente destacar a lo largo del presente apartado, a aquellos que han tenido una participación activa en las diferentes medidas de información y publicidad puestas en marcha, si bien todos ellos han contribuido en mayor o menor medida a alimentar, al menos, un indicador de comunicación.

Análisis de Indicadores de resultado

En cuanto al porcentaje de ejecución alcanzado por los indicadores de resultado en función de las metas establecidas para cada uno de ellos y a nivel global de todos los organismos, se concluye que:

- Los indicadores de resultado ofrecen porcentajes de ejecución dispares, ya que, aunque en media alcanzan prácticamente el 100% de la ejecución, hay uno de ellos que sobrepasa con creces la meta establecida, otros dos que se sitúan en valores superiores al 90% y los dos últimos no alcanzan este 90%. En todo caso, es previsible que alcancen las metas establecidas para 2013 siempre y cuando se lleven a cabo las acciones y medidas previstas en el Plan de Comunicación y que no haya una relajación por encontrarse el período próximo a su fin.
- Es previsible que tanto el indicador nº 3 (*Nº de puntos de distribución*) con un 97,50% como el nº 4 (*Nº de visitas a páginas web*) cumplan con el objetivo programado.
- En cuanto al número de Asistentes a actividades y actos públicos (indicador 1) y a pesar de la reprogramación al alza, ha superado en casi un 25% el objetivo establecido para todo el período.
- Respecto al Nº de Visitas a las páginas web (indicador 4) se ha incrementado notablemente el ritmo de ejecución desde 2010, en más de un 30% si bien el objetivo todavía no se ha alcanzado con lo que requiere de un último esfuerzo hasta el final del período de programación.
- En cuanto a los indicadores que miden el % Publicaciones distribuidas / editadas y el % de Organismos cubiertos, se sitúan en lo esperado y no se espera incidencia alguna al respecto.

A continuación se evalúa la ejecución de cada indicador por parte de los distintos actores implicados en el Plan de Comunicación:

Nº DE ASISTENTES A ACTIVIDADES Y ACTOS PÚBLICOS

El indicador de resultado que muestra el número de asistentes a actividades y actos públicos ofrece cifras desiguales para los distintos organismos, si bien, en el global ofrece una notable mejora desde el 1 de abril de 2010, más que duplicando los asistentes del período comprendido hasta 31 de marzo de 2010.

En cuanto a la aportación del conjunto de gestores regionales, señalar que alcanzan una ejecución de casi el 95% tanto si se consideran los datos desde 1 de abril de 2010 como para todo el período. Es decir, absorben la práctica totalidad de lo programado para el conjunto de esta indicador.

Entre la aportación de los organismos de la AGE, destaca el incremento del número de asistentes en el periodo 2010-2013 con respecto al 2007-2010 considerado en la Evaluación Intermedia, pasando de un total de 2.749 a 4.733 asistentes.

En el análisis cualitativo de este indicador se observan datos aproximados lo que, en principio, puede ser un mecanismo adecuado para determinado tipo de actos donde no se puede cuantificar el número exacto de asistentes. Se dan por buenos estos datos, pues el equipo evaluador no pudo verificar si el método de cálculo ha sido adecuado.

Por último, se ha procedido a comparar el número de asistentes con respecto al número de actividades y actos públicos llevados a cabo por cada organismo para valorar el esfuerzo de cada cual. Por ejemplo, hay organismos que en pocos actos han conseguido un elevado número de asistentes al contrario que otros que, para conseguir este mismo número de asistentes tienen que organizar muchos más actos.

En general estas diferencias pueden encontrar su explicación en el tipo de actos organizados ya que mientras que algunos de estos actos son de carácter más general destinados a un público heterogéneo o al gran público, otros están destinados a dar a conocer las actuaciones en el entorno o a beneficiarios potenciales en entornos geográficos determinados.

Dicho esto, no se pretende evaluar a unos por encima de otros pues se debe tener en cuenta la capacidad de cada uno, el tipo de acciones que gestiona y el presupuesto con el que cuentan para ello pero si se ha considerado oportuno dejar constancia de este análisis.

(%) PUBLICACIONES DISTRIBUIDAS/EDITADAS

Todos aquellos organismos que han editado alguna publicación, la han distribuido a continuación por lo que el porcentaje de ejecución de este indicador es casi del 100% y, en cualquier caso se ha alcanzado la meta prevista para el conjunto del período.

Nº DE PUNTOS DE DISTRIBUCIÓN

Antes de proceder a la evaluación de este indicador de resultado es preciso aclarar que este indicador cuantifica los puntos a los que se distribuyen las publicaciones por tipo de destinatario y no el número de puntos dentro de cada uno. También se considera como un punto de difusión como otro cualquiera, la difusión electrónica, siempre y cuando se pueda descargar la publicación por Internet, así como el envío directo masivo por correo electrónico. Este indicador es, o debiera ser, muy estable en el tiempo, por lo que no se esperan grandes cambios en cuánto al análisis realizado en la Evaluación Intermedia.

De forma general, el número de puntos de distribución se ha mantenido estable a lo largo de todo el desarrollo del Plan de Comunicación, recayendo el principal peso de la ejecución sobre la Región de Murcia con un 25% del total de puntos de distribución y sobre la Dirección General de Fondos Comunitarios con un 20%.

A continuación se destacan el resto de organismos gestores que, con sus puntos de distribución habituales, han contribuido en similar medida al resultado de este indicador. Los organismos que no se mencionan es porque su contribución ha sido nula o al menos no han cargado el dato del indicador en el momento de la evaluación.

En concreto, los organismos con puntos de distribución estables a lo largo de todo el período de aplicación del Plan de Comunicación son los siguientes.

- Con un punto de distribución: ADIF, ICEX y RED.es
- Con dos puntos de distribución: AENA e INCYDE (este último ha pasado de 4 a 2)
- Con tres puntos de distribución: TURESPAÑA
- Con cuatro puntos de distribución: ACUAMED
- Con cinco puntos de distribución: Consejo Superior de Cámaras y la Mancomunidad de Canales de Taibilla
- Con seis puntos de distribución: la Dirección General de Coordinación de Competencias con las Comunidades Autónomas y las Entidades Locales
- Con siete puntos de distribución: la Unidad Administradora del Fondo Social Europeo
- Con diez puntos de distribución: Puertos del Estado

Nº DE PÁGINAS WEB (PROMEDIO ANUAL DE VISITAS)

Este indicador sólo contempla la ejecución de la Dirección General de Fondos Comunitarios y de la Consejería de Economía y Hacienda.

Indicadores de resultado: conclusiones y recomendaciones

- ☐ Los indicadores de resultado muestran, tanto en media como en el total, niveles de ejecución más bajos que los indicadores de realización, ya que, por su propia definición, es lógico que lleven ritmos de ejecución más lentos que los indicadores de realización, pues el resultado se mide a medio y largo plazo, mientras que la realización se mide casi de modo inmediato a la celebración de la acción.

En cuanto a la información desagregada por organismo beneficiario, en general, los resultados obtenidos son los esperados, teniendo en cuenta la programación del Plan de Comunicación en el sentido de las competencias de cada organismo, así como la definición de los indicadores. Además, hay una relación coherente entre los resultados obtenidos en ambos tipos de indicadores por organismo analizado.

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

Los Informes Anuales de Ejecución correspondientes a los Programas Operativos del FEDER y FSE 2007-2013 de la Región de Murcia emitidos hasta la fecha, contienen un apartado específico sobre *información y publicidad* en el que se recogen las acciones en materia de comunicación llevadas a cabo en cada anualidad, así como los avances en la ejecución de los indicadores del Plan en relación con las metas establecidas ad hoc y los ejemplos de buenas prácticas.

En los informes anuales de ejecución de 2007 y 2008 no se contaba con la aplicación informática para volcar el contenido de los indicadores, por lo que a partir del informe de 2009 y una vez disponible la herramienta, se incluyeron las actividades llevadas a cabo en materia de información y publicidad con carácter retroactivo.

Analizando este capítulo en los seis informes anuales de forma cronológica se observa una mejora progresiva en cada uno de ellos y se valora positivamente el esfuerzo, sobre todo teniendo en cuenta que el informe de 2007 no estaba ni siquiera aprobado el Plan de Comunicación. Se observa que a pesar de esto, ya existía una concienciación de transmitir el importante papel que desempeña la Comisión Europea en este período de programación como estaba reflejado en el Reglamento (CE) 1828/2006.

Ya en el Informe de 2008 cambiaba el contexto, pues quedaba reflejada la aprobación del Plan de Comunicación objeto de esta evaluación.

La inclusión de este capítulo también permite valorar la evolución de todas y cada una de las medidas puestas en marcha, así como conocer el grado de ejecución de las mismas y el porcentaje que, con respecto al objetivo, se lleva alcanzado.

Por otro lado, este capítulo proporciona una visión global de la estrategia del Plan de Comunicación desde su aprobación así como un resumen de las acciones llevadas a cabo y quedando así vinculado al informe en su conjunto de forma que las medidas de Información y Publicidad no se consideren un hecho aislado del resto del desarrollo de los Programas Operativos, lo que refuerza la pertinencia de la estrategia del Plan de Comunicación.

Por último, el equipo evaluador también destaca la inclusión en este capítulo de un apartado de ejemplos de buenas prácticas que ponen en valor las actuaciones destacadas en materia de información y publicidad y sirven de referencia para futuras medidas que haya que llevar a cabo así como la inclusión de ejemplos de buenas prácticas de actuaciones cofinanciadas en el caso del Programa Operativo FEDER que a su vez, también son buenas prácticas de comunicación.

4.3. 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, a continuación se analizan una serie de aspectos clave referidos a la calidad de la ejecución de las medidas:

- ▣ **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.**

En el actual periodo de programación, el énfasis que se ha puesto en la información y publicidad de las actuaciones cofinanciadas ha dado lugar a la elaboración y distribución de instrucciones, manuales, documentación, etc. sobre dichos aspectos, por parte de los organismos responsables del Plan.

En este sentido, las redes de información y publicidad constituidas en el actual periodo de programación (GERIP y GRECO-AGE) han contribuido a la correcta gestión y ejecución de las actuaciones en materia de gestión, seguimiento, control, evaluación e información y publicidad, pues en el ámbito de la celebración de las reuniones de estas redes, se han emitido instrucciones a seguir por parte de los distintos órganos.

En el caso de la Dirección General de Presupuestos y Fondos Europeos, organismo intermedio responsable del Plan de Comunicación de la Región de Murcia, cabe señalar la elaboración del *Manual Práctico sobre información y publicidad de las actividades de los Fondos Europeos*.

Este documento no solo trata de clarificar y dar cumplimiento a la normativa comunitaria en la materia sino que, además, pretende facilitar su comprensión y aplicación conforme a unos criterios comunes y uniformes, dando a conocer a todos los implicados (de una forma más amplia y detallada) los instrumentos cuya aplicación garantiza una mayor notoriedad y transparencia de la actuación de la Unión Europea en relación con la Política de Cohesión.

Así mismo, la ORDEN HAC/328/2011 de 28 de marzo por la que se dictan instrucciones dirigidas a garantizar la gestión correcta y eficaz de los Fondos Europeos, establece en su apartado 5, las instrucciones que los gestores tienen que seguir para cumplir adecuadamente normas de I+P, y las soluciones que se deben adoptar en caso de se hayan detectado deficiencias en esta materia.

Estas actividades han redundado en la mejora del cumplimiento de las obligaciones en materia de publicidad, ya que en periodos anteriores el referente principal era el Reglamento, cuya

interpretación generaba muchas dudas a la hora de aplicar las medidas. En la actualidad, las instrucciones, manuales, reuniones, etc. sobre información y publicidad han contribuido positivamente al cumplimiento de la normativa, y ello se ha traducido en una mayor difusión de las actuaciones cofinanciadas por la UE.

☐ ***Calidad de los procedimientos establecidos.***

Se observa un alto grado de calidad en los procedimientos establecidos para la gestión, seguimiento y evaluación del Plan, en la medida en que los mismos cumplen eficazmente las funciones por las que fueron concebidos, en especial:

- Garantizar el cumplimiento de la normativa comunitaria en materia de información y publicidad por parte de todos los agentes que intervienen en la ejecución de las actuaciones de los POs.
- Velar por que la ejecución de las acciones de información y publicidad se efectúen de conformidad con lo dispuesto en el Plan de Comunicación.
- Garantizar la fiabilidad del sistema de seguimiento, de tal manera que el mismo suministre información suficiente para evaluar la realización, los resultados e impactos derivados de la puesta en marcha del Plan.
- Responder a las prioridades estratégicas comunitarias en materia de comunicación, recogidas a su vez en el Plan de Comunicación.

☐ ***Asignación y adecuación de los recursos destinados a los aspectos de comunicación.***

Como se ha señalado anteriormente, el gasto ejecutado en las acciones de comunicación a 10 de septiembre de 2013 alcanza prácticamente el 100% de lo previsto para todo el periodo, por lo que cabe inferir que el presupuesto asignado al Plan ha sido estimado correctamente con respecto al gasto real que supone ejecutar las acciones contempladas en el Plan.

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

En el periodo de programación 2007-2013, las Autoridades de Gestión de los Programas Operativos han puesto a disposición de los OI una aplicación informática ad hoc para efectuar el seguimiento de la ejecución de los Planes de Comunicación. Dicha aplicación, alojada en la página web de la DGFC del Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas¹⁰, es la plataforma donde los Organismos Intermedios vuelcan los indicadores de realización y resultados correspondientes a las acciones de comunicación que van ejecutando en el marco del PO correspondiente.

¹⁰ <http://www.dgfc.sggp.meh.es/sitios/DGFC/es-ES/Paginas/inicio.aspx>
<http://www.empleo.gob.es/uafse/es/comunicando/index.html>

La puesta en marcha de esta aplicación se considera muy útil para realizar el seguimiento del Plan y constituye un gran avance en lo que se refiere a la introducción de las nuevas tecnologías para la mejora de la gestión, ejecución y seguimiento de las actuaciones cofinanciadas, ya que permite valorar en tiempo real en qué estado se encuentra la ejecución del Plan.

Además de esta aplicación, la AG y los OI del Programa disponen de páginas webs donde se pone a disposición de los organismos gestores, beneficiarios, y público en general, toda la información referida al PO y su ejecución, lo cual resulta realmente práctico y útil para la ejecución y seguimiento del mismo.

Así mismo, se ha incluido desde 2009 una base de datos con las buenas prácticas de comunicación y de proyectos cofinanciados, con una ficha completa que contiene la descripción de cada una de las buenas prácticas incluyendo la justificación del cumplimiento de los diferentes criterios acompañada de fotos de dichas actuaciones.

Finalmente, el intercambio de datos electrónicos entre los agentes que intervienen en la ejecución y, estos a su vez, con la Comisión, coadyuva a la eficiencia en la gestión de los POs.

☐ ***Análisis de la estructura y funcionamiento del GERIP, GRECO-AGE y resto de redes regionales (GRADIMUR).***

Las redes de información y publicidad constituidas en el actual periodo de programación, principalmente GERIP y GRECO-AGE, han contribuido de manera directa a la correcta ejecución, gestión y seguimiento del Plan de Comunicación y, de manera indirecta, a la materialización de las prioridades estratégicas comunitarias en materia de comunicación.

Con respecto a la estructura de estas Redes, cabe señalar que se adecuan a los fines que persiguen ya que están formadas por las Autoridades de Gestión y los OI responsables de los planes de comunicación, y su funcionamiento es ágil, flexible, proactivo, anticipándose (en la medida de lo posible) a las necesidades de los OI responsables de los planes.

Asimismo, destaca el papel de estas redes como pilares centrales de la publicidad y comunicación de los POs en España; constituyen el foro principal donde se estudian y consensuan, por ejemplo, los aspectos más ambiguos que se desprenden de la normativa comunitaria sobre información y publicidad, cuestión de gran relevancia para que dicha normativa pueda interpretarse de forma homogénea por los responsables de los planes y, estos a su vez, pueda transmitirlo al resto de gestores y beneficiarios/as. De esta forma se garantiza que el conjunto de agentes que intervienen en la ejecución del Plan siguen los mismos criterios a la hora de ejecutar las acciones de comunicación y, además, se garantiza la coordinación entre dichos agentes durante el periodo de ejecución del Plan.

En este sentido cabe resaltar la utilidad de dichas redes, en opinión de los responsables del Plan de Comunicación consultados.

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

Tal como se ha indicado anteriormente, el actual periodo de programación se caracteriza por la buena coordinación, la fluidez en la comunicación y el apoyo inmediato de los organismos responsables del Plan de Comunicación en los aspectos referidos a la comunicación y publicidad.

Además de las Redes de Información y Publicidad ya mencionadas, existen otros foros que sirven de apoyo a la ejecución, seguimiento y evaluación de los Planes de Comunicación, así como a la coordinación de las actuaciones relacionadas con esta materia:

- *Comités de Seguimiento*, de carácter anual, donde se examina el avance de la ejecución del Plan de Comunicación, se exponen los problemas o dificultades derivadas de la ejecución de las actuaciones, y se intercambian experiencias y buenas prácticas entre los diferentes organismos que participan en la ejecución del Plan.
- *Comité Consultivo de Seguimiento Estratégico y Evaluación*, que sirve de plataforma común para el intercambio de ideas y experiencias en materia de evaluación y para reforzar la función de esta última durante el periodo de programación en curso.
- *Redes INFORM e INIO de la Comisión Europea*, vinculadas al FEDER y Fondo de Cohesión la primera, y al FSE la segunda, constituyen el referente comunitario en materia de información y publicidad de los POs puestos en marcha en las diferentes regiones de la Unión Europea.

El objetivo de estas redes es reunir a los responsables de comunicación de los POs de los 27 Estados miembros para consensuar entre todos ellos la estrategia a seguir en materia de comunicación, compartir buenas prácticas, intercambiar experiencias y, en general, llevar a cabo aquellas actividades que redundan en mejorar la forma de comunicar más y mejor la Política de Cohesión de la Unión Europea

Repercusión de los sistemas de seguimiento en la calidad de la ejecución de las medidas: conclusiones y recomendaciones

- ▣ Los canales por los que transcurre la información son fluidos, incluso más que en la Evaluación Intermedia debido, sobre todo, a que el actual período de programación se encuentra en una fase de madurez, que permite que los procedimientos de transmisión de la información estén asentados, y la coordinación para la ejecución de las medidas del Plan sea elevada y de un alto grado de calidad.
- ▣ Se recomienda un análisis de estos procedimientos y canales de transmisión de la información para asegurar su validez en el nuevo período de programación y para que perduren al margen de la posibilidad de que las personas responsables de los mismos pueda ser distintas a las actuales.

- En cuanto a las instrucciones a los órganos encargados de la gestión y ejecución de las actuaciones en materia de gestión, seguimiento, control, evaluación e información y publicidad, así como a la celebración de cursos, jornadas y seminarios, se recomienda continuar en la misma línea en el próximo período teniendo en cuenta el óptimo resultado que se ha conseguido con las mismas. En este sentido, se recomienda renovar los contenidos de las primeras ediciones de los cursos ante la posibilidad de encontrarse con nuevos organismos gestores así como adaptarlos a la nueva normativa que se publique en materia de información y publicidad.

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

En la Evaluación Intermedia de 2010 se valoraba sin en los procesos de verificación y control se habían tenido en cuenta las obligaciones en materia de comunicación, concretamente, si el cumplimiento de dichas obligaciones se habían integrado en los listados de comprobación de control del artículo 13 del Reglamento (CE) N° 1828/2006.

La conclusión que se extrajo de dicho análisis es que en dichos controles sí se había tenido en cuenta la normativa comunitaria en materia de información y publicidad, procediéndose a la verificación de dichos aspectos a través de listados de comprobación empleados ad hoc.

Teniendo en cuenta lo anterior, en la presente evaluación corresponde la detección de posibles incidencias en los resultados obtenidos al aplicar dicho proceso de verificación. Para ello, y ante la imposibilidad de evaluar todas las operaciones y organismos, se ha determinado la utilización de un método de muestreo aleatorio, tanto para la selección de organismos como para la selección de operaciones que componen la muestra objeto de análisis.

Este método utilizado consigue una muestra representativa de organismos y operaciones ya que se seleccionan al menos un 30% de organismos participantes en los Programas Operativos FEDER y FSE de la Región de Murcia con la condición de que cada uno de los Ejes de los Programas esté representado por, al menos, un organismo y que serán al menos dos organismos cuando en dicho eje participen tanto organismos regionales como organismos de la Administración General del Estado, esto último sólo en el caso del PO FEDER. Una vez seleccionados los organismos de forma aleatoria, se toma la muestra de sus operaciones y se extrae una de dichas operaciones al azar con el objeto de revisar el informe de verificación de dicha operación y extraer las conclusiones oportunas al respecto, tanto a nivel de organismo como a nivel agregado de los Programas.

Una vez aplicado el método anterior, se procede al análisis de la muestra seleccionada tanto del FEDER como del FSE en lo que se refiere al contenido de los informes de verificación y así poder extraer las conclusiones oportunas.

El **análisis de la muestra seleccionada de FEDER** indica que, de forma general, se consideran cumplidos los artículos 7 a 9 del Reglamento (CE) 1828/2006, de 8 de diciembre, al figurar los carteles de obra informativos cuando procede, el emblema de la Unión Europea y la referencia a la cofinanciación del Fondo Europeo de Desarrollo Regional, así como el logo “Europa impulsa nuestro crecimiento”, si se trata de actuaciones de la AGE o el logo y lema “crecemos con Europa” si son actuaciones de organismos regionales.

Así mismo, se verifica la existencia de procedimientos que garantizan el cumplimiento del Plan de Comunicación del PO FEDER 2007-2013 y se comprueba que se lleva a cabo la custodia y

archivo de material informativo y publicitario empleado dentro de las actuaciones diseñadas en el Plan de Comunicación siguiendo el procedimiento correspondiente.

También se cumplen los requisitos de información y publicidad por parte de los departamentos y unidades gestoras de operaciones de ayuda y convocatorias, informando adecuadamente a los posibles beneficiarios de las mismas y garantizando la publicación electrónica de las listas de beneficiarios.

Por último, se han incluido los logotipos en su ubicación correspondiente con indicación de la cofinanciación comunitaria del FEDER y el lema "Una manera de hacer Europa" si se trata de actuaciones de la AGE o el logo y lema "crecemos con Europa" si son actuaciones de organismos regionales.

En cuanto al análisis de la muestra seleccionada de FSE y, en lo que se refiere a información y publicidad, se considera que se han cumplido con las medidas que, en esta materia, establecen los artículos 7, 8 y 9 del Reglamento (CE) 1828/2006 de la Comisión mencionando la cofinanciación del Fondo Social Europeo, así como incluyendo el emblema y el lema correspondiente además de referencia expresa a que los beneficiarios van a aparecer en una lista pública.

También se ha llevado a cabo la colocación de los carteles mediante los cuales se informa de la cofinanciación por el FSE de las acciones formativas que se imparten en el Programa.

Conclusiones y recomendaciones del proceso de verificación previa con relación a los aspectos de información y publicidad

En la Evaluación Intermedia se concluyó, a través de la verificación de los listados de comprobación empelados ad hoc, que en los controles referidos al artículo 13 llevados a cabo se tenía en cuenta la normativa comunitaria en materia de información y publicidad. Con la presente evaluación se pretende analizar y valorar si ha habido incidencias en el proceso de verificación. Las conclusiones que se extraen son las siguientes:

- ☐ El número de incidencias detectadas es totalmente residual para el caso del FEDER, mientras que en las operaciones analizadas que han sido seleccionadas en el FSE no se ha encontrado incidencia alguna.
- ☐ Por otra parte, la tipología de estas incidencias tiene carácter de recomendación por lo que no supone ningún tipo de minoración en los importes elegibles.
- ☐ En conclusión, se valora satisfactoriamente los resultados obtenidos en el análisis del proceso de verificación.

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

En este epígrafe se trata de analizar la incorporación del principio de igualdad de oportunidades tanto en el Plan de Comunicación de los Programas Operativos del FSE y del FEDER de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, como en las distintas medidas que efectivamente se hayan llevado a cabo para dar cumplimiento a la obligación de información y publicidad durante el periodo objeto de evaluación.

Este análisis se ha dividido fundamentalmente en dos apartados, el primero de ellos se refiere a los organismos que han destacado en cuanto a su aportación a la integración del principio de igualdad de oportunidades y, el segundo trata de analizar las actuaciones concretas llevadas a cabo en esta materia en consonancia con las medidas de información y publicidad y su inclusión en el Plan de Comunicación.

▣ Aportación de los distintos organismos implicados en el Plan de Comunicación

En primer lugar, señalar la importante contribución que, para la correcta incorporación de este principio, han tenido los Organismos de Igualdad, tanto a nivel de la Comunidad Autónoma con su respectivo Organismo de Igualdad como a nivel nacional con el Instituto de la Mujer.

- En lo que respecta al Instituto de la Mujer destacar, entre otras actividades:
 - La elaboración de una Guía de comunicación con perspectiva de género en las actuaciones cofinanciadas por los Fondos Estructurales. Esta guía está dirigida tanto a organismos gestores como a organismos intermedios y contiene múltiples consejos y ejemplos prácticos sobre cómo llevar a cabo una comunicación eficiente e igualitaria en las actuaciones cofinanciadas.
 - La puesta en marcha de la **Red de Políticas de Igualdad entre Mujeres y Hombres para la aplicación real y efectiva de la transversalidad de género**, con la participación activa del Organismo Intermedio de la Región de Murcia en las actividades llevada a cabo en el marco de la misma, lo que ha contribuido a incrementar, tanto en calidad como en cantidad, la consideración de este principio en las actuaciones cofinanciadas en general como, de las actividades de información y publicidad en particular.
- En cuanto a las actuaciones llevadas a cabo a nivel regional, destacan aquellas impulsadas por la Dirección General de Asuntos Sociales, Igualdad e Inmigración, como son:
 - Apoyo a la creación de viveros de empresas creadas por mujeres. Con esta actuación se trata de dinamizar la actividad empresarial femenina, mediante la creación de

equipamientos que proporcionen formación, asesoramiento fiscal, financiero, de gestión y de marketing, para aquellas mujeres que deseen desarrollar un proyecto empresarial.

- Concesión de ayudas a Entidades Locales, Empresas y Entidades sin fines de lucro, para la construcción, remodelación y equipamiento de nuevas plazas para niños y niñas de 0 a 3 años en Centros y Puntos de Atención a la Infancia. Todo ello en el marco de las políticas de apoyo a las familias murcianas, favoreciendo la conciliación de la vida laboral y familiar, así como la incorporación de la mujer al mercado de trabajo.
- Por último, a estas actuaciones hay que añadir también como destacado, el proyecto de iniciativa urbana del Ayuntamiento de Lorca, siendo uno de sus objetivos principales el Fomento de la integración social y la igualdad de oportunidades.

▣ **Medidas de información y publicidad y su inclusión en el Plan de Comunicación**

Tal y como se ha dicho antes, se ha llevado a cabo un análisis de las actuaciones concretas que se han realizado para cumplir con los objetivos y obligaciones de información y publicidad. El objetivo es comprobar el grado de adecuación de las medidas de publicidad a los principios de igualdad de oportunidades. A continuación se presentan las principales conclusiones:

- En cuanto a las actividades y actos públicos, destaca el desarrollo de las jornadas Temáticas Anuales centradas en las prioridades horizontales de los Programas Operativos dirigidas a un público amplio (gestores, profesionales de diversos ámbitos, agentes sociales, etc.) con el fin de estudiar valorar la integración en los Pos y la contribución de los Fondos Estructurales al avance en relación con la Igualdad de Oportunidades entre Hombres y Mujeres.
- Como acciones de difusión destaca especialmente los anuncios en prensa sobre cursos formativos orientados a mujeres empresarias y profesionales así como a mujeres del medio rural además de la difusión acerca del Vivero de Empresas para Mujeres.
- Del mismo modo, entre las publicaciones externas, se destacan los folletos y dípticos dedicados a los Programas de Integración Sociolaboral para Mujeres en riesgo de exclusión así como aquellos dedicados a informar sobre los Centros Locales de Empleo para mujeres.

Conclusiones y Recomendaciones

- ▣ En general, la aportación tanto de la Dirección General de Asuntos Sociales, Igualdad e Inmigración como de la Red de Políticas de Igualdad ha hecho que la evaluación del Principio de Igualdad de Oportunidades obtenga unos resultados muy satisfactorios y así, en líneas generales, las actuaciones de información y publicidad tienen en cuenta el

principio de igualdad de oportunidades ya que se constata un esfuerzo por representar la figura de la mujer en las acciones de difusión de los Programas Operativos.

- ☐ Cabe concluir que las actuaciones de información y publicidad han cumplido satisfactoriamente con los objetivos de incorporación del principio de igualdad de oportunidades, ya que se ha realizado un esfuerzo importante por visibilizar los logros y actuaciones que reducen las disparidades y desigualdades entre mujeres y hombres.

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

A través de los indicadores de impacto ya definidos, se extraen los logros y desafíos que las actividades en materia de información y publicidad han generado. Estos se obtienen del análisis de las respuestas obtenidas en las entrevistas realizadas a los Órganos Gestores y/o Beneficiarios siguiendo el cuestionario facilitado en el anexo 4 de la Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de los Programas Operativos del FEDER, Fondo de Cohesión y FSE 2007-2013.

Los indicadores de impacto definidos son 5 y su procedimiento de cálculo y resultado obtenido se describe a continuación:

1. **Grado de conocimiento de las obligaciones existentes en la programación, gestión, seguimiento, control, evaluación e información y publicidad.** La medida de este indicador resulta del análisis de las respuestas en las citadas entrevistas a las preguntas referidas a lo que se define en el indicador, es decir, preguntas acerca del conocimiento de las obligaciones existentes en materia de programación, gestión, seguimiento y control. De este análisis, el porcentaje obtenido se sitúa en un **91%**, valor muy similar al 94,9% obtenido en 2010.
2. **Tasa de satisfacción, que indica la valoración de los beneficiarios/Organismos Intermedios y/o gestores o partícipes respecto a la información facilitada.** Esta tasa tiene en cuenta las valoraciones hechas con respecto a la adecuada duración y el número de participantes de la sesión o evento, así como si dicha sesión satisface las expectativas de los participantes. El resultado que se obtiene es de un **83%**, superando de forma notable la tasa obtenida en 2010 (78,70%).
3. **Tasa de utilidad de las actuaciones.** Esta tasa mide las valoraciones de las personas entrevistadas en cuanto a:
 - Si la información presentada ha servido para adecuar y/o actualizar sus conocimientos sobre los Fondos y/o su aplicación.
 - Si los contenidos presentados son de utilidad práctica
 - Si la sesión o evento es una herramienta adecuada para informar/formar sobre los Fondos

El porcentaje resultante de este análisis es de un **81%**.

4. **Grado de conocimiento de los distintos Fondos Estructurales y del Fondo de Cohesión.** El **62,07%** de la población afirma haber oído hablar del Fondo Europeo de Desarrollo Regional al 47% obtenido en 2010. En el caso del Fondo Social Europeo el porcentaje es del 74,15% (46,80% en 2010) y, por último, las respuestas positivas para el Fondo de Cohesión suponen el 56,99%.

A continuación se procede a desagregar estos resultados por sexo y edad para cada uno de los Fondos acompañado de un análisis comparativo de los mismos:

- ✓ Los hombres afirman en un 69,23% de los casos haber oído hablar del Fondo Europeo de Desarrollo Regional, mientras que en el caso de las mujeres este porcentaje es notablemente inferior (54,96%). Esta diferencia porcentual entre ambos sexos se ve ampliada para el caso del Fondo de Cohesión (hombres, 67,78% y mujeres, 46,28%) mientras que en el caso del FSE las mujeres con un 76,64% superan ligeramente a los hombres con un 75,08%.
- ✓ En cuanto a la desagregación por edades, el porcentaje más elevado se sitúa en el tramo comprendido entre los 55 a los 74 años (75,68%) para el FEDER, mientras que tanto para el FSE como para el Fondo de Cohesión, la mayor frecuencia de respuestas positivas se sitúa entre los 25 y los 54 años. Con un resultado similar (80,54%) se sitúa el grado de conocimiento de los Fondos Estructurales en el tramo de los 25 a los 54 años.

5. Grado de conocimiento del papel desempeñado por la Unión Europea. El **82,38%** de la población afirma conocer que la Región de Murcia recibe dinero de la Unión Europea para contribuir a su progreso económico y social, aumentando un 20% con respecto al porcentaje de respuestas afirmativas a esta cuestión que se obtuvo en la encuesta realizada en 2010.

Al igual que en el indicador anterior, se procede a desagregar los resultados por sexo y edad:

- ✓ Las mujeres afirman en el 82,02% de los casos, saber que su Comunidad Autónoma recibe dinero de la Unión Europea para contribuir a su progreso económico y social, porcentaje que es prácticamente igual en el caso de los hombres (82,74%).
- ✓ En cuanto a la desagregación por edades, el porcentaje más elevado se sitúa en el tramo comprendido entre los 55 a los 74 años (87,20%). Con un resultado muy cercano (83,58%) se sitúa el grado de conocimiento de los Fondos Estructurales en el tramo de los 25 a los 54 años. Más alejados de estos resultados, se encuentran los obtenidos para el tramo de los 15 a los 24 años (77,20%) y en último lugar, con un 69,22% para el tramo de los mayores de 75 años.

Indicadores de impacto: conclusiones y recomendaciones

- En cuanto al **grado de conocimiento** de las obligaciones existentes en la programación, gestión, seguimiento, control evaluación e información y publicidad y como se ha reflejado anteriormente, se ha obtenido un porcentaje del 92%, resultado que se puede evaluar como muy satisfactorio, sobre todo por mantenerse estable con respecto a los resultados obtenidos en la Evaluación Intermedia. Esto refleja un esfuerzo en que los organismo

gestores conozcan las obligaciones existentes así como que todos los conceptos está perfectamente asentados, lo que es lógico por otra parte, dada la fase tan avanzada en la que se encuentra el actual período de programación.

El análisis de las respuestas a las entrevistas realizadas a los Órganos Gestores y/o Beneficiarios permite identificar que uno de los factores que contribuyen a disminuir la media obtenida es el cambio o sustitución en alguno de los organismos gestores de las personas responsables de la puesta en práctica de las medidas comunicación relacionadas con los Fondos Europeos.

- ☐ El resultado obtenido del 83% a la hora de calcular la **tasa de satisfacción** respecto a la información facilitada es bastante positivo, y tal y como se esperaba en la Evaluación Intermedia, esta tasa se ha incrementado en casi 5 puntos porcentuales, cumpliendo así con las recomendaciones realizadas en dicha evaluación.

Esta mejora en el resultado se interpreta que es debida a las medidas puestas en marcha con relación a los cuestionarios de satisfacción/evaluación que se efectúan una vez terminadas las sesiones formativas en los cursos anuales de Fondos Estructurales que se imparten a los organismos gestores. Se considera que se han tenido en cuenta estas opiniones emitidas para la mejora de la calidad de formación en cuanto a aspectos como la adecuación de la duración de la sesión o número de participantes.

- ☐ En cuanto a la **tasa de utilidad** de las actuaciones, en lo que se refiere a si la información presentada ha servido para adecuar y/o actualizar sus conocimientos sobre los Fondos y/o su aplicación, si los contenidos presentados son de utilidad práctica y, por último, si la sesión o evento es una herramienta adecuada para informar/formar sobre los Fondos. El resultado obtenido, como se ha dicho anteriormente, ha sido una tasa de utilidad del 81%.

Comparando este resultado con el obtenido en la tasa de satisfacción, se observa que ésta ha descendido en 6 puntos porcentuales, lo que permite concluir que, por una parte, los organismos gestores y/o beneficiarios valoran muy positivamente la utilidad de las reuniones, jornadas o sesiones formativas tanto en lo que se refiere a los procedimientos de gestión, control, evaluación y/o comunicación de los Fondos Europeos así como lo relacionado con los requisitos de comunicación en el nuevo periodo de programación, pero no quedan proporcionalmente satisfechos con lo que esperan dado el avance en la ejecución de los Programas Operativos.

- ☐ En lo que se refiere el indicador de impacto que mide el **grado de conocimiento de los distintos Fondos Estructurales y Fondo de Cohesión** por parte de la ciudadanía y cuyo resultado obtenido es del 64,40%, si se analizan los resultados obtenidos desagregados por sexo y edad, se concluye que:

- ✓ El grado de conocimiento de FEDER, FSE y Fondo de Cohesión no es muy elevado, con una media de un 64,40 % si se consideran los tres fondos, siendo del 71,10% para el caso de los hombres y del 58,95% para las mujeres.
- ✓ Diferenciando por edades, el tramo que presenta una frecuencia de respuestas positivas más elevada varía según el tipo de fondo:
 - En el caso del FEDER, este porcentaje aumenta a medida que aumenta la edad de la persona entrevistada hasta los 74 años, para disminuir en las personas mayores de 75.
 - En el FSE, el tramo de 25 a 54 años presenta el porcentaje de respuestas positivas más alto con un 79,08%, seguido muy de cerca por el tramo de los 15 a los 24 años (72,75%) y del tramo de los 25 a los 54 años con un 72,34%. En último lugar se sitúan las personas mayores de 75 años que si bien alcanza un valor notable con un 69,18%.
 - Por último, el Fondo de Cohesión ofrece los porcentajes más bajos de respuestas positivas en todos y cada uno de los tramos, sobre todo en el de los más jóvenes, que apenas alcanza un 35%.
- ✓ Si se analizan los resultados desagregados por sexo, los resultados son los siguientes:
 - En el FEDER los hombres presentan mayor conocimiento que las mujeres en todos los tramos de edad excepto en el de las personas mayores de 75 años.
 - Con respecto al conocimiento del FSE, las mujeres presentan mejores porcentajes hasta los 54 años, invirtiéndose la tendencia a partir de los 55 años, donde los hombres superan a las mujeres en el porcentaje obtenido de respuestas. Si bien, en todos los tramos son muy similares las respuestas entre hombres y mujeres.
 - En último lugar, señalar que al analizar los resultados para el Fondo de Cohesión, se observa que los hombres superan a las mujeres en todos los tramos de edad analizados, además, con una diferencia realmente significativa.
- ☐ En el caso del último indicador de impacto que mide el **grado de conocimiento del papel desempeñado por la Unión Europea**, resaltar que los resultados obtenidos suponen que más de 8 de cada 10 personas dicen saber que la Región de Murcia recibe dinero de la Unión Europea para contribuir a su progreso económico y social, lo que supone un porcentaje muy elevado de la población. Estos porcentajes se pueden relacionar con los obtenidos acerca de la valoración del papel jugado por los Fondos Europeos en el desarrollo de la Región. En este

sentido, un 60% de las personas encuestadas valora este papel entre positivamente, muy beneficioso y absolutamente crucial.

Por otro lado, contrasta con el grado de conocimiento de los distintos tipos de proyectos, lo que no deja de ser una cierta contradicción, es decir, que sólo el 35% de la población conoce algún tipo de proyecto, pero en cambio valora muy positivamente el papel desempeñado por la Unión Europea para el desarrollo de la Región.

- ☐ Por último, y a modo de valoración general, los resultados obtenidos con estos indicadores son considerablemente elevados, algo muy positivo de cara a la Evaluación pero que, a su vez, supone un reto a superar en el próximo período de programación.

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

A lo largo del presente informe de evaluación se han ido introduciendo en cada uno de sus epígrafes distintas conclusiones y recomendaciones con referencia al próximo período de programación 2014-2020 con el objeto de servir para mejorar la futura Estrategia de Comunicación de los Fondos Estructurales, pues uno de los objetivos principales de esta Evaluación Final es precisamente el de contribuir a la adecuación y mejora de las medidas de información y publicidad de cara a la futura programación.

Una vez realizado el análisis de los avances en los distintos ámbitos con respecto a la evaluación intermedia de 2010, se plantean una serie de conclusiones y recomendaciones.

Conclusiones

Tras el análisis del seguimiento y aplicación de las recomendaciones realizadas en la Evaluación Intermedia 2010 se concluye que:

- ❑ Se ha hecho un esfuerzo considerable por tener en cuenta todas y cada una de ellas, considerando que a lo largo de estos años se ha ido consolidando la conciencia y responsabilidad sobre la necesidad de comunicar la aportación de los Fondos Europeos al desarrollo de las regiones.
- ❑ Se han establecido y mejorado a lo largo del periodo diversos instrumentos para el seguimiento y evaluación de las actividades de comunicación (Guía de Evaluación, definición de indicadores, INFOCO,...).
- ❑ Las redes de referencia del Plan de Comunicación, tanto INFORM, como INIO, GERIP, GRECO-AGE y GRADIMUR han resultado fundamentales para conseguir coordinar las distintas actuaciones y estrategias a llevar a cabo por parte de todos los agentes implicados en el Plan de Comunicación. Las reuniones que se han llevado en el marco de estas redes, han resultado ser un foro imprescindible para el intercambio de opiniones y experiencias que han permitido asentar todos aquellos aspectos relacionados con la información y publicidad.
- ❑ Los grupos de discusión desarrollados en el proceso evaluativo han ofrecido una información cualitativa relevante acerca de varios de los temas planteados como, por ejemplo, la estrategia, objetivos, mensajes, canales, instrumentos, recursos, gestión, actores, implicación y beneficio para los ciudadanos de las medidas de información y publicidad enmarcadas en el Plan de Comunicación, lo que ha permitido al equipo evaluador recopilar una serie de ideas y aportaciones relevantes de cara al futuro período de programación.

- ☐ Se ha producido una mejora considerable del grado de conocimiento de las obligaciones por parte de todos los organismos intervinientes en el Plan de Comunicación gracias al esfuerzo que se ha hecho por transmitir la importancia que tiene la aplicación de las medidas de información y publicidad.
- ☐ La aplicación informática INFOCO se considera muy útil para medir las realizaciones y resultados de los indicadores de comunicación.
- ☐ Creemos que se ha avanzado bastante a lo largo del periodo en la definición y en la metodología para la recogida y volcado de los indicadores; pero que sería necesario seguir trabando de manera conjunta en este ámbito con el fin de que los mismos reflejen aún mejor que en estos momentos la realidad y calidad de las actuaciones desarrolladas.
- ☐ Se han incorporado y consolidado plenamente a los sistemas de gestión y control, el cumplimiento de las obligaciones de comunicación de autoridades, gestores y beneficiarios con la inclusión de los aspectos relacionados con la información y publicidad y el cumplimiento de los requisitos reglamentarios al respecto así como de las directrices que se marcaban en el Plan de Comunicación. Por lo tanto, y a pesar del incremento de las obligaciones y responsabilidades en materia de comunicación en el actual periodo de programación, la mejora de la calidad de los procedimientos establecidos han logrado afrontar las nuevas responsabilidades con un alto grado de eficacia.
- ☐ Con respecto a las Buenas Prácticas, destaca el esfuerzo realizado por conseguir la inclusión de Buenas Prácticas de actuaciones cofinanciadas contribuyendo a mostrar el valor añadido de los programas operativos. Para ello se ha creado una base de datos de Buenas Prácticas de actuaciones de comunicación y proyectos, lo que supone una aportación importante para la transferencia y aplicación de las mismas en otros ámbitos y gestores. Creemos no obstante que se debe seguir mejorando en la presentación de las mismas, ya que en nuestra opinión en muchas ocasiones la información recogida no refleja en toda su extensión y profundidad la bondad y merito de los proyectos y actuaciones recogidos como Buenas Prácticas.
- ☐ Finalmente, se ha observado que existen diferencias importantes en cuanto a la implicación de los gestores y beneficiarios en el cumplimiento de las obligaciones de comunicación, existiendo importantes diferencias en cuanto a la diversidad de instrumentos y medios utilizados y el público al que dirigen sus actuaciones de comunicación.

Recomendaciones

De acuerdo con las conclusiones generales anteriormente expuestas, así como con las aportaciones de los grupos de discusión y de cara mejorar y definir la estrategia de comunicación para el próximo periodo, de acuerdo con las prescripciones de los nuevos reglamentos, se formulan las siguientes recomendaciones.

- Teniendo en cuenta el excelente trabajo y esfuerzo llevado a cabo en el período 2007-2013 en materia de Información y Publicidad y del consecuente éxito conseguido a la hora de conseguir los objetivos perseguidos de visibilidad y difusión de la Política de Cohesión, se recomienda articular la Estrategia de Comunicación 2014-2020 en la misma línea que el actual Plan de Comunicación, sin introducir cambios sustanciales, salvo una serie de matices que se señalan a continuación:
 - Creemos que debe incorporarse de forma más explícita y concreta la incorporación del Principio de Igualdad de Oportunidades, lo que permitirá un mejor seguimiento y evaluación de la aplicación del mismo.
 - Así mismo, creemos que será necesario reforzar las actuaciones destinadas a facilitar y a apoyar el cumplimiento por parte de los beneficiarios de ayudas las obligaciones que la nueva reglamentación establece para los mismos.
 - En cuanto a los medios y acciones para el desarrollo de la estrategia creemos, tal como se ha planteado en algunos grupos de discusión, que es importante la diversificación de los mismos incorporando nuevos canales de comunicación basados en las redes sociales y las tecnologías existentes y minimizando las publicaciones en papel, excepto cuando sea absolutamente necesario. Estos canales tienen un menor coste y además un mayor alcance hacia el público objetivo y un menor impacto medioambiental. Por otro lado la utilización de redes sociales posibilitarían la participación de los agentes implicados e todos los niveles.
 - También consideramos que podría ser de interés que en las páginas Web que no sean específicas de Fondos Europeos pero que correspondan a gestores o beneficiarios relevantes de los mismos, se incorporara un apartado específico sobre proyectos financiados con fondos europeos, transfiriendo así buenas prácticas que se han recogido en este sentido tanto en este informe como en algunos de los informes anuales. Esto fortalecería la transparencia de las actuaciones, visibilizando de forma sistemática las consecuciones progresivas de los programas operativos.
 - Finalmente, de acuerdo con la nueva reglamentación, entendemos que en las estrategias de comunicación han de recogerse los responsables de estas actuaciones a los niveles pertinentes, así como los recursos de personal con los que se contará para el cumplimiento de estas obligaciones.
- En lo que se refiere a la definición de los indicadores también se recomienda seguir profundizando en la revisión de los mismos, aprovechando la experiencia adquirida en este período, de modo que los mismos mejoren, cuando proceda en su capacidad de reflejar la realidad y calidad de las actuaciones desarrolladas.

- ☐ En cuanto a la metodología de la evaluación se recomienda que, para el próximo período, la evaluación final de la Estrategia de Comunicación tenga lugar una vez finalizado el período de programación para que, de esta forma, se pueda contemplar el conjunto de actividades relacionadas con la ejecución completa de los Programas Operativos.
- ☐ Se recomienda seguir contemplando una posible evaluación de la Estrategia de Comunicación en un momento intermedio del próximo período de programación y la posibilidad de su actualización de acuerdo con dicha evaluación u otras circunstancias que pudieran aconsejarla.
- ☐ También se recomienda contemplar la posibilidad de realizar un seguimiento más continuo del avance en la ejecución de las medidas de forma que permita corregir anticipadamente las desviaciones en la consecución de los objetivos así como analizar los casos de organismos con menor ejecución, buscar las causas que los motivan e impulsar el desarrollo de actividades de información y publicidad.
- ☐ Como se ha señalado en las conclusiones, ha quedado evidenciada la utilidad de las redes de comunicación constituidas en el actual periodo de programación, motivo por el cual se recomienda seguir dinamizando estas redes, así como la distribución de su contenido por medio de todos los canales de comunicación disponibles.
- ☐ Por último, y dada la importancia que han cobrado las buenas prácticas en el actual período de programación, se recomienda hacer hincapié en la argumentación en defensa de tales actuaciones, tanto de comunicación como de proyectos cofinanciados, de forma que se refleje la calidad y el potencial de las mismas.

9. BUENAS PRÁCTICAS

Con respecto a la Evaluación de 2010, el presente apartado de Buenas Prácticas presenta cambios, tanto en la estructura del mismo como en los contenidos, referidos, por un lado, a la inclusión de Buenas Prácticas de actuaciones cofinanciadas y, por otro lado, a la valoración de las buenas prácticas ya identificadas tanto de comunicación como de actuaciones cofinanciadas. La estructura queda dividida en los siguientes puntos:

- Valoración de las **Buenas Prácticas de comunicación** y de **actuaciones cofinanciadas** ya identificadas hasta el momento. Esta valoración consiste principalmente en encontrar la correlación entre las buenas prácticas identificadas con los criterios y argumentos utilizados para que se consideren justificadas como buenas prácticas.
- Identificación adicional de **Buenas Prácticas**, tanto de **comunicación** como de **actuaciones cofinanciadas**. Para esta identificación, el equipo evaluador ha utilizado toda la documentación analizada a lo largo del proceso evaluativo procedente de varias fuentes, entre las que destacan las siguientes: informes anuales de ejecución, páginas web, indicadores de información y publicidad (realización y resultado), entrevistas con el organismo intermedio y las autoridades de gestión y los grupos de discusión celebrados.

Conviene recordar previamente los criterios utilizados por el equipo evaluador para la valoración e identificación adicional de buenas prácticas tanto en materia de comunicación como de actuaciones cofinanciadas, criterios éstos debatidos y consensuados en las reuniones de GERIP. En el caso de actuaciones cofinanciadas y al ser una novedad con respecto a la evaluación anterior, a cada criterio se le añade una breve explicación ampliando el mero enunciado de cada uno. Añadir que para la evaluación de estas últimas se tendrá en cuenta que la aprobación de los criterios se produjo en el año 2011 y, por lo tanto, con posterioridad a la Evaluación de 2010 por lo que el tratamiento de las mismas no será igual que el de las Buenas Prácticas de comunicación.

Criterios¹¹ establecidos para que cualquier actuación pueda ser considerada 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 fondos**
- **Alto grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción de comunicación**
- **Evidencia de un alto grado de calidad**

¹¹ Criterios recogidos en la Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación

- **Uso de nuevas tecnologías de la información**

Añadir que, siguiendo las indicaciones de la Guía Metodológica, el equipo evaluador no ha considerado necesario que la buena práctica de comunicación para ser considerada como tal, responda a todos los criterios, si bien es importante que cumpla con solvencia la mayoría de ellos.

Criterios para la selección de buenas prácticas de actuaciones cofinanciadas

- **Elevada difusión entre los beneficiarios, beneficiarios potenciales y el público en general.** Se debe presentar todo lo que haya sido hecho para la comunicación de la citada actuación (diferentes indicadores de comunicación). Así mismo, se valora muy especialmente que lo que se haya hecho al respecto se haya considerado como Buena Práctica de comunicación.
- **Incorporación de elementos innovadores.** Es importante destacar el carácter innovador de la propia actuación que puede estar vinculado a las tecnologías, a procesos, a servicios facilitados, a distintas herramientas empleadas para ponerlo en marcha, etc.
- **Adecuación de los resultados obtenidos a los objetivos establecidos.** Para justificar el cumplimiento de este criterio se han de destacar cuáles son los principales objetivos, haciendo ver el valor añadido que supone el haber recibido fondos europeos, indicando si todos ellos se están cumpliendo y haciendo hincapié en que tipo de actividades y resultados se pueden atribuir al proyecto.
- **Contribución a la resolución de un problema o debilidad regional.** En este punto se ha de describir a qué problemática responde la actuación presentado y cómo su puesta en marcha favorece el desarrollo regional.
- **Alto grado de cobertura sobre la población a la que va dirigido.** Esta cobertura no sólo debe ser sobre los beneficiarios sino también sobre la población en general.
- **Consideración de los criterios horizontales de igualdad de oportunidades y de sostenibilidad ambiental.** Se debe incluir una breve reseña acerca de cómo se han aplicado estos criterios
- **Sinergias con otras políticas o instrumentos de intervención pública.** Se tendrá en cuenta si ha reforzado la actuación de otros fondos (tanto regionales, como nacionales, como europeos) y si ha contribuido a potenciar los efectos positivos de los mismos.

Estos criterios deberán ser explicitados, desarrollados y documentados, añadiendo toda aquello que sea preciso para su comprensión. En este sentido, antes de comenzar con la valoración e identificación adicional de Buenas Prácticas y como elemento positivo tanto porque facilita su evaluación como por ser un elemento importante de difusión señalar que, a partir de la anualidad 2010, tanto las buenas prácticas de comunicación como las de actuaciones cofinanciadas se han incluido en la página web de la Autoridad de Gestión.

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

En este apartado se trata de analizar la validez y consistencia de aquellas Buenas Prácticas ya identificadas, bien sea a través de la solvencia de la actuación como tal, bien sea a través de la utilización de argumentos adecuados para la justificación del cumplimiento de los criterios establecidos.

Como primer paso para la valoración de las Buenas Prácticas ya identificadas, el equipo evaluador ha construido una base de datos con las buenas prácticas incorporadas en los sucesivos informes de ejecución así como en la evaluación intermedia de 2010. Esto ha permitido identificar aquellas buenas prácticas más sólidas así como los criterios mejor definidos y justificados y, por otro lado, analizar la falta de consistencia del conjunto de la buena práctica presentada si fuera el caso.

En general, las Buenas Prácticas se consideran bien defendidas aunque cabría profundizar más en cada uno de los criterios. Por otra parte, se observa que a medida que han avanzado las anualidades y la ejecución de los Programas Operativos, el nivel de la buena práctica ha ido descendiendo, sobre todo en cuanto a lo novedoso de la misma. A continuación se añaden una serie de conclusiones en función de la clasificación que se ha realizado según las temáticas más reiterativas así como los organismos gestores que más y mejor han contribuido a la visibilidad y difusión de los Fondos Estructurales y a la importancia del papel desempeñado por la Unión Europea.

Por otro lado, mediante este método, se ha realizado una clasificación de aquellas temáticas más reiterativas así como los organismos gestores que más y mejor han contribuido a la visibilidad y difusión de los Fondos Estructurales y a la importancia del papel desempeñado por la Unión Europea.

Las conclusiones que se extraen en cuanto a las Buenas Prácticas de Comunicación son las siguientes:

- Las buenas prácticas de comunicación incluidas en los sucesivos informes anuales de ejecución suman un total de 28, si bien en los años 2009 y 2012 se presentaron 9 y 11 respectivamente, esta cifra ha bajado considerablemente ya que en 2011 se presentaron 5 buenas prácticas y en 2012 tan solo 3.
- Existe un predominio claro de buenas prácticas de comunicación en el ámbito del FEDER con un total de 15 actuaciones de este tipo en todo el período, lo que supone más del 50% del total, seguido de las conjuntas FEDER y FSE y de las de FSE, con un total de 7 y 6 respectivamente en cada caso.
- Se observa como muy positivo la gran variedad de organismos que han ejecutado buenas prácticas de comunicación, destacando el Organismo Intermedio con un total de 4

actuaciones, seguido de las Autoridades de Gestión del FEDER y del FSE con un total de 6.

- En cuanto a la temática de las Buenas Prácticas se observa una cierta similitud, pudiéndose realizar la siguiente clasificación en orden de supremacía:
 - En primer lugar se encuentran aquellas actuaciones que se han llevado a cabo mediante el desarrollo de actos públicos (campañas, jornadas informativas, etc.) suponiendo un **38%** del total de Buenas Prácticas identificadas hasta la fecha.
 - Le sigue en porcentaje, con un **25%** respecto al total, aquellas Buenas Prácticas referidas a actuaciones de difusión a través de folletos, carteles, camisetas, vallas, revistas. Destacando en este caso, que se ha identificado una actuación de este tipo en todas y cada una de las anualidades del actual período (desde la anualidad 2009).
 - En tercer lugar se sitúan aquellas Buenas Prácticas de comunicación que han utilizado como vía principal para la difusión las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación con casi un **20%** respecto al total.
 - Con un **18%** con respecto al total están las Buenas Prácticas de comunicación que han consistido en publicaciones, bien de documentación de fondos, guías, instrucciones, manuales, etc.
- Por último, con respecto al cumplimiento de los criterios exigidos cabe señalar que en algunos casos no están todo lo suficientemente claros y se debería de incidir más siempre con el objetivo de lograr mayores porcentajes de impacto y eficacia sobre todo en el caso del Uso de nuevas tecnologías de la información.

Y en cuanto a las buenas prácticas de actuaciones cofinanciadas por el FEDER, se concluye lo siguiente:

- El mayor número de buenas prácticas identificadas de actuaciones cofinanciadas se produce en las anualidades 2012 y 2011 con un total de 8 (4 en cada caso), seguido de las 2 de 2010. Por último, en 2007, 2008 y 2009 se identificó una buena práctica en cada anualidad. Estos datos tienen cierta coherencia con lo señalado anteriormente acerca de la fecha de aprobación de los criterios para este tipo de Buenas Prácticas, consenso y aprobación que se produjo en la anualidad 2011, año en que se observa un mayor esfuerzo para la identificación de este tipo de actuaciones.
- Destaca la amplia variedad de organismos que han presentado buenas prácticas de proyectos cofinanciados, tanto regionales como de la AGE, destacando la Dirección General de Medio Ambiente por un lado y la Confederación Hidrográfica del Segura, por el otro.

- En cuanto a la temática de estas actuaciones, se presenta de una gran variedad, lo que enriquece la visibilidad del Programa Operativo, si bien, las que más destacan en número son aquellas relacionadas con infraestructuras, seguidas por las que se basan en el uso de las nuevas tecnologías.
- Por último, en cuanto al grado de justificación de los criterios de cumplimiento hacer especial hincapié en que se valoraría muy positivamente que todas estas actuaciones hayan sido consideradas en algún momento del período como buenas prácticas de comunicación.

9.2. Identificación adicional de Buenas Prácticas

Para la identificación adicional de buenas prácticas en materia de comunicación se han tenido en cuenta los siete criterios establecidos en la Guía Metodológica señalados anteriormente en el presente informe y para la identificación de buenas prácticas de actuaciones cofinanciadas se han seguido los criterios consensuados y aprobados en el seno de GERIP, criterios que también se han señalado con anterioridad. Todos estos criterios se resumen en la siguiente tabla:

CRITERIOS DE IDENTIFICACIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS	
BUENAS PRÁCTICAS DE COMUNICACIÓN	BUENAS PRÁCTICAS DE ACTUACIONES COFINANCIADAS
Uso de recursos innovadores en la presentación, organización y/o desarrollo	Elevada difusión entre los beneficiarios, beneficiarios potenciales y el público en general.
Adecuación de los contenidos a los objetivos perseguidos	Incorporación de elementos innovadores.
Incorporación de criterios de igualdad de oportunidades	Adecuación de los resultados obtenidos a los objetivos establecidos
Adecuación con el objetivo general de difusión de fondos	Contribución a la resolución de un problema o debilidad regional.
Alto grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción de comunicación	Alto grado de cobertura sobre la población a la que va dirigido.
Evidencia de un alto grado de calidad	Consideración de los criterios horizontales de igualdad de oportunidades y de sostenibilidad ambiental.
Uso de nuevas tecnologías de la información	Sinergias con otras políticas o instrumentos de intervención pública.

A continuación se procede al enunciado de cada una de las buenas prácticas junto con una breve descripción de las mismas así como los criterios que se han utilizado para argumentar dicha elección.

9.2.1. BUENAS PRÁCTICAS DE COMUNICACIÓN

☐ Nueva sección de Proyectos Europeos en la Página web del Instituto de Fomento de la Región de Murcia

El Instituto de Fomento de la Región de Murcia ha participado, desde su fundación, en una larga serie de proyectos financiados por los fondos europeos en aquellas materias que tratan con su objeto y encomienda, en particular el apoyo al desarrollo regional y los servicios a favor de la competitividad, la internacionalización y la innovación de las empresas de la Región de Murcia.

Así, y con el objetivo primordial de difundir y comunicar el contenido de estos proyectos, el INFO ha incluido una nueva sección en su página web donde relaciona los proyectos en curso así como fichas de los mismos y una serie de materiales promocionales (fichas, folletos, videos, etc.).

The screenshot shows the website of the Instituto de Fomento de la Región de Murcia (INFO). The main navigation bar includes 'Inicio', 'Preguntas Frecuentes', 'Noticias', 'Agenda', and 'Contacto'. Below this, there are tabs for 'Internacionalización', 'Innovación', 'Información empresarial', 'Financiación', 'Emprendedores', and 'Inversores'. The 'Innovación' tab is selected, and the 'Proyectos Europeos' section is active. In the left sidebar, under 'Noticias y eventos', the link 'NUEVOS Proyectos Europeos' is circled in red. The main content area displays the title 'Proyectos Europeos' and a brief introduction: 'El Instituto de Fomento ha participado desde su fundación en una larga serie de proyectos financiados por las instituciones comunitarias en aquellas materias que tratan con su objeto y encomienda, en particular el apoyo al desarrollo regional y los servicios a favor de la competitividad, la internacionalización y la innovación de las empresas de nuestra región.' Below this, there is a list of project names: 'Proyecto MEDEEA', 'Proyecto PROINFORMED', 'Proyecto SUM', 'Proyecto STEP', 'Proyecto MERSHARTILITY', 'Proyecto ENERING', 'Proyecto MEDICCOL', 'Proyecto PACMAN', 'Proyecto SEIMED', 'Proyecto ERANET ICTAGRI', and 'Proyecto ERANET SUSFOOD'. The right sidebar contains social media links, an agenda for November 2013, and a list of active calls for proposals.

Esta actuación se ha seleccionada como “buena práctica” en materia de comunicación por el cumplimiento de los siguientes criterios:

- **Uso de recursos innovadores en la presentación, organización y/o desarrollo**

Se realiza una completa descripción de los proyectos por la combinación de herramientas más tradicionales de difusión como son fichas, folletos y el uso de herramientas virtuales como los vídeos adaptándose a las características de cada proyecto.

- **Adecuación de los contenidos a los objetivos perseguidos**

Uno de los principales objetivos del plan de comunicación es mostrar y acercar a la ciudadanía los beneficios que aportan al desarrollo económico de la Región de Murcia los proyectos cofinanciados por los Fondos Europeos. De esta forma, esta actuación adecúa los contenidos a los objetivos perseguidos pues se consigue el acercamiento a los ciudadanos a través de mensajes e ideas claras y concretas que profundizan en la importancia de las ayudas en el bienestar social.

- **Incorporación de criterios de igualdad de oportunidades**

La información proporcionada de los proyectos europeos a través de esa página web es absolutamente neutra en este aspecto, tanto en cuestión del lenguaje utilizado como en el público hacia el que va dirigido sin ningún tipo de discriminación.

El principio de igualdad de oportunidades se ha tenido en cuenta desde el inicio en la elaboración de la nueva sección de la página web y de forma prioritaria en los contenidos que se muestran en la misma. Se aprecia el esfuerzo por no discriminar a los usuarios a través del uso generalizado de un lenguaje neutro en la transmisión de toda la información y principalmente aquella referida a los proyectos europeos, así mismo, se practica el uso de un lenguaje neutro en los materiales tradicionales que se han utilizado para difundir y publicitar la nueva sección.

Además el compromiso del cumplimiento con los criterios de igualdad de oportunidades se ha llevado también a los términos de composición de los equipos participantes en los proyectos con cuotas similares entre hombres y mujeres.

- **Adecuación con el objetivo general de difusión de fondos**

De hecho, el fin principal de esta nueva sección de la página web es la difusión de los fondos europeos a través de la descripción de los proyectos que con dichos fondos se llevan a cabo.

- **Alto grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción de comunicación**

La cobertura es máxima, ya que esta página web tiene multitud de secciones a través de las cuales se puede llegar a la parte de proyectos europeos, por lo tanto, no sólo llega a quién esté interesado en este tipo de proyectos sino a cualquiera que entre en la web con un objetivo diferente. Además, puede recibir visitas tanto de la población de la Comunidad Autónoma, como

del resto de España e incluso a nivel mundial para todas aquellas personas interesadas en este tipo de proyectos.

Así, la acción de comunicación cumple con el objetivo de llegar al mayor número de personas posibles, puesto que al ser una herramienta virtual permite una mayor accesibilidad desde cualquier punto, además gracias a la diversidad temática de sus contenidos (emprendimiento, promoción exterior, innovación) vinculados los objetivos de los programas europeos permite que los diferentes rangos poblaciones encuentren información más personalizada en función de sus intereses.

- **Evidencia de un alto grado de calidad**

La calidad es alta, tanto en su diseño como en el contenido, facilitando la navegación por la página de una forma ágil, rápida y sencilla a la vez. También proporciona facilidades si se quiere profundizar más en cualquiera de los proyectos presentados.

- **Uso de nuevas tecnologías de la información**

Este criterio se cumple por si solo, ya que esta acción de comunicación está centrada en el uso de la propia página web para la difusión de los fondos y proyectos europeos.

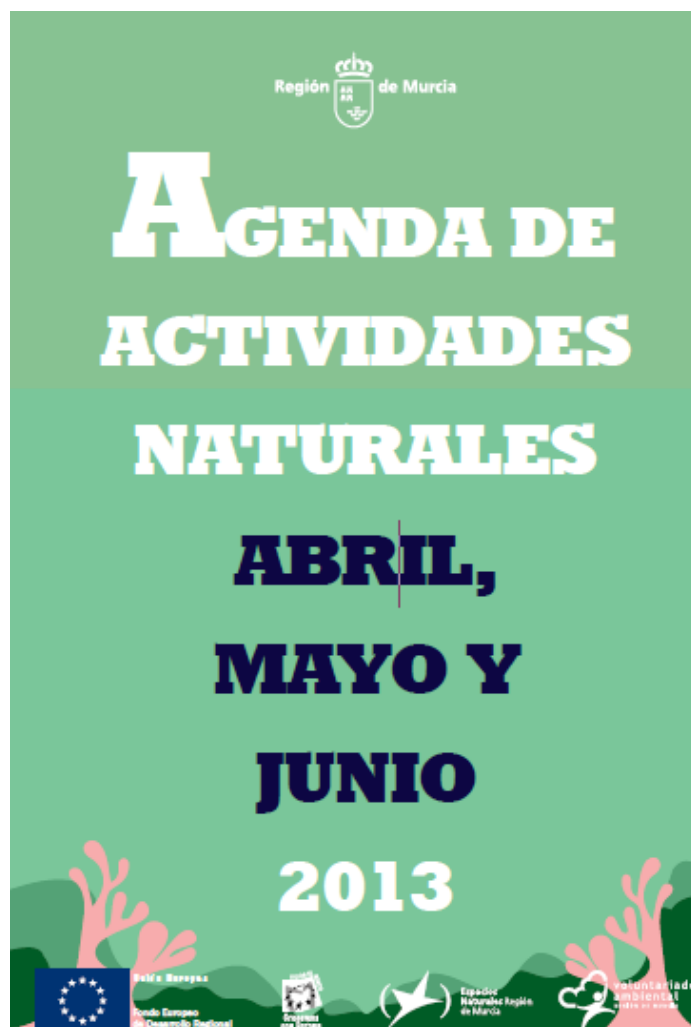
■ ***Edición de la Agenda de Actividades Naturales Abril, Mayo y Junio de 2013, Dirección General de Medio Ambiente de la Consejería de la Presidencia del Gobierno de la Región de Murcia***

A finales del primer trimestre de 2013, la Dirección General de Medio Ambiente editó la Agenda de Actividades Naturales para los meses de Abril, Mayo y Junio de 2013 con el fin de promover actividades de educación y sensibilización ambiental destinadas al público en general para divulgar los valores naturales y culturales de los Espacios Naturales protegidos de la Región de Murcia.

Mediante esta agenda se promueven actividades para el segundo trimestre de 2013, con una descripción del contenido de las mismas y con la información necesaria para participar en las mismas.

Así mismo, contiene una sección con las exposiciones más relevantes en la materia, así como una serie de recomendaciones para terminar con una relación de los centros de visitantes y los puntos de información disponibles.

Por último, añade información acerca de los Centros de recuperación de la fauna y acciones de voluntariado ambiental para quién pudiera estar interesado en participar en las mismas.



Esta actuación se ha seleccionada como “buena práctica” en materia de comunicación por el cumplimiento de los siguientes criterios:

- **Uso de recursos innovadores en la presentación, organización y/o desarrollo**

Se trata de una Agenda de Actividades en formato digital presenta un formato innovador, accesible y rápido y muy original en su presentación y formato al ser válida para todo tipo de público independientemente de la edad, sexo y las preferencias que pueda tener en cuanto al cómo desarrollar sus actividades en contacto con la naturaleza.

Destaca el modo de presentación de las actividades a través de un calendario muy intuitivo, agrupando las temáticas por colores, facilitando al usuario la identificación de cómo, cuándo y dónde se desarrollan cada una de las actividades de la programación que resultan de su interés.

Actividades mes de ABRIL						
1	2	3	4	5	6	7
	ESPUÑA Exposición temporal (10 marzo a 24 mayo)		CALBLANQUE Exposición temporal (abril a mayo)			
8	9	10	11	12	13	14
15	SAN PEDRO Exposición temporal (abril a junio)	17	18	19	SAN PEDRO Ruta guiada VALLE Actividad especial	ESPUÑA Ruta guiada
22	23	24	25	26	27	CALBLANQUE Ruta guiada
29	30					

- **Adecuación de los contenidos a los objetivos perseguidos**

Los objetivos se centran en dar a conocer y difundir entre la ciudadanía en general las actividades llevadas a cabo por la Dirección General del Medio Natural y de cómo se puede disfrutar y participar de ellas, sensibilizar y concienciar a la población de la importancia de la protección del medio ambiente y la presentación de los proyectos de conservación del entorno, además de señalar la cofinanciación del Fondo Europeo de Desarrollo Regional en la primera y última página de la Agenda, objetivos todos estos perseguidos con esta actuación, adecuando por tanto, el contenido de la Agenda a dichos objetivos.

- **Incorporación de criterios de igualdad de oportunidades**

La información proporcionada está dirigida a todos los públicos sin discriminación alguna hacia ningún colectivo, cuidando también el lenguaje utilizado en la Agenda, donde se aprecia un uso adecuado, incluso una de las exposiciones que se mencionan en la Agenda está promovida por la Asociación de Mujeres "El Abedul" de El Berro.

exposiciones

Del 10 de marzo al 23 de mayo - PARQUE REGIONAL SIERRA ESPUÑA

EL AYER Y HOY DE EL BERRO

Exposición con imágenes antiguas y actuales sobre la pedanía y los habitantes de El Berro realizada por la Asociación de Mujeres "El Abedul" de El Berro.

Lugar: Centro de Visitantes y gestión "Ricardo Codorniu". Sala de Proyecciones

- **Adecuación con el objetivo general de difusión de fondos**

Como se ha señalado anteriormente, tanto en la primera como en la última página de la Agenda se menciona la cofinanciación del FEDER, con la inclusión de la bandera de la Unión Europea. El acercamiento de la ciudadanía al trabajo que se desarrolla de las instituciones europeas para mejorar la calidad de vida y el entorno, queda reflejado en el esfuerzo por publicitar la aportación del Fondo Europeo de Desarrollo Regional al proyecto, a través de las alusiones y aparición del lema y logo del FEDER en la primera y última página de los folletos editados.

- **Alto grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción de comunicación**

La cobertura es máxima, al utilizar las nuevas tecnologías como uno de los medios de difusión de la página web mediante la cual se accede a la Agenda, que tiene un elevado número de visitas y además, el acceso a esta Agenda se puede realizar fácilmente a través de los múltiples enlaces que aparecen al poner su nombre en los diferentes buscadores de información de internet.

Además se anuncia en la sección de noticias cada una de las actividades programas lo que, si cabe, puede elevar la cobertura alcanzada inicialmente. Esta cobertura, de forma indirecta, engloba a toda la población murciana y también a cualquier persona interesada en actividades turísticas naturales relacionadas con el medio ambiente que deseen visitar la Región de Murcia, pueda consultar la agenda además de situar a la región en una posición privilegiada en cuando a la concienciación ciudadana de la necesidad de conservación y respeto del medio ambiente.



- **Evidencia de un alto grado de calidad**

La calidad es alta, tanto en su diseño como en el contenido, facilitando la navegación por las páginas de la Agenda de una forma ágil, rápida y sencilla a la vez. También proporciona facilidades si se quiere profundizar más en cualquiera de los actividades presentadas.

- **Uso de nuevas tecnologías de la información**

Este criterio se cumple por si solo, ya que esta acción de comunicación está centrada en el uso de la propia página web para la difusión de los fondos, proyectos europeos y actividades naturales en particular acreditándose el uso de herramientas tecnológicas para la difusión de la presentación de la agenda en su formato en papel, así como la actualización de los contenidos de la agenda, y el acceso a información complementaria a las actividades y talleres desarrollados por la misma, permitiendo mantener actualizada la información y facilitando el acceso a los usuarios.

9.2.2. BUENAS PRÁCTICAS DE ACTUACIONES COFINANCIADAS

▣ *Proyecto BIOSIL del IMIDA: Valorización de la cría de gusanos de seda para su aplicación en Biotecnología y Biomedicina*

La seda ha sido el principal recurso agrícola de la Región de Murcia de los siglos XVI al XIX . En el siglo XX sufrió una regresión hasta una parada completa en el año 1970 debido a la falta de competitividad. En la última década, los avances científicos han demostrado que la seda y el gusano de seda pueden tener aplicaciones en los campos de la biomedicina y la biotecnología. La fibroína, una proteína estructural de la seda que, además de otros usos, se puede utilizar para su aplicación en productos cosméticos y dermatológicos en el cuidado de la piel y la cicatrización de heridas así como bio-reactor para obtener vacunas, anticuerpos y factores de crecimiento. Todos ellas, son aplicaciones al margen de la industria textil y con un alto valor añadido donde la Región de Murcia es muy activa y competitiva.

En este contexto, el equipo de biotecnología del IMIDA, con experiencia previa en la biotecnología de insectos, decidió en 2008 poner en marcha una nueva línea de investigación para el desarrollo de bio-productos de gusanos de seda para obtener valor en nuevos campos y, al mismo tiempo, la recuperación de la actividad tradicional.

Este proyecto sirve de plataforma para el desarrollo de diversas biotecnologías basadas en los gusanos de seda con el objetivo de conectar a los líderes en este campo así como para conseguir el aprendizaje de los conocimientos y la infraestructura necesaria para ponerlos en práctica en el IMIDA teniendo en cuenta que en España no existen antecedentes en la aplicación de los gusanos de seda en el campo de la biotecnología.



Valorization of silkworm rearing for applications in Biotechnology and Biomedicine (BIOSILK)

Plan Operativo FEDER 2007-2013

Project executed at:

Instituto Murciano de Investigación y Desarrollo Agrario y Alimentario (IMIDA)

C/ Mayor, 1

30150 La Alberca (Murcia)

Principal Researcher:

José Luis Cenís

Department of Biotechnology

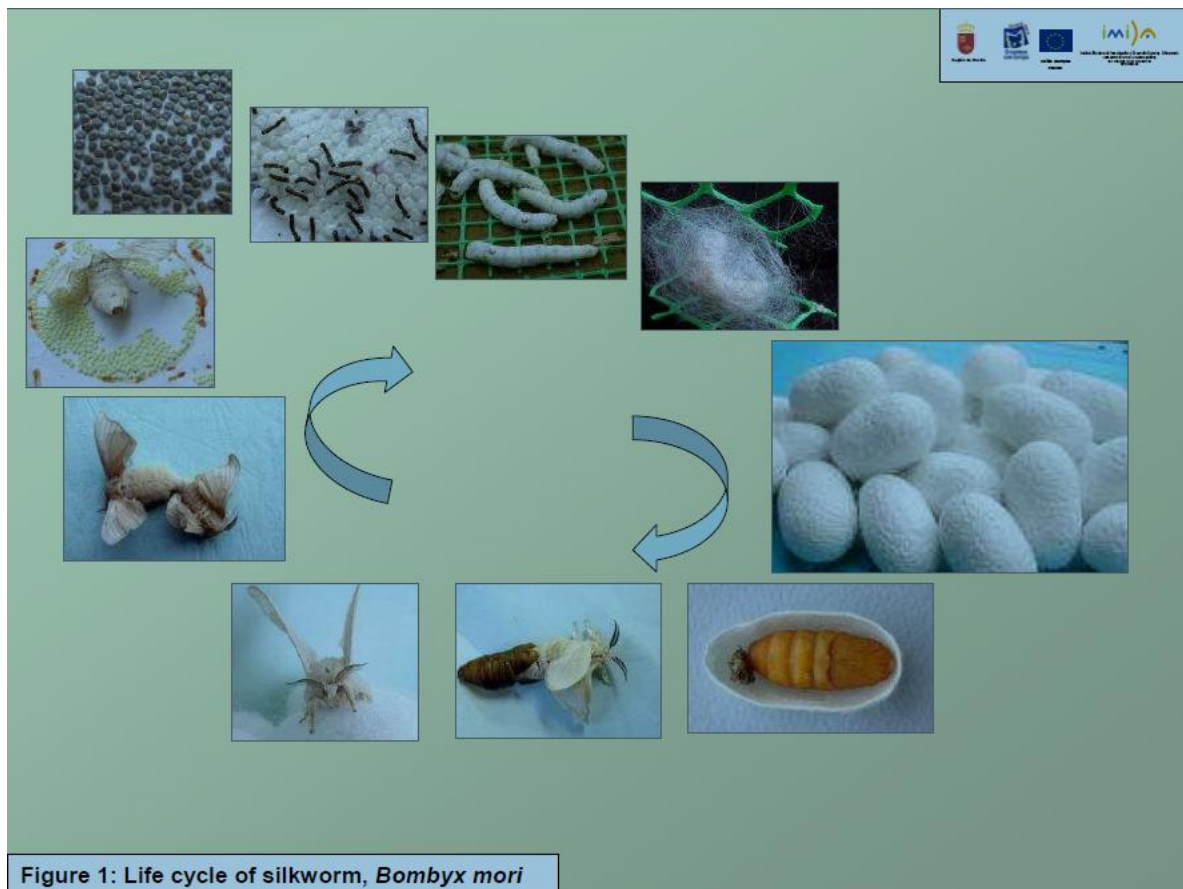
Aunque los objetivos iniciales del proyecto se centraban en la I + D, a través de la actividad desarrollada se abrieron las posibilidades y las ideas para asegurar la sostenibilidad de la biotecnología y para la Sericicultura (cría de gusanos de seda).

Señalar también que este proyecto persigue establecer en la Región de Murcia, como antiguo gran productor de seda, aplicaciones biotecnológicas del gusano de seda ya que, en la mayoría de los países europeos ya existen grupos de investigación en este tipo de aplicaciones.

Por último, los objetivos del proyecto se resumen en los siguientes puntos:

1. Desarrollo de protocolos para la extracción de sericina y fibroína de seda y procesarlas en diferentes estructuras.
2. Evaluación de las esteras de nano fibras de fibroína para el crecimiento de nuevas células madre.
3. Evaluación de las nano partículas de fibroína como un vector de factores de crecimiento controlado.
4. La expresión de factores de crecimiento (FGF, VEGF) en larvas de gusano de seda a través de la inoculación.

5. Búsqueda de socios y alianzas con grupos internacionales de investigación en este campo.



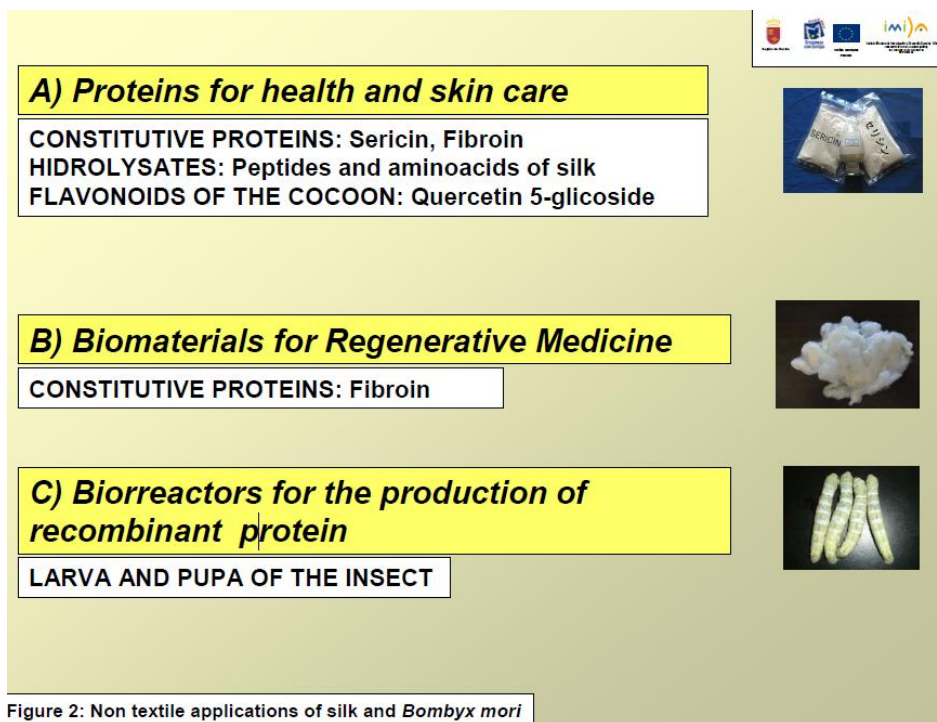
Los criterios de cumplimiento para identificar a esta actuación cofinanciada como buena práctica se argumentan a continuación:

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

Este proyecto ha tenido una elevada difusión entre los beneficiarios, beneficiarios potenciales y el público en general a través de su difusión en varios medios de comunicación en diversos reportajes como los que se citan a continuación:

- Sericultura del siglo XXI, La Verdad de Murcia
- La seda cura, La Verdad de Murcia
- El Gusano de Seda teje alianzas con la Biomedicina, La Opinión de Murcia
- El gusano de seda se reinventa, La Verdad de Murcia

Además se emitió un reportaje en Televisión, Emisora 7RM (Radiotelevisión Murciana) titulado "La seda en Murcia, ayer y hoy" en el programa "De la Tierra al Mar".



- **Incorporación de elementos innovadores**

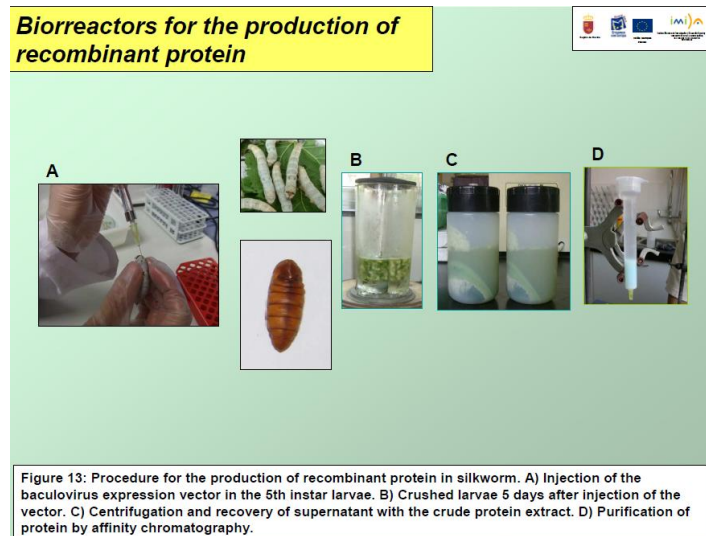
El proyecto es absolutamente innovador, por aplicar una técnica que hasta ahora no se aplicaba en España como es el uso y tratamiento de gusanos de seda para su aplicación en la biotecnología y con efectos positivos en la dermatología y la cosmética, entre otros campos.

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

Todo el trabajo desarrollado ha estado encaminado para obtener óptimos resultados en este campo, en base a los objetivos establecidos como son, por una parte, los de desarrollo tecnológico y, por otra parte, la búsqueda de alianzas estratégicas con grupos internacionales. A esto se añade el aprendizaje obtenido para luego ponerlo en marcha en la Región de Murcia a través del IMIDA.

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

El desarrollo de esta actuación contribuye al posicionamiento de la Región de Murcia como territorio puntero en la combinación de innovación tecnológica y recursos naturales, por la apuesta de una nueva línea de investigación de estas características y que consigue incidir directamente en el crecimiento económico y creación de puestos de trabajo en el territorio gracias a la recuperación de la actividad tradicional como es la Sericicultura o cría de gusanos de seda, estableciendo nuevas líneas de negocio dentro de esta actividad tradicional.



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

El grado de cobertura es máximo, ya que la aplicación de esta nueva tecnología, principalmente en el desarrollo de una industria cosmética nueva a través de un sector tradicional casi perdido provoca efectos beneficiosos para toda la población. Además se ha difundido en todos los ámbitos científicos y revistas especializadas para llegar a la comunidad científica.

- **Consideración de los criterios horizontales de igualdad de oportunidades y de sostenibilidad ambiental.**

El cumplimiento del criterio de igualdad de oportunidades queda reflejado en el uso de un lenguaje neutro, de carácter descriptivo y científico para la difusión de los resultados obtenidos, que no contienen elementos discriminatorios en ningún caso además de mantener la política de igualdad de oportunidades entre los equipos de participantes en las investigaciones.

Asimismo en cuanto al criterio de sostenibilidad ambiental, los efectos de las investigaciones no tienen un impacto negativo en el entorno de los recursos naturales de la región.

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

Una de los aspectos importantes de este proyecto es su sinergia con otros grupos de investigadores por lo que se aprovecha la experiencia adquirida. Además, está enmarcado en un conjunto de líneas de investigación del IMIDA en el marco de políticas de desarrollo agrario.