

Informe de Evaluación 2013

Plan de Comunicación de los
Programas Operativos FEDER y
FSE Aragón 2007-2013.

20 febrero 2014

Unión Europea
Fondo Europeo de
Desarrollo Regional
"Una manera de hacer Europa"



Unión Europea
Fondo Social Europeo
"El FSE invierte en tu futuro"



 **GOBIERNO
DE ARAGON**
Departamento de Hacienda
y Administración Pública

"Construyendo Europa desde Aragón"



Índice

1. Metodología de evaluación	3
1.1 Diseño técnico de la evaluación	4
1.2 Métodos y técnicas utilizadas	6
1.3 Valoración de lo anterior	10
2. Análisis del seguimiento y aplicación de las recomendaciones realizadas en la evaluación intermedia 2010.	11
3. Análisis del avance en el desarrollo de la estrategia de comunicación.....	14
3.1 Principales avances conseguidos respecto a la Pertinencia del Plan.	14
3.2 Principales avances conseguidos respecto a la validez y consistencia interna del Plan.	15
3.3 Adecuación de la dotación de los medios económicos, humanos y técnicos asignados a las tareas de comunicación de los Fondos.	17
3.4 Consideración del Principio de Igualdad de Oportunidades	18
4. Análisis de la aplicación de las medidas de información y publicidad.	20
4.1 Avance en la ejecución de las medidas de información y publicidad	20
4.2 Ejecución global del periodo 2007-2013	22
4.3 Análisis de la ejecución anualidades	25
4.4 Integración de las actividades de información y publicidad en los informes anuales de ejecución	25
4.5 La repercusión de los sistemas de seguimiento en la calidad de la ejecución de las medidas	27
5. Evaluación de las incidencias detectadas en los procesos de verificación previa con relación a los aspectos de información y publicidad. Presentación de los resultados a través de una muestra de operaciones.	30
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.	33
7. Análisis del impacto: logros y desafíos de las actividades en materia de información y publicidad.	35
8. Conclusiones y recomendaciones: propuesta para mejorar la estrategia de comunicación de los Fondos Estructurales 2014-2020	40
9. Buenas Prácticas	43
9.1 Validación de las Buenas Prácticas ya identificadas: Buenas prácticas de comunicación y buenas prácticas de actuaciones cofinanciadas.	43
9.2 Identificación adicional de Buenas Prácticas	82

1. Metodología de evaluación

El proceso de seguimiento y evaluación del Plan de Comunicación de los Programas Operativos FEDER y FSE de Aragón 2007-2013 se ha basado en la aplicación de las orientaciones establecidas en la “Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los Programas Operativos FEDER, Fondo de Cohesión y FSE 2007-2013”.

Durante el período 2007-2013 la Comisión Europea dotó de un alto grado de prioridad a la visibilidad y concienciación de la ciudadanía europea acerca de la política de cohesión económica, social y territorial de la UE financiada con los Fondos Estructurales (en adelante, FFEE). Es por ello, que se determinó la necesidad de evaluar los resultados de las medidas de información y publicidad llevadas a cabo.

En España, 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, (en adelante, Plan de Comunicación de Aragón) indica que se realizarán dos evaluaciones, una en el año 2010 (intermedia), y otra en el año 2013 (final).

El presente informe de evaluación, por tanto, recoge las observaciones extraídas con la evaluación final del Plan de Comunicación de Aragón, dicho análisis ha tomado como referencia las conclusiones y recomendaciones obtenidas con la anterior evaluación.

La presente evaluación del Plan de Comunicación, al igual que la anterior, pretende evidenciar el cumplimiento de los objetivos marcados en la elaboración de los Planes de Comunicación:

- Proporcionar visibilidad de los Programas Operativos y concienciación de la ciudadanía acerca del papel que Europa juega , a través de la aplicación de la Política de Cohesión, en la mejora de su calidad de vida
- El alcance de la misma a los grupos objetivo de las actuaciones de comunicación, es decir, los beneficiarios, los beneficiarios potenciales y el público en general.
- El principio de proporcionalidad (artículo 4.3 del Reglamento (CE) 1828/2006).

Para ello este informe evalúa, entre otros:

- Las posibles modificaciones sobre la pertinencia de la estrategia y la validez y consistencia interna de los Planes de Comunicación del análisis efectuado en 2010.
- Los avances conseguidos en la ejecución de las medidas de información y publicidad en este segundo tramo de tiempo del período de programación.
- El cumplimiento del requerimiento comunitario de inclusión en los informes anuales de un apartado en materia de información y publicidad con el contenido exigido en el artículo 4.2. del Reglamento (CE) 1828/2006 en los informes posteriores a 2010.
- Los factores que permitan asegurar la calidad de la ejecución de las medidas de información y publicidad.

- La inclusión de la información y publicidad en las actuaciones de verificación y control de los Fondos, así como en análisis a partir de ejemplos de las incidencias producidas al respecto.
- La incorporación del principio de igualdad de oportunidades en las medidas de información y publicidad
- El impacto que las actividades en materia de información y publicidad han generado.
- La identificación de buenas prácticas en materia de comunicación y sobre la ejecución de los FFEE.

Finalmente, el presente informe de evaluación extrae de los análisis anteriores:

- Conclusiones sobre el cumplimiento de los objetivos del Plan de Comunicación, así como de la gestión del mismo, y la aplicación de medidas para actuar sobre las recomendaciones de la evaluación anterior.
- Recomendaciones de mejora sobre la planificación y/o ejecución de los Planes de Comunicación en relación al nuevo período 2014-2020.
- Identificación y descripción de actuaciones que puedan destacarse como buenas prácticas en materia de comunicación según los criterios definidos.

En este capítulo se concreta el diseño técnico de la evaluación, los métodos y técnicas utilizados y se realiza una valoración general de la metodología empleada.

1.1 Diseño técnico de la evaluación

El motivo de las evaluaciones establecidas en la Guía Metodológica es valorar el grado de cumplimiento de los objetivos finales del Plan de Comunicación de los Programas Operativos FEDER y FSE de Aragón 2007-2013, que son:

1. Mejorar la visibilidad de la actuación de la Unión Europea a los ciudadanos y que conozcan el papel financiero que desempeña Europa en reforzar la competitividad económica, en la creación de empleo y en fortalecer la cohesión interna.
2. Avanzar en la transparencia de la gestión de los Fondos Estructurales entre las partes interesadas de forma que los potenciales beneficiarios posean toda la información necesaria: oportunidades de financiación, objetivos de las actuaciones, criterios de selección de operaciones, condiciones de elegibilidad y subvencionabilidad, normativa comunitaria, etc.

Las principales recomendaciones extraídas de la evaluación intermedia (2010) realizada sobre el Plan de Comunicación, apuntaron las siguientes áreas de mejora:

- **A.M.1.** Adoptar medidas que favorezcan el conocimiento de la página web, especialmente aprovechando sinergias a través de otras actuaciones de publicidad o información.
- **A.M.2.** Celebración de sesiones o jornadas con los órganos gestores/colaboradores y/o beneficiarios de los programas, específicas en materia de información y publicidad.
- **A.M.3.** Incremento del número de acciones de información y publicidad de los órganos gestores/colaboradores y/o beneficiarios de Aragón.

- **A.M.4.** Aprovecharse de la especialización de los gestores o colaboradores para dar difusión a la ciudadanía sobre la contribución de los fondos en Aragón a aquellos temas que revisten mayor interés (el desempleo, la economía, el agua, etc.).
- **A.M.5.** Tener en cuenta los canales de comunicación basados en tecnologías de la sociedad de la información, principal fuente de información sobre el conjunto de la población juvenil.

El alcance temporal de esta evaluación comprende las medidas y actuaciones ejecutadas entre el 1 de abril de 2010 y el 10 de septiembre de 2013 y parte de las recomendaciones obtenidas en la anterior evaluación. Los resultados obtenidos se aplicarán para la mejora en la aplicación de las actividades de información y publicidad en el próximo período de intervención 2014-2020.

Se debe distinguir entre aquellos agentes implicados en el plan de comunicación y todos aquellos que tiene una responsabilidad que hace necesario una evaluación de su desempeño. Los agentes implicados en el plan de comunicación son los siguientes:

1. Destinatarios directos (Transparencia):
 - a. Internos: Comisión Europea, Autoridad de Gestión, Organismo Intermedio, Órganos gestores y colaboradores, beneficiarios
 - b. Externos: Beneficiarios potenciales
2. Destinatarios indirectos (Visibilidad y transparencia):
 - a. Medios de comunicación
 - b. Agentes económicos y sociales
 - c. Entidades sin ánimo de lucro
 - d. Organizaciones profesionales, comerciales y empresariales
 - e. Centros de formación
 - f. Sociedad en general

Los agentes implicados que tienen responsabilidades en la evaluación de los planes de comunicación son los siguientes, detallándose las más importantes:

1. Comisión Europea.

La Comisión Europea ha aceptado tanto los Programas, como los Planes de Comunicación de los distintos PO's FEDER y FSE. Su responsabilidad también incluye revisar los resultados de esta evaluación, como parte de los informes anuales de 2013.
2. Autoridad de Gestión (Subdirección General de Administración del FEDER y la Unidad Administradora del FSE)

Su responsabilidad ha pasado, entre otras cosas, por definir el marco común de trabajo en materia de evaluación, coordinar el proceso de evaluación, convocar reuniones del GERIP (Grupo Español de Responsables en materia de Información y Publicidad) y de GRECO-AGE (Grupo de responsables de Comunicación de los organismos de la Administración General del Estado), realizar el seguimiento del sistema de indicadores de seguimiento y evaluación de la comunicación y cumplimentar los que corresponden a la AG. Finalmente ha puesto en marcha las evaluaciones de los distintos Programas Operativos regionales y plurirregionales, y ha incluido en los informes anuales información

sobre los cambios relevantes surgidos en la ejecución de los planes de comunicación, así como ejemplos de medidas de información y publicidad.

3. Organismos Intermedios

Su responsabilidad ha pasado por participar activamente en la red GERIP que definió el marco común de trabajo en materia de evaluación de la comunicación para FEDER y FSE, y ha puesto en marcha esta evaluación del plan de comunicación, fechada como indica la normativa en el año 2013. Cumplimenta los indicadores propios y revisa y cumplimenta los indicadores de evaluación de los organismos regionales de los cuales es responsable. Colabora con la AG tanto en la información a facilitar al Comité de Seguimiento, como en la que se ha incluido en los informes de ejecución anuales y se incluirán en el informe final.

4. Órganos gestores/colaboradores

Estos organismos tienen bajo su responsabilidad la recopilación y archivo de la documentación reglamentaria sobre información y publicidad, cuantificación y comunicación de los indicadores del Plan de Comunicación al Organismo Intermedio y la colaboración con los evaluadores en el proceso de identificación de buenas prácticas y en los grupos de discusión que pudieran convocarse.

5. Comité de Seguimiento

Análisis de los avances del Plan de Comunicación, actuaciones y medidas utilizadas y ejemplos de buenas prácticas

El calendario de esta evaluación se inicia con el cierre de indicadores a fecha 30 de junio de 2013, el análisis documental, la realización de las entrevistas y las encuestas necesarias para evaluar el Plan de Comunicación durante el mes de septiembre de 2013 en el que debe remitir su informe a la Autoridad de Gestión.

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, se han tenido en cuenta para su establecimiento las indicaciones propias para la evaluación final establecidas por la Autoridad de Gestión

1.2 Métodos y técnicas utilizadas

Una evaluación consiste, fundamentalmente, en valorar el grado de cumplimiento de unas determinadas metas u objetivos asociados a un plan, un programa o un proyecto así como los resultados y efectos derivados.

La metodología empleada para formalizar la evaluación del plan de comunicación consiste en combinar indicadores cuantificables de manera que puedan ser agregados con facilidad y elaborados y valorados de manera unívoca, junto a valoraciones cualitativas obtenidas por parte del evaluador mediante entrevistas y encuestas.

1. Análisis documental

El análisis documental resulta imprescindible para el proceso evaluativo ya que es necesario comprender el contexto jurídico, normativo, social, comprensión de las propias intervenciones: finalidad, lógica, objetivos e instrumentos, analizar el sistema y los procedimientos de gestión, analizar la ejecución mediante informes anuales, expedientes, etc. y la obtención de datos estadísticos y opiniones.

Este análisis permite situar el marco de referencia que debe tenerse en cuenta para realizar la evaluación de las actuaciones en materia de Información y

Publicidad. Para este informe se han revisado, entre otros, los siguientes documentos y páginas web:

- Reglamento (CE) N° 1083/2006 del Consejo, de 11 de julio de 2006, por el que se establecen las disposiciones generales relativas al Fondo Europeo de Desarrollo Regional, al Fondo Social Europeo y al Fondo de Cohesión y se deroga el Reglamento (CE) n° 1260/1999 .
- Reglamento 1828/2006 de la Comisión, de 8 de diciembre de 2006, que fija normas de desarrollo para el Reglamento (CE) n° 1083/2006, por el que se establecen las disposiciones generales relativas al FEDER, FSE y al Fondo de Cohesión, y el Reglamento (CE) n° 1080/2006 del Parlamento Europeo y del Consejo, relativo al FEDER.
- Reglamento (CE) n° 846/2009 de la Comisión , de 1 de septiembre de 2009, que modifica el Reglamento (CE) n° 1828/2006, por el que se fijan normas de desarrollo para el Reglamento (CE) n° 1083/2006
- Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER, Fondo de Cohesión y FSE 2007-2013
- Plan de Comunicación de los Programas Operativos FEDER y FSE de Aragón 2007-2013
- Instrucciones prácticas para la aplicación de las medidas de información y publicidad de las intervenciones cofinanciadas por los Fondos Europeos (emitidas por el Organismo Intermedio)
- Página web de la Autoridad de Gestión de FEDER, perteneciente a la Dirección General de Fondos Comunitarios (www.dgfc.sggp.meh.es) y de FSE, perteneciente a la Unidad Administradora del Fondo Social Europeo (<http://www.empleo.gob.es/uafse/>)
- Página web del Gobierno de Aragón (www.aragon.es), en particular del Departamento de Hacienda y Administración Pública, donde pertenece el Organismo Intermedio de Aragón: la Dirección General de Presupuestos, Financiación y Tesorería (en adelante DGPFT u ORGANISMO INTERMEDIO).
- Documentación relevante emitida por las distintas redes de comunicación: INFORM, INIO, GERIP y GRECO-AGE
- Informes de ejecución anuales 2010, 2011 y 2012.
- Actas de Comité de Seguimiento y de las reuniones de los Grupos de discusión
- Manual de Procedimiento del Organismo Intermedio Dirección General de Presupuestos, Financiación y Tesorería.
- Manuales de procedimiento de órganos gestores/colaboradores
- Informes de control de verificación del artículo 13 del Organismo Intermedio (Dirección General de Presupuestos, Financiación y Tesorería).

2. Sistema de indicadores

Se han introducido una batería de indicadores que permiten evaluar y realizar un seguimiento de las actuaciones del Plan de Comunicación, y se han establecido unos objetivos sobre ellos al principio del periodo. Estos objetivos debieron modificarse posteriormente según fue necesario cuando el objetivo planteado había sido ampliamente superado o iba a serlo inminentemente.

Se han introducido los tres tipos de indicadores habituales:

- a. Indicadores de realización, para conocer la magnitud y el tipo de actuaciones de información y publicidad que se han llevado a la práctica
- b. Indicadores de resultado, para evaluar los efectos inmediatos directamente asociados a las actuaciones de información y publicidad contenidas en los planes
- c. Indicadores de impacto, que permiten valorar los efectos o consecuencias más generales y a largo plazo de las actuaciones en materia de información y publicidad.

Estos indicadores son adecuados al tipo de actividades que se han elegido para el Plan de comunicación aprobado para Aragón, es decir:

- Actividades y actos públicos
- Difusión en medios de comunicación
- Publicaciones realizadas
- Información a través de páginas web
- Información a través de cualquier tipo de cartelería
- Instrucciones emitidas hacia los participantes en los programas operativos
- Redes de información y publicidad

Los indicadores de realización y de resultado se obtienen directamente de las actuaciones ejecutadas y son valorados por los órganos gestores/colaboradores responsables de cada actuación, que los envían al Organismo Intermedio y éste tras su supervisión respecto a la cuantificación y descripción de los mismos, los introduce en la aplicación que la AG ha diseñado a través de su página web.

Los indicadores de impacto se valoran a través de las entrevistas a órganos gestores/colaboradores (Grado de conocimiento, tasa de satisfacción respecto a la información facilitada, y Tasa de utilidad de las actuaciones), así como mediante encuestas realizadas a la ciudadanía (Grado de conocimiento de los distintos Fondos Estructurales y del Fondo de Cohesión, y Grado de conocimiento del papel desempeñado por la Unión Europea)

3. Entrevistas

Se trata de entrevistar directamente o mediante encuestas para obtener información cuantitativa y cualitativa que complete, e incluso explique, la obtenida de los indicadores de evaluación. Se plantean distintos tipos de entrevista, en cada una de las cuales, el evaluador utiliza los cuestionarios propuestos en los anexos de la Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación.

- Entrevista a los órganos gestores/colaboradores y/o beneficiarios vía telefónica, y entrevista presencial al Servicio de Fondos Europeos del Gobierno de Aragón (en adelante, SFE).

Se han realizado entrevistas con:

FEDER (la totalidad de los Órganos Gestores) que pertenecen a los siguientes organismos:

1. Dirección General de Industria y de la Pequeña y Mediana Empresa

2. Dirección General de Nuevas Tecnologías
3. Dirección General de Conservación del Medio Natural
4. Dirección General de Calidad Ambiental
5. Dirección General de la Función Pública y Calidad de los Servicios
6. Dirección General de Patrimonio Cultural.
7. Centro de Investigación y Tecnología Agroalimentaria (CITA)
8. Instituto Tecnológico de Aragón (ITA)
9. Aragonesa de Servicios Telemáticos (AST)
10. Servicio de Fondos Europeos

FSE (11 de los 14 Órganos Colaboradores) que pertenecen a los siguientes organismos:

1. Casa de la Mujer del Ayuntamiento de Zaragoza
2. Instituto Aragonés de Empleo – Servicio de Formación
3. Instituto Aragonés de Empleo – Servicio de Promoción de Empleo
4. Instituto Aragonés de Empleo – Servicio de Intermediación
5. Dirección General de Política Educativa y Educación Permanente
6. Instituto Aragonés de la Mujer
7. Instituto Aragonés de Servicios Sociales
8. Instituto Tecnológico de Aragón
9. Zaragoza Logistics Center
10. Dirección General de Ordenación Académica
11. Dirección General de Investigación e Innovación

Del tramo nacional, se escogió y entrevistó a una muestra representativa conformada por:

1. ICEX
 2. Ayuntamiento de Huesca
 3. Red.es
- Entrevista a la ciudadanía, que pretende evaluar la visibilidad de los Fondos Europeos entre el público en general y calcular los indicadores de impacto que determinan si el ciudadano conoce el papel que la Unión Europea juega en la mejora de su calidad de vida. Esta entrevista se ha realizado mediante encuesta telefónica aplicando el sistema CATI (ComputerAssistedTelephoneInterviewing) al diseño muestral indicado en la Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación que, para el caso de Aragón, consta de 544 encuestas que respetan la distribución poblacional, por sexo y edad, de Aragón.

1.3 Valoración de lo anterior

A diferencia de la evaluación intermedia se convocó a todos los órganos colaboradores/gestores para la realización de la entrevista consiguiendo una amplia respuesta y obteniendo casi una plena participación.

Por otra parte, los indicadores utilizados en el Plan de Comunicación son adecuados como fuente de información sobre la realización de las acciones, el resultado inmediato generado y el impacto a medio y largo plazo de las mismas, y permiten evaluar completamente el cumplimiento de los objetivos globales del plan de comunicación: la transparencia en la gestión de los Fondos y la visibilidad al público en general.

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

En este capítulo se exponen el nivel de desarrollo de las recomendaciones realizadas en la evaluación intermedia. Dicho informe concluyó con 5 ámbitos de mejora que se comentan a continuación:

A.M.1. Adoptar medidas que favorezcan el conocimiento de la página web, especialmente aprovechando sinergias a través de otras actuaciones de publicidad o información.

Se consultó a los Órganos Colaboradores/gestores sobre la aplicación de la recomendación. En este sentido, la mayoría afirma enlazar la información publicada en Internet con otras páginas web. No obstante, no constituye una práctica común referenciar la página web en los materiales editados a través de otros soportes.

Asimismo, en la anualidad 2011, se aprobó una operación en el mismo Programa Operativo destinada a la mejora del Portal del Gobierno de Aragón. Esta acción permitió poner un acceso directo al contenido del Servicio de Fondos Europeos y por tanto a los contenidos de comunicación y difusión de las actuaciones cofinanciadas por Fondos Estructurales.

Además, el Concurso Multidisciplinar “Construyendo Europa desde Aragón” sirvió para fomentar el conocimiento de la página web dado que en los materiales publicados se hizo referencia a su existencia así como también se redireccionó a los usuarios a las redes sociales. Uno de los objetivos de dicho concurso fue el de dar a conocer la página web y el eslogan utilizado durante este período.

Todos los Departamentos del Gobierno de Aragón tienen reservado un espacio en la página web, el Servicio de Fondos Europeos (SFE) incluye noticias tanto relacionadas con el FSE como con el FEDER, publican además los cursos de formación disponibles y también editan las distintas informaciones en “Aragón Hoy”. Por otra parte, al formar parte de los miembros de la Red Aragonesa de Información Europea (RAIE), en la página web de esta Red existe un enlace a la web del Servicio de Fondos Europeos, por lo que se puede afirmar que existe una correlación adecuada entre las distintas actuaciones realizadas en materia de información y publicidad.

El número de visitas a las páginas web obtenidos finalmente en la Comunidad Autónoma de Aragón ha sido elevado teniéndose que revisar y actualizar el valor meta a alcanzar con el Plan de Comunicación. No obstante, a finales de junio de 2013 no se había alcanzado la previsión de 170.000 visitas establecida en la última previsión aunque se espera su consecución al final del período de intervención.

A.M.2. Celebración de sesiones o jornadas con los órganos gestores/colaboradores y/o beneficiarios de los programas, específicas en materia de información y publicidad.

Siguiendo la recomendación establecida se organizó una jornada formativa el 3 de noviembre de 2011 bajo el nombre “*Información y publicidad de las operaciones cofinanciadas por FEDER y FSE para el período 2007-2013*”, en ella participaron como ponentes la Jefa de Servicio de Fondos Europeos del Gobierno de Aragón, una Vocal Asesora del MINHAP, el Responsable del Gabinete de Comunicación del Gobierno de Aragón y un representante de la Universidad San Jorge, tuvo una asistencia de unas 60 personas. Los temas tratados fueron los siguientes:

“Construyendo Europa desde Aragón”

- Obligaciones en materia de información y publicidad. Indicadores. Plan de Comunicación. Evaluación.
- La importancia del cumplimiento de las obligaciones de información y publicidad. Tareas del Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas (MINHAP) y de la Unidad Administradora del Fondo Social Europeo (UAFSE). El GERIP. Grupo GRECO-AGE. Red Informa y Red INIO
- El papel del Gabinete de Comunicación del Gobierno de Aragón como interlocutor con los medios de comunicación en la difusión de las acciones cofinanciadas por los Fondos Estructurales
- Canales y medios para la difusión de las acciones cofinanciadas. Sensibilización de los medios

Tal y como se ha podido constatar a través de las entrevistas, se continua llevando a término reuniones bilaterales con los órganos gestores/colaboradores en las que se trataron específicamente aspectos relacionados con la información y publicidad.

Además, el SFE incluye en todos los cursos y jornadas organizadas el tratamiento de aspectos específicos en materia de información y publicidad, ejemplo de ello son los planteados en las jornadas anuales del Centro Europeo de Empresas.

A.M.3. Incremento del número de acciones de información y publicidad de los Órganos gestores/colaboradores y/o beneficiarios de Aragón.

Se han conseguido unos niveles de ejecución por encima de lo programado inicialmente. En este sentido, los órganos gestores/colaboradores han ido asumiendo en mayor grado sus responsabilidades sobre las actuaciones de información y publicidad. Durante este segunda tramo de aplicación del Plan de Comunicación el tramo regional ha ejecutado un mayor volumen de actuaciones, este hecho se correlaciona con la mayor sensibilización y grado de importancia dada por el SFE para el cumplimiento de los objetivos y directrices en materia de I+P.

Debe tenerse en cuenta que se estableció una instrucción específica para FSE y otra para FEDER específica en materia de I+P y también que en las reuniones bilaterales se trató de forma específica y personalizada la revisión de las actuaciones ejecutadas por los órganos gestores y colaboradores.

A.M.4. Aprovecharse de la especialización de los gestores o colaboradores para dar difusión a la ciudadanía sobre la contribución de los fondos en Aragón a aquellos temas que revisten mayor interés (el desempleo, la economía, el agua, etc.).

El 53% de los Órganos gestores/colaboradores pusieron en marcha alguna actuación de publicidad para hacer ver los logros conseguidos en actuaciones cofinanciadas con fondos europeos específica de aquellos temas que tratan en su participación en el PO. No obstante, el resultado no es el esperado. Los órganos gestores y colaboradores tienen algunas limitaciones para comunicar de forma efectiva los resultados obtenidos, en este sentido, debe tenerse en cuenta que estos órganos están mayormente centrados en las tareas de gestión.

Por las características de algunas actividades parece ser menos pertinente la comunicación de resultados pues, por ejemplo, se tratan aspectos internos de la Administración o bien las actuaciones llevadas a cabo no tienen una repercusión directa y lineal sobre la calidad de vida de los ciudadanos. No por ello sigue constituyendo un área de mejora la comunicación, en mayor grado, de los resultados obtenidos.

Se debe poner en relieve, también, las reuniones de trabajo realizadas entre la Dirección de Comunicación del Gobierno de Aragón y el SFE para fomentar la utilización de los criterios adecuados sobre las noticias relacionadas con los dos Programas Operativos. Se incrementó notablemente la concienciación sobre la necesidad de comunicar la cofinanciación europea y sobre como la prensa debe tratar la información generada.

Además debe tenerse en cuenta que es al final del período cuando se visibilizan los resultados obtenidos con las operaciones y por ello se prevé que sea en este momento cuando se incremente el número de acciones de información y publicidad dirigidas a este fin.

A.M.5. Tener en cuenta los canales de comunicación basados en tecnologías de la sociedad de la información, principal fuente de información sobre el conjunto de la población juvenil.

Para reflejar el cumplimiento de esta recomendación se hace referencia a la iniciativa del Servicio de Fondos Europeos del Gobierno de Aragón en la que invitó a participar a la ciudadanía a participar en la primera edición del Concurso Multidisciplinar “Construyendo Europa desde Aragón”.

El concurso constaba de cuatro categorías: Fotografía, Periodismo, Vídeo y Publicidad. Esta actividad se planteó con el objetivo de dar a conocer el lema elegido por el Organismo Intermedio para identificar las actuaciones cofinanciadas por los Fondos Europeos en Aragón: “Construyendo Europa desde Aragón”, y sobre todo para que la ciudadanía, y especialmente los jóvenes, conocieran las actuaciones cofinanciadas.

El concurso se promovió por distintos canales de comunicación basados en las tecnologías tales como páginas web así como en las redes sociales. Se difundió la información relativa al concurso a través de la página web del Gobierno de Aragón y otros medios de comunicación cercanos a los jóvenes, como las redes sociales Facebook y Twitter (facebook.com/unioneuropeadga y twitter.com/unioneuropeadga), en la web de la Universidad de Zaragoza, y en El Boletín del CIPAJ N°297/Abril 2011. Con la colaboración de Europe Direct se hizo llegar a todos los centros escolares de Aragón, y a través de la Red Aragonesa de Información Europea se hizo uso de los medios de difusión del resto de los miembros para ampliar el alcance.

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

Durante el intervalo de tiempo que se contempla en esta evaluación no se produjeron modificaciones en cuanto a la programación que concreta el Plan de Comunicación de Aragón. En este sentido, los análisis efectuados en la evaluación intermedia sobre la pertinencia, la coherencia y la validez fueron óptimos al considerar un planteamiento correcto de la estrategia.

Al no producirse modificaciones el análisis de la programación de la estrategia de comunicación, consistente en el estudio de la coherencia interna y externa y efectuado en la anualidad 2010 no se ha visto alterado durante la evaluación final efectuada en el año 2013.

No obstante, se revisaron y actualizaron los valores meta sobre los indicadores establecidos en el Plan en dos ocasiones. Resulta recomendable que en el próximo período de programación se realice una previsión más pormenorizada de los valores a alcanzar con la ejecución de las actuaciones. En este sentido, el desajuste manifestado en este período de intervención ha provocado tener que modificar los valores a alcanzar. La dispersión en la programación generó una concreción inicial de los objetivos poco realista y el tener que reorientar el Plan de Comunicación.

A favor de este aspecto cabe manifestar que el cumplimiento avanzado de los valores meta correspondió a una alta proactividad en cuanto a la ejecución en materia de I+D, la decisión de reprogramación ha permitido incrementar el impacto alcanzado pues se optó por establecer unos valores meta más ambiciosos y realistas que se pretenden alcanzar durante el fin del período de programación.

3.1 Principales avances conseguidos respecto a la Pertinencia del Plan.

En relación a este apartado, se reproducen los resultados del análisis obtenidos con la evaluación intermedia. La estrategia de comunicación para 2007-2013 se basó en objetivos concretos que pretendían dar respuesta a las recomendaciones y conclusiones obtenidas con anterioridad. Así, para la determinación de los objetivos finales del Plan de Comunicación de Aragón se asimilaron los que estableció la Comisión Europea en materia de Comunicación, garantizando por tanto la pertinencia del Plan:

O.1. Mejorar la visibilidad de la actuación de la Unión Europea.

O.2. Avanzar en la transparencia de la gestión de los Fondos Estructurales.

El primero de estos objetivos consiste en informar suficientemente a los ciudadanos de la Unión Europea en general y a los aragoneses en particular, del papel que desempeña Europa en los programas de financiación destinados a reforzar la competitividad económica, crear más y mejores empleos y fortalecer la cohesión interna.

Por su parte, con el segundo de los objetivos se pretende mejorar la transparencia en la gestión de estos fondos garantizando, entre las partes interesadas, una amplia difusión de la información sobre las diferentes oportunidades de financiación disponibles, los objetivos que se persiguen con estas actuaciones, los criterios de selección de las operaciones, así como las condiciones de elegibilidad, los sistemas de gestión y

seguimiento y las obligaciones que en materia de difusión de estas operaciones deben ser asumidas por los beneficiarios.

Estos objetivos se concretan a su vez, en un conjunto de Temas Prioritarios de Comunicación (TPC). Tales TPC están directamente relacionados con los objetivos finales del Plan y permiten apreciar mejor cómo las actuaciones diseñadas favorecen su cumplimiento. Dichos TPC son los siguientes:

El Objetivo 1 se desarrolla a través de los siguientes dos TPC:

- ✓ TPC. 1.1. Destacar y difundir al conjunto de la sociedad la importancia de los Fondos Estructurales en el desarrollo económico y social de Aragón.
- ✓ TPC. 1.2. Destacar y difundir los beneficios obtenidos en Aragón gracias a los Fondos Estructurales.

Con relación al Objetivo 2, los TPC son:

- ✓ TPC. 2.1. Mejorar el conocimiento de los agentes implicados sobre las intervenciones estructurales en Aragón.
- ✓ TPC. 2.2. Mejorar el conocimiento de los agentes implicados sobre la normativa comunitaria relativa a los Fondos Estructurales.

En cuanto a los grupos de destinatarios del Plan de Comunicación de Aragón, se definen dos tipos diferenciados, de conformidad con sus objetivos:

- Los destinatarios directos, aquellos con mayor implicación en la gestión de los programas operativos, que podrán ser de *carácter interno* (las autoridades de gestión de los programas, los Organismos Intermedios y los Órganos gestores/colaboradores y/o beneficiarios) o de *carácter externo* (los beneficiarios potenciales de los programas).
- Los destinatarios indirectos, en concreto los medios de comunicación y los agentes económicos y sociales, las entidades sin ánimo de lucro, las organizaciones profesionales, comerciales y empresariales, los centros de información sobre Europa, los centros de formación; etc., así como la sociedad en general.

Se aprecia en este sentido que la definición de los destinatarios ha sido coherente con los objetivos establecidos en el Plan de Comunicación.

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

Para el análisis de la consistencia interna efectuada ya en la evaluación intermedia se partió de los objetivos definidos en el Plan de Comunicación los Programas Operativos FEDER y FSE de Aragón 2007-2013. En su conjunto, la finalidad del plan ha sido dar mayor visibilidad y transparencia a las actuaciones de la Unión Europea en Aragón, así como trasladar una imagen homogénea y coherente a la ciudadanía.

El Plan nació con la idea de conseguir que un mayor número de destinatarios de las actuaciones de los Programas Operativos sea consciente del origen comunitario de la ayuda que reciben y también conocedor de los sectores o ámbitos de intervención que potencia la Unión Europea. En este sentido, el Plan de Comunicación distingue como sus destinatarios los “directos” (autoridades de gestión de los programas, Organismos Intermedios y beneficiarios o beneficiarios potenciales) y los destinatarios indirectos

(medios de comunicación, agentes económicos y sociales, entidades sin ánimo de lucro, centros de información sobre la UE, etc.).

Como ya se ha comentado, los dos objetivos finales O1 “Mejorar la visibilidad de la actuación de la Unión Europea” y O2 “Avanzar en la transparencia de la gestión de los Fondos Estructurales”) del Plan de Comunicación tienen como destinatarios a los beneficiarios, a los beneficiarios potenciales y al público en general.

Tales objetivos se concretaron en los cuatro Temas Prioritarios de Comunicación (TPC) mencionados, que permiten apreciar mejor cómo las actuaciones diseñadas favorecen su cumplimiento. El análisis de la relación entre los TPC permite determinar el grado de influencia entre objetivos:

- El TPC 1.1 (“importancia de los Fondos Estructurales”) y el TPC.1.2 (“beneficios obtenidos en Aragón por los Fondos”) tiene una influencia alta entre sí, pues las prioridades informativas del segundo constituyen un abanico de información que posibilita la efectiva realización de las prioridades del primero y ambos temas se dirigen mayoritariamente al mismo público objetivo (los beneficiarios potenciales y el público en general). Asimismo, el TPC 1.1 presenta un grado de sensibilidad o dependencia respecto al resto de objetivos mayor que el resto. En este sentido, destaca su dependencia del resto de objetivos y su carácter estratégico, pues su consecución supone, en gran medida, la consecución de los otros objetivos.
- Por su parte, el TPC 2.1 (“conocimiento de las intervenciones”) tiene capacidad de influencia sobre el TPC 1.1 y TPC 1.2, en la medida que al mejorar el conocimiento de las intervenciones cofinanciadas con los Fondos Estructurales coadyuva a la difusión de su importancia y al conocimiento de los beneficios obtenidos en Aragón. En consecuencia, este objetivo también se considera estratégico.
- Finalmente, el TPC 2.2 es el que menos influencia tiene sobre el resto y, en paralelo, el que depende en menor medida de la consecución del resto de objetivos, por lo que mantiene un carácter de independencia respecto al resto.

En general, el cumplimiento del objetivo final “Mejorar la visibilidad de la actuación de la Unión Europea” depende, en mayor grado, del objetivo “Avanzar en la transparencia de la gestión de los Fondos Estructurales”.

Por otra parte, la relación entre las medidas específicas de información y publicidad y los TPC y objetivos del Plan de Comunicación es consistente por asociarse todas las medidas al menos a un TPC, y por tanto a un objetivo y, más allá, por quedar cubiertos todos los objetivos con las medidas previstas.

Desde el punto de vista cuantitativo, el objetivo con mayor número de medidas de información y publicidad es el O1 (visibilidad de la actuación de la UE). En concreto, el 76% de las medidas atienden a los TPC 1.1 (“importancia de los Fondos Estructurales”) y TPC.1.2 (“beneficios obtenidos en Aragón por los Fondos”). Esta concentración del esfuerzo en tales medidas específicas se corresponde con el carácter estratégico (o la capacidad de influencia) de dichos TPC respecto al resto.

Con todo ello, se puede afirmar que los objetivos del Plan de Comunicación del Gobierno de Aragón han sido coherentes y que las medidas de comunicación previstas han respondido adecuadamente a tales objetivos.

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

Respecto a los medios económicos previstos en el Plan de Comunicación de Aragón, es preciso destacar que la cuantificación económica de los recursos empleados ha sido compleja, no obstante se han tenido en cuenta todas las indicaciones establecidas en la Red GERIP. El Plan de Comunicación estimó que el presupuesto total para poner en ejecución las herramientas de este Plan se elevara hasta los 820.000 euros para el periodo 2007-2013, se ha logrado cuantificar actuaciones por un importe aproximado de 740.785 euros, por lo que el grado de ejecución financiera estaría dentro de unos términos aceptables entendiéndose que no ha sido posible cuantificar con exactitud la totalidad de los recursos económicos empleados y que todavía no se ha alcanzado el final del periodo de intervención.

Como se apuntaba en la anterior evaluación en relación con los medios humanos del Plan de Comunicación, la Dirección General de Presupuestos, Financiación y Tesorería (DGPFT) del Departamento de Hacienda y Administraciones Públicas del Gobierno de Aragón es el Organismo Intermedio del tramo regional y, en virtud de las disposiciones de aplicación de los programas operativos, tiene atribuidas las funciones que en materia de información y publicidad establece el artículo 69 del Reglamento (CE) N° 1083/2006.

De acuerdo con lo determinado por el Reglamento (CE) n° 1828/2006 de la Comisión (artículo 2), la DGPFT elaboró el Plan de Comunicación que recoge las actuaciones destinadas a los beneficiarios potenciales, a los beneficiarios y al público en general.

Para aplicar el Plan de Comunicación y asegurar el cumplimiento de la normativa comunitaria en esta materia, el propio Plan determina varios agentes, responsables también de la gestión de los Fondos Estructurales.

En concreto, para la ejecución de las tareas de coordinación de las acciones del Plan, se ha contado, a nivel de la Administración General del Estado, con la participación de las personas responsables en materia de información de las respectivas Autoridades de Gestión de los Programas Operativos de FEDER y FSE de Aragón y, a escala autonómica, la persona responsable es la Jefa de Servicio de Fondos Europeos del Organismo Intermedio del tramo regional.

El Organismo Intermedio es miembro de la Red Aragonesa de Información Europea de Aragón, plataforma que reúne a los organismos encargados de la difusión en Aragón de las actividades de la Unión Europea, en cada uno de sus campos de actuación específicos.

En cuanto a los órganos gestores/colaboradores y/o beneficiarios de los programas operativos, se presenta una dotación de medios humanos reducida, sin que se disponga, como regla general, de personas con una dedicación exclusiva a las tareas relacionadas con la información y publicidad de los programas operativos.

El trabajo en red es un instrumento que ha permitido optimizar los recursos dedicados a la ejecución del Plan de Comunicación. A nivel europeo, se han constituido las redes INFORM e INIO, mientras que a nivel nacional, se ha creado el Grupo Español de Responsables en materia de Información y Publicidad (GERIP), en el que participan los responsables en materia de Información y Publicidad de los Programas Operativos, además de las autoridades de gestión del FEDER: las subdirecciones generales de

Administración del FEDER y del Fondos de Cohesión y de Cooperación Territorial Europea (ambas de la Dirección General de Fondos Comunitarios del Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas) y del FSE: la Unidad Administradora del FSE del Ministerio de Empleo y Seguridad Social, a través de las personas responsables en materia de información y publicidad.

Por otra parte, también se constituyó el Grupo de Responsables de Comunicación de los Organismos de la Administración General de Estado (GRECO-AGE), en el que participan también entidades locales beneficiarias de los programas.

En el seno de dichas redes de comunicación se han realizado reuniones periódicas de cara a marcar las pautas en materia de seguimiento y evaluación de las acciones de información y publicidad relativas a las actuaciones cofinanciadas con Fondos Estructurales. Mientras que el objetivo último consiste en lograr una mayor visibilidad de estos fondos, unido a incrementar la concienciación de la ciudadanía acerca del papel que la UE desempeña en la mejora de su calidad de vida, los objetivos específicos de las mismas son el intercambio de experiencias y la unificación de criterios. Estos aspectos son percibidos como muy útiles por parte de los órganos gestores.

Finalmente, respecto a los medios técnicos, las autoridades de gestión desarrollaron una aplicación “ad hoc”, llamada INFOCO, que está disponible desde el 21 de septiembre de 2009.

Para poder proceder al volcado en dicha aplicación se requiere de una autenticación de un certificado digital, y desde las autoridades de gestión se han facilitado claves a los responsables de comunicación de los distintos agentes con el objeto de que sean identificados. INFOCO, que en definitiva se trata de un repositorio, que permite recopilar los datos básicos de los indicadores, a saber, valores de realización y resultado, fecha de los mismos, montantes económicos estimados y plan/es de comunicación a los que afecta. Además, INFOCO volcará automáticamente dicha información a los módulos definitivos de Fondos2007 y FSE2007 una vez entren en funcionamiento.

INFOCO permite al responsable de comunicación de cada agente introducir los datos de indicadores y realizar un seguimiento para la edición de los ya incluidos, mediante una consulta efectuada por fechas de volcado o por fecha de realización del indicador. Además extraer informes acerca del nivel de ejecución y su porcentaje sobre los valores programados en los distintos Planes de Comunicación o en los Programas Operativos.

3.4 Consideración del Principio de Igualdad de Oportunidades en la estrategia de comunicación

El Plan de Comunicación de Aragón especifica la aplicación del principio horizontal de igualdad de oportunidades en la estrategia de comunicación aunque no lo desarrolla. Esta práctica ha sido la común en cuanto a la programación de la estrategia de los distintos PO's en España durante el período 2007-2013. Por el contrario, en la fase de aplicación del Plan de Comunicación, el Organismo Intermedio estableció las directrices oportunas referentes a la aplicación de este principio.

El Plan de Comunicación se correlaciona con los objetivos generales de los dos PO's que tienen entre sus finalidades la igualdad entre hombres y mujeres. Además, el Eje 2 “Fomento de la empleabilidad, la inclusión social y la igualdad entre hombres y mujeres” del PO FSE de Aragón trata específicamente este asunto.

Además, tal y como se especificaba en la anterior evaluación, se ha comprobado la existencia de operaciones con esta temática, la igualdad de oportunidades, por ejemplo

se ha aplicado en los criterios de selección, promocionando el acceso de las mujeres al mercado laboral, a puestos de trabajo en subrepresentación femenina (como ejemplo ver apartado 9. Buenas prácticas “Coeducación y corresponsabilidad en la vida laboral, familiar y personal”).

Es preciso destacar la labor que realiza el Organismo de Igualdad responsable en la Comunidad Autónoma en las funciones de comunicación e información a lo largo del PO. El Organismo Intermedio dotó de un papel relevante al Instituto Aragonés de la Mujer (IAM) no solo en los aspectos de programación y validación de las operaciones que el PO financiara, sino en cuestiones relacionadas con la visibilidad y la dinamización del todo el Programa.

Se resalta su papel fundamental a la hora de emitir informes de contribución a la perspectiva de género en valoraciones positivas, negativas o neutras, en todas las operaciones del PO. Siendo esta cuestión relevante en la elegibilidad de la operación, y así permitiendo la divulgación y comunicación metodológica de sus aspectos evaluativos.

Junto al Organismo de Igualdad, la Casa de la Mujer dependiente del Ayuntamiento de Zaragoza colabora en la realización de acciones en su ámbito de comunicación.

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

4.1 Avance en la ejecución de las medidas de información y publicidad

A partir de lo indicado en la Guía de Seguimiento y Evaluación realizada por la Autoridad de Gestión y los Organismos Intermedios, en este apartado se estudian las medidas y actuaciones en materia de publicidad e información con el objetivo de conocer los avances producidos en 2011-2013.

Tal y como se especificaba en la anterior evaluación en 2010, el Plan de Comunicación de los Programas Operativos FEDER y FSE del Gobierno de Aragón incluye medidas dirigidas a la ciudadanía y medidas que tienen como destinatarios el resto de agentes específicos (órganos colaboradores, beneficiarios, potenciales beneficiarios, etc.)

El grado de avance de la ejecución de las medidas se analiza a través de:

- La información cualitativa recabada en los cuestionarios cumplimentados por los gestores
- Y los indicadores de seguimiento de las medidas, de realización y resultados.

Cuestionarios.

Para analizar el avance de la ejecución se ha tenido en cuenta, por un lado, los resultados obtenidos de los cuestionarios cumplimentados por los gestores, en los cuales respondieron preguntas sobre las actuaciones realizadas en materia de comunicación.

El cuestionario utilizado en la presente evaluación tiene como referencia el diseñado en 2010 e incorpora las siguientes siete preguntas que se plantearon a raíz de las conclusiones y recomendaciones obtenidas de la evaluación anterior.

Nº pregunta en cuestionario	Pregunta
4	<i>¿Ha recibido, entre 2011 y 2013, instrucciones específicas sobre la cumplimentación y remisión de los indicadores de información y publicidad aplicables al seguimiento y la evaluación?</i>
13	<i>¿Ha adoptado medidas que favorezcan el conocimiento de la existencia de las páginas web, especialmente aprovechando sinergias a través de otras actuaciones de publicidad o información?</i>
18	<i>¿Ha notado durante el periodo 2011-2013 la dedicación de un mayor esfuerzo en la realización de reuniones, jornadas y/o cursos en materia de comunicación? Explique cómo se justifican sus observaciones.</i>
22	<i>¿Ha dispuesto de instrucciones específicas sobre las medidas a llevar a cabo para el cumplimiento efectivo de la disposición sobre inclusión de la perspectiva de género en las actividades de información y publicidad?</i>
24	<i>¿Contribuye a la difusión de buenas prácticas de los proyectos recogidos en el/los PO's para los que se ha elaborado el Plan de Comunicación?</i>

Nº pregunta en cuestionario	Pregunta
25	¿Han incluido en los checklist de verificación administrativa algún punto de control sobre la utilización del lema del FSE/FEDER en el material de comunicación puesto en práctica? Por favor remítanos una copia del/de los modelo/s que utiliza/n.
26	¿Cumplimenta indicadores de comunicación (realización y/o resultado) como consecuencia de su participación en el PO? Indique cuáles. Exponga los cambios notados y adoptados en materia de información y publicidad durante el periodo 2011-2013 respecto al periodo 2007-2011.

En el periodo 2010-2013, se mantiene la misma tipología y naturaleza de las actuaciones de información, celebradas a diferentes niveles y dirigidas a organismos.

El grado de respuesta de los cuestionarios ha sido del 100%, pese a la heterogeneidad y diversidad de los organismos. Cumplimentándolo en tiempo y forma.

Conclusiones de carácter general extraídas en la evaluación de 2011 y vigentes en la evaluación de 2013.

- El tipo de actividades de comunicación realizadas tienen como público objetivo a la ciudadanía, beneficiarios finales y posibles destinatarios.
- La totalidad de los organismos intermedios conocen el Plan de Comunicación de FEDER y FSE del Gobierno de Aragón, así como las guías e instrucciones metodológicas elaboradas. El acceso a la documentación de referencia ha sido en su mayoría por formato electrónico a través de páginas Web.
- La difusión entre las personas participantes en las acciones de empleo, se ha llevado a cabo a través de diferentes fuentes y por diversos medios, de manera coherente y armonizada.

Conclusiones de carácter general extraídas en la evaluación de 2011 y que han sufrido modificaciones en la evaluación 2013.

- Las jornadas informativas se han reforzado, resultando fundamentales para coordinar las labores de comunicación. En este sentido, los Órganos Gestores y colaboradores manifestaron haber notado un mayor esfuerzo en la comunicación de las directrices durante el segundo tramo que incluye la evaluación final, siguiendo las recomendaciones vertidas en la anterior evaluación.
- En términos de ejecución, además se observa que:
 - En 2011 el número de asistentes alcanzaba un 19,10% mientras que en 2013 este porcentaje ya alcanzaba el 61%, es decir, alrededor de un 40% más.
 - El número de actuaciones de difusión era representaba un 23% en la primera evaluación mientras que en 2013 ya se refleja un grado de ejecución del 79%.

4.2 Ejecución global del periodo 2007-2013

El objetivo de este apartado es estudiar exclusivamente las medidas y actuaciones en materia de información y publicidad, conocer los avances y su relación con lo previsto en el Plan de Comunicación.

Para ello el equipo evaluador ha tenido acceso a la aplicación de evaluación y seguimiento del Plan de Comunicación, que se halla en la web de la Autoridad de Gestión (www.dgfc.sgpg.meh.es), en la que obtiene un informe global del Plan de Comunicación e informes del Plan de Comunicación por beneficiario, así como los datos de las actuaciones por tipo de actividad de cada organismo y el global de indicadores del plan objeto de evaluación.

A continuación, se presentan los valores globales (acumulados) alcanzados entre el 1 de enero de 2007 hasta el 30 de junio de 2013 (última grabación disponible), de los indicadores del Plan de Comunicación:

Tipo Actividad	Indicador realización	Programación	Ejecución	%	Indicador Resultado	Programación	Ejecución	%	Montante estimado
1	Nº actividades y actos públicos	500	455	91%	Nº asistentes de	62.000	49.294	79,50%	166.909
2	Nº de acciones de difusión	500	443	88,60%	121.780				
3	Nº de publicaciones externas realizadas	322	274	85,10%	% publicaciones distribuidas / editadas	100%	97,60%		193.879
					Nº puntos de distribución	98	56	57,10%	
4	Nº de páginas Web	3	3	100%	Nº de Visitas	170.000	113.740	66,90%	5.602
5	Nº de soportes publicitarios	365	317	86,80%	211.226				
6	Nº de documentación interna distribuida	245	213	86,90%	% de organismos cubiertos	100%	100%		8.735
7	Nº de redes de información y publicidad	4	4	100%	Nº reuniones	81	67	82,71%	12.303
					Nº asistentes	100	90	90,10%	

Fuente: DG Fondos Comunitarios. Aplicación de Seguimiento de Información y Publicidad.

Todos los niveles de ejecución de los indicadores de realización se hallaron a finales de junio de 2013 por encima del 85%, cantidades óptimas teniendo en cuenta las reformulaciones de los valores meta llevadas a término durante la ejecución del Plan de

Comunicación y que el período de intervención no se considera finalizado en el momento de evaluación en materia de comunicación.

Respecto al tipo de actividad 01 “Nº actividades y actos públicos”, se han logrado ejecutar 455 actuaciones que suponen un 91% sobre lo previsto en el último valor meta prefijado. Tal y como se advirtió en la anterior evaluación, la primera previsión fue de 190, incrementándose en 230 y finalmente a 500. En 2010, se advertía la ejecución de 140 actuaciones, que significó un 61 % e cumplimiento (tres años por delante todavía para terminar el periodo de programación). En cuanto, al indicador de resultado asociado se contabilizaron 49.294 participantes de los 62.000 previstos suponiendo una ejecución del 79,50%, dicho valor se considera óptimo.

Es relevante en cuanto al esfuerzo realizado en realizar actos públicos para dar visibilidad y transparencia a las actuaciones susceptibles de ser cofinanciadas y dar a conocer los Programas Operativos de FEDER y FSE a la ciudadanía.

Entre las actuaciones realizadas dentro de esta tipología se encuentran los actos anuales de izamiento de la bandera comunitaria con motivo del Día de Europa en las sedes de las Autoridades de Gestión de los programas operativos y del Organismo Intermedio, las reuniones establecidas, la presentación de actividades, las jornadas llevadas a término, etc.

El nivel de cumplimiento respecto al tipo de actividad 02 “Nº de acciones de difusión” ha sido del 92,60%, ejecutándose 463 actuaciones de las 500 previstas.

Todos los Organismos Intermedios del tramo nacional han remitido notas de prensa o difundido noticias en las que se menciona la contribución comunitaria a los proyectos que se refieren.

A modo de ejemplo, se encuentran el Reportaje en el programa de La 2 de TVE “España en Comunidad” sobre el Centro Demostrador de TIC’s aplicadas a Audiovisuales de la Diputación General de Aragón o bien la inserción por parte del ICEX de un anuncio en la revista SenkenShinbu Nº 18085 sobre la participación agrupada en la feria ShoesCollectionsfromSpain.

El tipo de actividad 03 “Nº de publicaciones externas” se vio ampliamente superado en la evaluación 2010 con un objetivo inicial programado de 95 superado por la ejecución de 140 actuaciones. Los valores finales obtenidos representan una ejecución total del 85,10%, es decir, se llevaron a término 274 de las 322 publicaciones previstas después de la reformulación. El grado de distribución ha sido óptimo representando un 97,60% de las publicaciones distribuidas respecto a las editadas, no ha sido alcanzado el establecimiento del número de puntos de distribución previstos alcanzándose tan solo el 57,10%.

Respecto al tipo de actividad 04 “Nº de páginas Web”, se ha logrado poner en funcionamiento el 100% de las previstas, es decir, 3 páginas web. No obstante, el cómputo final de las visitas obtenidas no ha sido suficiente para alcanzar el valor previsto de 170.000 establecido con la reformulación de los valores meta iniciales. En este sentido, el grado de realización sobre los resultados esperados ha sido moderado y con un porcentaje del 66,90%.

La puesta a disposición de información a través de páginas web se ha desarrollado, principalmente, a través de las siguientes páginas:

- Página web de la Dirección General de Fondos Comunitarios (<http://www.dgfc.sgpg.meh.es>).
- Página web de la Unidad Administradora del Fondo Social Europeo (<http://www.empleo.gob.es/uafse/>).
- Página web de la Diputación General de Aragón (www.aragon.es).

Aunque no sean objeto de cuantificación a través de los indicadores del Plan de Comunicación, debe apreciarse que los órganos gestores/colaboradores y/o beneficiarios nombrados por las autoridades de gestión de los programas operativos o por el Organismo Intermedio del tramo regional que no disponen de una página web dirigida exclusivamente a los Fondo Estructurales han utilizado sus páginas web como medio de información sobre las oportunidades de financiación comunitaria o sobre las actuaciones cofinanciadas de los programas operativos.

Sobre el tipo de actividad 5 “Nº de soportes publicitarios” se alcanzó el 86,80% de la ejecución prevista, consiguiendo ejecutar 317 de las 365 actuaciones establecidas. El valor alcanzado se considera como óptimo. De igual forma, el tipo de actividad 06 “Nº de documentación interna distribuida” en el año 2010 fue ampliamente superado frente al objetivo inicial programado de 57 documentos. Finalmente, se ha conseguido ejecutar 216 de las 245 actuaciones previstas constituyendo una ejecución del 88,20%.

Este aumento sustancial en la documentación interna distribuida y en las publicaciones externas demuestra el esfuerzo efectuado para informar a los potenciales beneficiarios de los fondos y al público en general, además de los órganos gestores/colaboradores finalmente implicados a los que se ha venido informando constantemente sobre requisitos de gestión, control, seguimiento y evaluación, y publicidad.

El caso del número de redes de información y publicidad (tipo de actividad 07) en 2010 superó en un 200% el objetivo inicial programado por lo que fue necesario incrementarlo hasta un objetivo de 4 redes. Dicho objetivo ha sido alcanzado en el 100%.

No hay más que citar las dos redes extra creadas (GERIP y GRECO-AGE) para dar por bueno este incremento sustancial, pues se trata de redes que han facilitado la coordinación de sus participantes, el intercambio de ideas, la comunicación y el diseño de una estrategia conjunta entre fondos y administraciones participantes en su gestión.

4.3 Análisis de la ejecución anualidades

Las actuaciones realizadas por los distintos organismos muestran cierta homogeneidad temporal, si bien la tendencia es, en general, es creciente conforme transcurren los años: en 2007, se realizaron el 6% de del total de las actuaciones del periodo, en 2008 y 2009 el 10% y el 11% respectivamente, en 2010 supera el 21%. Es en la anualidad 2012 cuando se celebraron el mayor número de actividades de comunicación, alcanzado el 23%. Por otra parte, en 2011 y 2013, se observa retrocesos significativos respecto a sus anualidades anteriores, un 2% menos en 2011 respecto a 2010 y un 14% menos en 2013 respecto a 2012.

Informe global de indicadores del Plan de Comunicación desglosados por años.

Tipo Actividad	Indicador realización	Ejecución Total	Ejecución 2007	Ejecución 2008	Ejecución 2009	Ejecución 2010	Ejecución 2011	Ejecución 2012	Ejecución 2013
1	Nº actividades y actos públicos	476	30	53	45	124	99	83	42
2	Nº de acciones de difusión	516	11	43	39	99	91	178	55
3	Nº de publicaciones externas realizadas	279	17	28	25	65	63	56	25
4	Nº de páginas Web	3	1	3	2	3	3	3	3
5	Nº de soportes publicitarios	326	26	37	43	70	66	64	20
6	Nº de documentación interna distribuida	235	20	29	54	27	33	44	28
7	Nº de redes de información y publicidad	4	4	4	4	4	4	4	4

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

De conformidad con el artículo 4.2 del Reglamento (CE) N° 1828/2006 los informes de ejecución anual deben incorporar un apartado en materia de información y publicidad que recoja algunos ejemplos de medidas de información y publicidad llevadas a cabo en el período, los avances en la publicación de la lista de beneficiarios y el contenido de cualquier modificación importante del plan de comunicación.

En este sentido en la evaluación de 2010 se revisaron los informes anuales de ejecución de los años 2007, 2008 y 2009, indicándose el cumplimiento de los artículos 4.2. y 7 del Reglamento y apuntándose que la información fue adecuada a las exigencias de contenido que indica la norma.

En esta evaluación se han revisado los demás informes disponibles (2010, 2011 y 2012), y se ha comprobado cómo se ha continuado con la tendencia indicada en la evaluación intermedia, en dichos informes, en particular, se citan los siguientes aspectos relevantes:

Informes de Ejecución de los PO FEDER y FSE de 2010:

- Se destaca que durante dicha anualidad tanto la Autoridad de Gestión como el Organismo Intermedio regional responsable del Plan de Comunicación estuvieron pendientes de transmitir instrucciones muy precisas a todo el resto de Organismos Intermedios y/o beneficiarios de estos Programas Operativos, para que pudieran llevar de una forma eficiente la gestión de los fondos europeos en todas las diferentes áreas y, en particular, en la de la comunicación.
- Menciona que se crea un grupo de trabajo/discusión entre el Servicio de Fondos Europeos y el Gabinete de Prensa del Gobierno de Aragón, que celebró en esa anualidad ya una primera reunión.
- Pone en relevancia que el Servicio de Fondos Europeos es miembro de la Red Aragonesa de Información Europea (RAIE), la cual persigue tanto informar a los ciudadanos y entidades públicas y privadas sobre las actividades de la Unión Europea, como favorecer la coordinación en el desarrollo de las tareas de información y comunicación propias de los agentes que la integran.

Informes de Ejecución de los PO FEDER y FSE de 2011:

- Indican que durante esa anualidad se empiezan a tomar en cuenta las recomendaciones que el equipo de evaluación externo hizo en la evaluación intermedia del Plan de Comunicación.
- Destacan los cursos organizados por el Servicio de Fondos Europeos a través del Instituto Aragonés de Administración Pública dirigidos a los empleados públicos del Gobierno de Aragón, y en los que se seleccionó principalmente a personal de los órganos gestores y colaboradores.
- Apuntan que con motivo de la celebración del Día de Europa, el 9 de mayo de 2011 tuvo lugar la sesión de trabajo “Contribución europea a la formación en Aragón: claves para el éxito económico y social”.
- Pone en alza que con el fin de aumentar el número de visitas anuales a la página web del Servicio de Fondos Europeos en el portal del Gobierno de Aragón, se insistió en facilitar la dirección de la misma en todas las acciones de comunicación puestas en marcha y se aprobó una operación en el mismo Programa Operativo destinada a la mejora del Portal del Gobierno de Aragón
- Establecieron la elaboración de una “Instrucción específica relativa a las obligaciones de información y publicidad de las operaciones cofinanciadas en el período 2007-2013”, una para cada uno de los dos PO’s.
- Destacan también las actuaciones llevadas a cabo por RED.ES, que entre otras muchas son, continuar llevando a cabo talleres de capacitación, encuentros, jornadas, sesiones formativas, sesiones demostradoras y actos de presentación de los distintos programas gestionados por red.es en los que se ha comunicado que las actuaciones estaban siendo cofinanciadas con FEDER.
- Indican como “buena práctica” el Primer Concurso Multidisciplinar “Construyendo Europa desde Aragón”, que constaba de cuatro categorías: Fotografía, Periodismo, Vídeo y Publicidad.

Informes de Ejecución de los PO FEDER y FSE de 2012:

- Expone que en la anualidad 2012 se llevaron a término distintas reuniones, cursos, jornadas y presentaciones. Ejemplo de ellos, son la Jornada

"Contribución de la financiación europea al crecimiento sostenible de Aragón: periodos de programación 2007- 2013 y 2014- 2020", algunos cursos organizados con el Instituto Aragonés de Administración Pública sobre el avance de los FFEE, la conferencia impartida por la Jefa de Servicio de Fondos Europeos titulada "El Servicio de Fondos Europeos del Gobierno de Aragón: funciones y tareas" dirigida a los alumnos del Máster Universitario en Unión Europea de la Universidad de Zaragoza, etc.

- Pone en relieve, también, algunas publicaciones editadas.
- Destaca que durante los primeros meses de 2012, como en los años anteriores, el Organismo Intermedio mantuvo reuniones bilaterales con los Órganos gestores/colaboradores, en las que se trataron distintas cuestiones, entre ellas el tema de la información y publicidad.
- Referencia el Servicio de Fondos Europeos, al ser miembro de la Red Aragonesa de Información Europea (www.raie.es), asistió en la reunión de esta Red celebrada en el mes de Junio informando sobre actividades relacionadas con actuaciones cofinanciadas y proporcionando información sobre el siguiente período de programación 2014-2020.

A diferencia de lo expuesto en los informes de 2007, 2008 y 2009, todos los informes analizados (2010, 2011 y 2012) incluyen la totalidad de la información relevante sobre información y publicidad. Esto se concreta en el hecho de que además de la descripción de las principales actuaciones llevadas a cabo, los tres incorporan los valores alcanzados en cada una de las anualidades sobre la ejecución en materia de I+D y, además, destacan buenas prácticas (aspectos que fueron recomendados en la anterior evaluación).

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

La calidad de la ejecución de las medidas es fundamental para obtener unos niveles de realización, resultado e impacto adecuados, identificar factores de éxito y detectar obstáculos y dificultades en la puesta en marcha y en la aplicación de los programas operativos.

Para determinar la calidad se realiza un exhaustivo análisis de la información relativa a los siguientes aspectos: Existencia de instrucciones destinadas a los órganos encargados de la gestión y ejecución de las actuaciones; calidad en el contenido de los procedimientos establecidos; disposición de manuales e instrucciones de trabajo de gestión, seguimiento, control, evaluación e información y publicidad; asignación y adecuación de los recursos destinados a la comunicación; apoyo informático; estructura y funcionamiento de redes, y comunicación y coordinación entre órganos y comités.

Se han elaborado varias instrucciones destinadas a los órganos encargados de la gestión y ejecución de las actuaciones:

- La Dirección General de Presupuestos, Financiación y Tesorería emitió en enero de 2009, actualizada en diciembre del mismo año, una "Instrucción Práctica para la Aplicación de las medidas de Información y Publicidad de las Intervenciones Cofinanciadas por los Fondos Europeos". Con ello se consolidó la información contenida en el Plan de Comunicación de Aragón, pero de una manera más práctica y gráfica.

- La misma Dirección General, en marzo de 2011, emitió una “Instrucción Específica del Organismo Intermedio a los Órganos Gestores relativa a las obligaciones de Información y Publicidad de las Operaciones Cofinanciadas por el PO FEDER 2007-2013”.
- Igualmente, en marzo de 2011, emitió una “Instrucción Específica del Organismo Intermedio a los Órganos Colaboradores relativa a las obligaciones de Información y Publicidad de las Operaciones Cofinanciadas por el PO FSE 2007-2013”.

A su vez, en la “Instrucción General del Organismo Intermedio a los Órganos Gestores para la Gestión y Procedimiento de las Operaciones Cofinanciadas por el Programa Operativo FEDER de Aragón 2007-2013” (de marzo de 2011) se incluye un apartado específico relativo a los requisitos para el cumplimiento de la normativa sobre contratación pública e información y publicidad.

Por su parte, la instrucción específica del Organismo Intermedio relativa a las obligaciones de los beneficiarios de las operaciones cofinanciadas por el PO FEDER 2007-2013, de marzo de 2011, especifica las obligaciones en materia de información y publicidad, en ésta se hace referencia a la instrucción específica y se insiste en poner en relieve que la información que el organismo gestor debe trasladar y llevar el seguimiento correspondiente respecto a la publicidad por parte de los organismos beneficiarios ejecutores.

La versión de noviembre de 2011 del Manual de Procedimientos de Gestión y Control del Organismo Intermedio del PO FSE 2007-2013, incluye una descripción en profundidad del Plan de Comunicación así como la definición de responsabilidades en la materia referente a la Dirección General de Presupuestos, Financiación y Tesorería y los Órganos Colaboradores.

Como conclusión, se observa que después de la evaluación intermedia se ha incrementado el número de instrucciones establecidas en materia de información tanto en lo referente al PO FEDER como al PO FSE. Dicha intensificación en la emisión de instrucciones quedó reflejada, también, en las entrevistas mantenidas con los órganos gestores/colaboradores, dado que la mayoría manifiestan la dedicación de un mayor esfuerzo para trasladar las obligaciones en materia de información y publicidad.

Tal y como se comentó en la anterior evaluación, el análisis de la calidad en el contenido de los procedimientos establecidos muestra que la distribución de las funciones en materia de información y publicidad entre los agentes que intervienen en la gestión de los fondos ha sido especificada de forma clara en los manuales de gestión y en las instrucciones del Organismo Intermedio a los gestores y colaboradores. Además, a partir de 2011 se intensifica la difusión de las obligaciones existentes definiendo en un mayor grado el marco de actuación en materia de información y publicidad.

No se han celebrado reuniones específicas en esta materia entre la Dirección General de Presupuestos, Financiación y Tesorería y los gestores y colaboradores pero si se han incorporado estos aspectos en las órdenes del día de las distintas jornadas y sesiones llevadas a cabo. Además, más allá de los procedimientos establecidos en los manuales de gestión, se trata de forma particular el aspecto de la información y publicidad de los programas operativos en las reuniones bilaterales o conjuntas que se celebran. Entre otros aspectos, estas reuniones permiten profundizar en los asuntos tratados en las redes de información y publicidad en las que participa el Organismo Intermedio y sirven por tanto para amplificar el efecto de los trabajos desarrollados en las redes. Ejemplo de ello, son las celebradas en 2013 dónde se trató la evaluación final del Plan de Comunicación, los indicadores y las buenas prácticas.

Los manuales e instrucciones que emite el Organismo Intermedio regional, además de ser entregados a los encargados de la gestión de proyectos cofinanciados, se han continuado poniendo a disposición de cualquier usuario en la página web del Gobierno de Aragón (www.aragon.es). Asimismo, la documentación elaborada por la DG de Fondos Comunitarios se puede encontrar en la página web www.dgfc.spgg.meh.es, y la correspondiente a la Unidad Administradora del Fondo Social Europeo en la web www.empleo.gob.es/uafse/.

Por otro lado, en relación con los recursos humanos, cabe señalar respecto al tramo regional la existencia de una persona designada por la DGPFT para llevar a cabo las labores de coordinación de la puesta en marcha del Plan de Comunicación y para formar parte del grupo constituido al efecto con las representantes de las autoridades de gestión y los representantes de los Organismos Intermedios de las distintas administraciones. No obstante, esta persona no se dedica exclusivamente a las materias de información y publicidad, lo que resulta coherente con el volumen de los fondos de los programas operativos de Aragón.

En cuanto a las autoridades de gestión de los programas, se cuenta en cada una de ellas con una persona responsable de la información y publicidad de las actuaciones de los fondos, lo que permite dotar de uniformidad y aprovechar sinergias en la materia. Asimismo, los Organismos Intermedios del PO FEDER de Aragón dependientes de la Administración General del Estado cuentan todos ellos con una persona encargada de los aspectos relacionados con la información y publicidad de las operaciones cofinanciadas.

Respecto al apoyo informático, como se comentó en la anterior evaluación, se puso en marcha desde la Dirección General de Fondos Comunitarios la aplicación de indicadores del Plan de Comunicación. Se trata de una herramienta que permite realizar un seguimiento completo por organismo o global de la región, dejando ver el listado de las actuaciones llevadas a cabo en materia de información y publicidad, las fechas en las que estas fueron realizadas, así como el montante estimado que han supuesto, ya sean cofinanciadas o no, siendo ésta una información relevante a la hora de evaluar el coste total y medio de las medidas.

El grado de cumplimentación de dichos indicadores por parte de los órganos colaboradores/gestores es elevado. En este sentido, todos dicen haber recibido instrucciones por parte del Organismo Intermedio sobre la aportación anual de los indicadores. Además, se organizó una jornada sobre indicadores en la que se pudieron aclarar las dudas existentes al respecto.

El volcado de la información relativa a los indicadores en la aplicación señalada lo llevan a cabo tanto los Organismos Intermedios dependientes de la AGE como el Organismo Intermedio regional. Éste último se encarga de introducir tanto la información correspondiente a sus actuaciones propias como la relativa a las actuaciones llevadas a cabo por los órganos gestores/ colaboradores y/o beneficiarios dependientes de la Administración autonómica.

Como ya se apuntó, las redes de información y publicidad han significado un gran avance en la puesta en marcha de los Programas Operativos y los Planes de Comunicación porque han supuesto, bajo la coordinación de la Autoridad de Gestión, un lugar de reunión donde exponer las ideas, alcanzar acuerdos globales y establecer una estrategia común beneficiosa en el seguimiento y evaluación de las medidas de información y publicidad.

5. Evaluación de las incidencias detectadas en los procesos de verificación previa con relación a los aspectos de información y publicidad. Presentación de los resultados a través de una muestra de operaciones.

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 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 Diputación General de Aragón 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.

La información y publicidad es una parte importante del control realizado a través de las verificaciones administrativas e in situ tal y como se recoge en el artículo 13 del Reglamento (CE)1828/2006, teniendo en cuenta todo lo exigido en los artículos 2 al 9 del citado Reglamento en esa materia de publicidad.

Estas verificaciones son realizadas por los distintos organismos, tanto en el tramo regional como en el de la Administración General del Estado (en el caso del PO FEDER Aragón), mediante la verificación administrativa del 100% de las operaciones y las verificaciones in situ realizadas de forma previa en cada certificación

El resultado de estas verificaciones se recoge tanto en los informes respectivos como en las listas de verificación que contiene la aplicación informática de seguimiento, en la que aparecen preguntas relacionadas con la información y publicidad, el medio ambiente, la elegibilidad y subvencionabilidad o la igualdad de oportunidades. A continuación se detallan las preguntas referidas a la publicidad:

LISTA VERIFICACIÓN ART.13 IN SITU (FEDER y FSE)

1. ¿Se cumple con las medidas de información y publicidad establecidas en el art. 8 del Reglamento 1828/2006?

LISTA DE COMPROBACIÓN DE OPERACIONES (FEDER)

1. ¿Se ha comunicado al beneficiario la cofinanciación europea?
2. ¿Se ha comunicado al beneficiario que debe cumplir la normativa nacional y comunitaria?
3. ¿Se ha informado a los beneficiarios de que la aceptación de la ayuda implica la aceptación de su inclusión en una lista pública de beneficiarios?

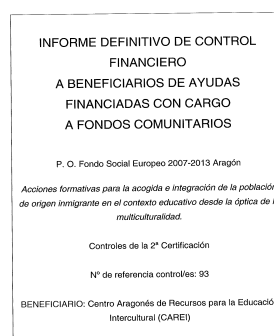
LISTA DE COMPROBACIÓN DE PUBLICIDAD (FSE)

1. ¿Se ha divulgado mediante publicidad la participación comunitaria en el proyecto?
2. ¿Se ha informado en publicaciones oficiales, pliegos y contratos de la participación comunitaria en el proyecto?
3. ¿Se han utilizado vallas, placas conmemorativas o carteles como medidas de publicidad?
4. ¿Se han utilizado impresos como medida de publicidad?
5. ¿Se ha utilizado material informático como medida de publicidad?
6. ¿Se han utilizado los medios de comunicación como medida de información y publicidad?
7. ¿Se han utilizado conferencias, seminarios, ferias o exposiciones como medidas de información y publicidad?
8. ¿Se ha utilizado algún otro medio como medida de información y publicidad? Citarlo.
9. ¿Las medidas de publicidad se han dirigido a potenciales destinatarios últimos del proyecto?
10. ¿Las medidas de publicidad se han dirigido al público en general?

Tal y como se advertía en la evaluación intermedia, puede afirmarse que las listas de control de verificación y de control de las intervenciones incluyen aspectos relacionados con la información y publicidad de los Fondos Estructurales. Cada uno de los apartados de las mismas, tales como los de contratación pública, de concesión de subvenciones o los convenios de colaboración recogen estos aspectos, si bien destaca especialmente la existencia en dichas listas de un apartado específico de I+P.

De las entrevistas mantenidas con los Órganos gestores/colaboradores se extrae que más del 90% utilizan dicho listado, estando por tanto, asegurada la revisión en materia de información y publicidad en los controles realizados.

Ejemplo: el control financiero realizado al Centro Aragonés de Recursos para la Educación Intercultural (CAREI), dentro del alcance del trabajo, revisa el cumplimiento de las medidas de información y publicidad destinadas al público, previstas en los artículos 5 a 9 del Reglamento (CE) 1828/2006, detectándose que, con carácter general, dichos requerimientos se habían cumplido, a excepción de la inclusión del lema del “*Construyendo Europea desde Aragón*” o en su defecto “*El FSE invierte en su futuro*”



Además, el 75% de los organismos entrevistados dicen haber incluido en los checklist de verificación administrativa algún punto de control sobre la utilización del lema del FSE/FEDER en el material de comunicación puesto en práctica.

Grado de utilización de la lista de control y verificación (sobre las que se ha comprobado la inclusión de los aspectos relacionados con la Información y Publicidad) 92,85%

A continuación, se ejemplifican las incidencias más comunes detectadas en los procesos de verificación:

Ejemplo 1:

Se ha constatado la existencia de fotografías de las vallas instaladas en las obras con la cofinanciación de FEDER. En los expedientes de contratación la publicidad de la cofinanciación es escasa ya que algunos de ellos se tramitaron cuando aún no se había aprobado el P.O.

La mayoría de las incidencias detectadas corresponden al inicio de la ejecución. En este sentido, en algunos casos no se había aprobado el P.O y en otros, todavía no se habían establecido las directrices sobre información y publicidad.

Ejemplo 2:

La documentación se encuentra custodiada en los ~~Servicios de Conservación y Restauración del Patrimonio Cultural~~, a excepción de los documentos justificativos de los pagos, que se encuentran en Tesorería.

Se producen algunas alteraciones sobre la custodia de la documentación justificativa y el archivo y recopilación de los documentos justificativos. No obstante, dicha conclusión no culmina con recomendaciones o incidencias.

Ejemplo 3:

Respecto al procedimiento empleado en la adjudicación ya se han señalado con anterioridad las salvedades detectadas en los procedimientos de contratación y la falta de publicidad de la cofinanciación.

Al inicio del período, y por lo expuesto anteriormente, se dieron casos de falta de publicidad de la cofinanciación en los procedimientos establecidos. Esta incidencia fue subsanada a través de las distintas verificaciones en virtud del Art. 13.

Ejemplo 4:

Se recomienda incluir medidas de publicidad en los PCAP, anuncios de licitación y adjudicación y contrato, así como dejar constancia en el expediente de las placas instaladas en los casos en que por su importe sea necesaria su instalación.

Las recomendaciones establecidas al inicio del período de intervención versaron sobre la inclusión de las medidas de publicidad en los procesos de contratación pública, la mención a la cofinanciación, el uso de los logos y lemas, y sobre el contenido de las herramientas específica (vallas, carteles, etc.).

6. Evaluación de la integración del principio de igualdad de oportunidades, tanto en las medidas de información y publicidad, como en los efectos obtenidos por las mismas.

La igualdad entre mujeres y hombres y la no discriminación constituyen un principio horizontal de la actividad de los Fondos Estructurales y de Cohesión que debe ser respetado en las diferentes etapas de planificación y gestión (artículo 16 del Reglamento (CE) N° 1083/2006). Por ello, este principio se debe incorporar también en las medidas de información y publicidad llevadas a cabo.

Para la integración del principio de igualdad de oportunidades en la gestión y el seguimiento de las actuaciones, es especialmente relevante el compromiso de las autoridades de gestión de fomentar e impulsar la transversalidad de la perspectiva de género en la gestión de las ayudas a través de distintas actividades (sensibilización de los agentes, información, formación, creación de grupos temáticos de igualdad de oportunidades, etc.). En el caso de la aplicación de la comunicación, se trata tanto de divulgar las intervenciones específicas en materia de igualdad como de comunicar en igualdad, con un estilo de comunicación igualitario y no discriminatorio.

La incorporación de este criterio se recoge en la normativa comunitaria y es conocida por los Órganos Gestores y Colaborados de los PO, y además el Plan de Comunicación del Gobierno de Aragón para el período 2007-2013 incluye dicho principio, sin embargo este Plan no desarrolla indicaciones específicas de cómo se debe aplicar en las medidas llevadas a cabo. Este aspecto constituye un ámbito de mejora para aplicar en futuras programaciones estratégicas.

No obstante el grado de proactividad del SFE respecto al cumplimiento del principio de igualdad de oportunidades ha sido elevado, así en la “Instrucción específica del Organismo Intermedio a los Órganos Colaboradores relativa a las obligaciones de Información y Publicidad de las Operaciones Cofinanciadas por el PO FSE 2007-2013, así como en la correspondiente a FEDER, dentro de la normativa general de aplicación en la gestión y ejecución de las operaciones y actuaciones se establece lo siguiente:

- Un uso del lenguaje que contribuya a no fomentar el sexismo en las publicaciones, anuncios, discursos, contenidos docentes y contenidos informativos. Para ello se recomienda, en la medida de lo posible, el uso de sustantivos neutros, y la inclusión del género femenino junto al masculino (por ejemplo, todos y todas).
- El uso de imágenes y la emisión de mensajes institucionales libres de discriminación y estereotipos de los roles de género.
- La representatividad en materia de género en la celebración de cualquier evento (ponentes/docentes y asistentes a jornadas, seminarios, cursos, etcétera).

El SFE junto con el Instituto de la Mujer (Secretaría Técnica de la Red de Políticas de Igualdad entre mujeres y hombres), organizó una jornada específica en esta materia que se celebró el 12 de marzo de 2012 bajo el tema: *“Introducción del principio de IIOO entre mujeres y hombres en las actuaciones cofinanciadas por el PO FSE y FEDER 2007-2013 del Gobierno de Aragón”*, el objetivo general de dicha jornada fue sensibilizar, proporcionando los conocimientos necesarios a las entidades gestoras de las actuaciones cofinanciadas por los dos PO del Gobierno de Aragón, sobre la introducción efectiva del principio de igualdad entre mujeres y hombres en las actuaciones cofinanciadas por ambos fondos.

En dicha jornada se abordó el uso de indicadores de género y el diseño de buenas prácticas en materia de igualdad de oportunidades, se planteó la contratación y la subvención pública como herramientas para la promoción de la igualdad entre mujeres y hombres, mediante la inclusión de cláusulas sociales.

En la entrevista a los órganos gestores/colaboradores se les preguntó sobre la disposición de instrucciones específicas sobre las medidas a llevar a cabo para el cumplimiento efectivo de la disposición sobre inclusión de la perspectiva de género en las actividades de información y publicidad. Aunque no se establecieron instrucciones específicas sobre este principio horizontal, la mayoría de los organismos comunicaron haber dispuesto de la información para aplicarlo correctamente. 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.

	2010-2013
<i>Disposición de información sobre aplicabilidad del principio de igualdad de género en las actuaciones de I+P (%)</i>	80%

Más allá de la incorporación transversal del principio de igualdad entre hombres y mujeres, desde el punto de vista sectorial, y tal y como se especifica en el apartado 8 del presente informe de evaluación, desde el Gobierno Aragón se han realizado algunas actuaciones incluidas en la operación “Coeducación y corresponsabilidad en la vida laboral, familiar y personal”, correspondiente al Tema prioritario 69, en el programa operativo FSE 2007-2013, con el fin de sensibilizar sobre la responsabilidad compartida entre sexos respecto a algunos roles atribuidos tradicionalmente a la mujer y fomentar así igualdad entre hombres y mujeres

En cuanto a la aplicación de medidas de discriminación positiva sobre la mujer, cabe destacar que el PO FSE cuenta con la participación de dos Órganos Gestores que centran su actuación en este ámbito sectorial. Se trata del Instituto Aragonés de la Mujer y la Casa de la Mujer del Ayuntamiento de Zaragoza. En este sentido, se han podido detectar buenas prácticas estrechamente relacionadas con la igualdad de género y la comunicación, es el caso de la campaña sobre corresponsabilidad: *“Si quiero, compartir es ganar”* (http://www.zaragoza.es/ciudad/sectores/mujer/igualdad/que_ganamos.htm)



Además, algunos de los organismos que aplican el tramo nacional, como es el caso de RED.ES, son miembros de la Red de Políticas de Igualdad entre hombres y mujeres de los Fondos Estructurales y el Fondo de Cohesión 2007-2013 del Instituto de la Mujer y dicen haber recibido distintas indicaciones sobre la aplicación de dicho principio horizontal.

Por otra parte, el establecimiento de los criterios de selección de las operaciones se vinculó con las directrices establecidas por el Instituto Aragonés de la Mujer. En este sentido debe destacarse el papel desarrollado por el IAM (como Organismo de Igualdad) y la Casa de la Mujer del Ayuntamiento de Zaragoza en la aplicación de los criterios sobre el tratamiento de la igualdad de oportunidades en las actividades de información y publicidad, el organismo de igualdad desarrolla una labor preferente emitiendo informes de validación en todas las operaciones del PO. Dichos informes pueden ser vinculantes a la hora de trabajar la operación en aspectos de igualdad, haciendo en algunos casos tareas de orientación en el diseño de las operaciones.

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

La Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER y FSE plantea dos tipos de indicadores de impacto:

1. El primero tipo de indicadores, respecto a las actuaciones de los distintos colectivos implicados en la aplicación de los Fondos de cada Programa Operativo. En este sentido, se plantean tres indicadores:
 - Grado de conocimiento de las obligaciones existentes en información y publicidad.
 - Tasa de satisfacción, que indique la valoración de los beneficiarios / Organismos Intermedios y/o gestores o partícipes respecto a la información facilitada.
 - Tasa de utilidad de las actuaciones.
2. El segundo tipo de indicadores, respecto al conocimiento que la ciudadanía tiene de los fondos procedentes de la Unión Europea y del papel que ésta juega en la mejora de su calidad de vida se añaden dos indicadores:
 - Grado de conocimiento de los Fondos Estructurales.
 - Grado de conocimiento del papel desempeñado por la Unión Europea.

La información necesaria para completar este apartado se extrae principalmente de las entrevistas realizadas a gestores y colaboradores, para la primera tipología de indicadores, y de los resultados de la encuesta a la ciudadanía, para la segunda.

El análisis de los indicadores de impacto permite extraer los logros y desafíos que las actividades en materia de información y publicidad han generado. En la Guía Metodológica de Seguimiento y evaluación del Plan de Comunicación se han definido cinco indicadores cuya valoración debe efectuarse a través de entrevistas y encuestas:

	2007-2010	2010-2013
<i>Grado de conocimiento de las obligaciones (%)</i>	100%	100%

Todos los órganos gestores/colaboradores y/o beneficiarios entrevistados, en ambas evaluaciones, afirman conocer el Plan de Comunicación, que ha sido enviado tanto de forma separada como incluido en la publicación conjunta con otras instrucciones en un libro “Guía de Información y Publicidad FEDER-FSE 2007-2013”. Asimismo, el Plan de Comunicación puede ser descargado por los órganos gestores y colaboradores de la página web del Servicio de Fondos Europeos de la Dirección General de Presupuestos, Financiación y Tesorería (www.aragon.es).

Además, todos los órganos gestores/colaboradores y/o beneficiarios del tramo regional, en ambas evaluaciones, afirman haber recibido instrucciones específicas de información y publicidad (*Instrucción práctica para la aplicación de las medidas de información y publicidad de las intervenciones cofinanciadas por los Fondos Europeos*) y diferentes instrucciones del Organismo Intermedio sobre Gestión y Control de Procedimientos en los que también se incluyen las obligaciones en materia de Comunicación. Por su parte, todos los Organismos Intermedios nombrados por la Autoridad de Gestión del PO FEDER de Aragón 2007-2013 afirman haber recibido instrucciones específicas sobre información y publicidad, poniendo de manifiesto la utilidad de las redes en esta materia (en concreto, la red GRECO-AGE).

El grado de respuesta afirmativo también es compartido por los organismos del PO FEDER de Aragón dependientes de la Administración General del Estado.

En la anterior evaluación se indicaba que algunas entidades mostraban confusión sobre los conceptos relacionados con los indicadores del Plan de Comunicación. En las entrevistas celebradas para la evaluación final el 100% de los organismos manifestaron haber recibido instrucciones específicas sobre la cumplimentación y remisión de los indicadores de información y publicidad aplicables al seguimiento y la evaluación. Además, el 100% dice complimentar los indicadores de comunicación (realización y/o resultado) como consecuencia de su participación en el PO.

En cuanto a la participación en alguna jornada o sesión formativa en relación con los requisitos de comunicación en el nuevo periodo de programación, el 59% confirmó su participación en la evaluación intermedia. En este sentido, en la evaluación final se detecta que la participación en jornadas exclusivas en materia de comunicación se mantiene en unos valores similares (53,33%). No obstante, el 100% los órganos gestores y colaboradores entrevistados dicen haber participado en jornadas o reuniones donde se trataron, a demás de otros, aspectos referentes a la aplicación de las disposiciones en materia de información y publicidad.

Conocen el Plan de Comunicación y algunos han participado en alguna reunión en la que se les ha explicado los requisitos de comunicación, teniendo previsto incluso organizar jornadas, seminarios, etc. Para hacer ver los logros conseguidos en actuaciones cofinanciadas o divulgar los avances de los Programas Operativos.

	2007-2010	2010-2013
<i>Tasa de satisfacción respecto a la información facilitada</i>	76,14%	86%

La Autoridad de Gestión y el Organismo Intermedio del Gobierno de Aragón han organizado a lo largo del presente periodo de programación diversas reuniones y jornadas formativas en temas de gestión, control, verificación y comunicación.

A la petición formulada por los entrevistadores sobre la exposición de los cambios notados y adoptados en materia de información y publicidad durante el periodo 2011-2013 respecto al periodo 2007-2010, la mayoría de ellos indicaron que han notado un mayor esfuerzo por parte de la DGPFT en el planteamiento de actuaciones para difundir en mayor grado las directrices en materia de información y comunicación. Entre dichas actuaciones, ponen en relieve la celebración de un mayor número de encuentros a través de jornadas y sesiones informativas.

Las áreas de mejora identificadas con la evaluación final sobre las reuniones y jornadas formativas se centran especialmente en que el número de asistentes en dichas sesiones no permitió hacer aportaciones más particulares, en este sentido, los contenidos suelen ser genéricos pues se plantearon temas comunes que no permitieron descender a los casos más concretos.

Se considera positivo el incremento en el nivel de satisfacción global pasando del 75% al 86%. Las entrevistas permiten contrastar que los Órganos gestores/colaboradores son conocedores de sus responsabilidades en materia de publicidad y que tienen acceso a la información al respecto y están mayormente satisfechos, después de la evaluación intermedia, con las medidas puestas en marcha por el Organismo Intermedio para apoyarles en su aplicación.

	2007-2010	2010-2013
<i>Tasa de utilidad de las actuaciones</i>	77,5%	88,46%

La tasa de utilidad de las sesiones de formación realizadas se ha calculado de forma global, percibiéndose que los gestores consideran las sesiones como un medio de comunicación eficaz y de obtención de información útil. En otros términos han puntuado con un promedio 3,53 sobre 4 el grado de utilidad práctica de las sesiones a las que asistieron.

Como conclusión de las entrevistas a órganos gestores/colaboradores, se puede decir que estos son conocedores de sus responsabilidades en materia de publicidad y que tienen acceso a la información al respecto y están satisfechos con las medidas puestas en marcha por las autoridades de gestión y el Organismo Intermedio para apoyarles en la ejecución. Han destacado la aportación realizada por éste a través de las instrucciones específicas en materia de información y comunicación remitidas en la anualidad 2011.

Los órganos gestores/colaboradores notan una mayor intensificación en el grado de comunicación de las directrices en materia de información y comunicación después de la evaluación intermedia. Este hecho se evidencia por la organización de un mayor número de jornadas o sesiones en los que se ha tratado los aspectos derivados de esta materia. Por tanto, la recomendación establecida en la evaluación intermedia en la que se aconsejaba continuar con este tipo de actuaciones para mejorar las tasas de satisfacción y utilidad se ha visto implementada, y consecuente, los resultados obtenidos en la evaluación final se han superado.

A continuación se analizan los resultados de las encuestas a la ciudadanía y, por consiguiente, los indicadores sobre el grado de conocimiento que el público tiene sobre el papel desempeñado por la Unión Europea en el progreso económico y social de Aragón y sobre el grado de conocimiento de los distintos Fondos Europeos. Los resultados se analizan de forma general y desagregados por sexo y grupos de edad.

	Fondo	2007-2010	2010-2013
<i>Grado de conocimiento de de los distintos Fondos Estructurales (%)</i>	<i>FSE</i>	61,03%	43,0%
	<i>FEDER</i>	51,1%	50,9%
	<i>FC</i>	46,69%	39,9%

De la comparativa que se puede hacer entre la encuesta llevada en ambas evaluaciones, se observa, en primer lugar, que ha disminuido el grado de conocimiento entre la ciudadanía de los distintos FFEE, siendo la diferencia poco relevante en el caso de FEDER y leve en el caso del FC.

La diferencia es más acusada en el caso del FSE. En este sentido, las restricciones que han sufrido los Órganos Gestores para llevar a término actuaciones de publicidad que lleven asociado coste económico pueden haber minorado el grado de conocimiento del FSE. Por ejemplo, ha sido menor el número de inserciones en prensa o en otros medios publicitarios que

tienen como target la ciudadanía o la instalación de cartelería (marquesinas, vallas publicitarias, etc....) y además no ha finalizado el período de intervención.

Los medios a través de los cuales la que la ciudadanía ha conocido las actuaciones cofinanciadas, por orden de importancia, son los siguientes:

2007-2010	2010-2013
1. Anuncios en prensa, radio, televisión	1. Anuncios en prensa, radio, televisión.
2. Vallas en las carreteras / placas en centros de formación	2. A través de terceras personas.
3. A través de terceras personas	3. Vallas en las carreteras / placas en centros de formación
4. Carteles, pósters en la calle	4. Carteles, pósters en la calle
5. A través de folletos	5. A través de internet
6. Ha participado en algún curso de formación financiado por la Unión Europea	6. Ha participado en algún curso de formación financiado por la Unión Europea
7. A través de internet	7. A través de folletos

Podemos observar como los principales medios para conocer los Fondos, en ambas encuestas, han sido la prensa, radio y televisión, las vallas, carteles, placas, ya través de terceras personas. La comparativa entre ellas indica un cambio sustancial que se considera positivo: el conocimiento a través de internet pasa del 7º al 5º puesto. En este sentido, las recomendaciones de la evaluación intermedia indicaron la necesidad de entrelazar los contenidos web para obtener una mayor difusión a través de internet.

En la encuesta de la anualidad 2013, la gran mayoría de la ciudadanía encuestada valora el papel jugado por los Fondos Europeos (FEDER, FSE y Fondo de Cohesión) en el desarrollo de Aragón como positiva (36,4%) o muy beneficiosa (18,8%).

A la pregunta lanzada sobre el conocimiento de que la Comunidad Autónoma de Aragón recibe dinero de la Unión Europea para contribuir a su progreso económico y social, se observan diferencias importantes en función de la edad. El 58,3% del conglomerado de jóvenes de 15 a 24 años encuestados afirma conocer dicha contribución, el porcentaje aumenta hasta el 95,8% entre los de 25-54 años, es del 52,6% entre la población de 54 y 75 años y de tan solo un 22,8% entre los mayores de 75 años.

Sobre el conocimiento de los distintos FFEE, la tendencia es similar a la anteriormente expuesta. Es la población de entre 25-54 la que mayor conoce el FEDER, FSE y FC y la de más de 75 años la que los conoce en menor término.

En relación con el desconocimiento por tramos de edad, que se comenta más adelante, el mayor porcentaje de la población que opina que el papel jugado por los Fondos Europeos es irrelevante se encuentra entre los jóvenes (15-24 años).

	2007-2010	2010-2013
Grado de conocimiento del papel desempeñado por la UE (%)	67,10%	61,60%

En 2010, el 67% de la ciudadanía entrevistada conocía que Aragón recibe dinero de la Unión Europea para contribuir a su progreso económico y social, porcentaje que disminuye al 61% según la encuesta ejecutada en 2013.

Por otra parte, en la evaluación final del Plan de Comunicación se observa que el grado de conocimiento entre la ciudadanía sobre los proyectos o inversiones que se realizaron con financiación europea se relaciona con el tipo de inversiones más frecuentes. En este caso, los resultados obtenidos en la encuesta de 2013 son los siguientes:

1. Infraestructuras (carreteras, trenes...) y equipamientos (escuelas, hospitales) (FEDER)	31,3%
2. Medio Ambiente (agua, depuradoras...) (FEDER)	21,7%
3. Formación y Empleo (FSE)	18,0%
4. Ayudas para disminuir las desigualdades sociales y entre hombres y mujeres (FEDER y FSE)	12,7%
5. Ayudas a las empresas (FEDER y FSE)	7,2%
6. Ayudas para luchar contra la exclusión y/o a personas con discapacidad (FSE)	2,2%
7. Investigación, Desarrollo e Innovación y Sociedad de la Información (FEDER y FSE)	1,5%

Cuando se preguntó a la sociedad en 2010 si los lemas “Construyendo Europa desde Aragón” y “Una manera de hacer Europa” le parece que refleja adecuadamente el papel que juega la Unión Europea, a través de FEDER, FSE y/o Fondo de Cohesión, en el mayor desarrollo económico y social de España y/o en concreto de su región, la respuesta es prácticamente el 50 % afirmativa y/o negativa. Lo que nos lleva a pensar que el lema no es muy popular. Pocas personas lo conocen y por lo tanto despierta igual simpatía que rechazo. Los resultados recogidos en 2013 expresan que el 54% de las personas que conocían dichos lemas consideran que estos no reflejan adecuadamente el papel que juega la UE.

En cuanto a la desagregación por sexos, en 2013, el grado de conocimiento del papel desempeñado por la UE continua siendo superior en el caso de los hombres (66%) que en el de las mujeres (57%), no obstante, las mujeres encuestadas habían oído hablar en mayor grado que los hombres de los tres FFEE: FEDER, FSE y FC.

Estos datos muestran un conocimiento de los Fondos Estructurales en Aragón aceptable en general, habida cuenta de la temática específica de algunas inversiones. No obstante, se aprecia que han existido limitaciones considerables (durante este segundo tramo de ejecución), en cuanto a la comunicación de las actuaciones cofinanciadas por el FSE.

8. Conclusiones y recomendaciones: propuesta para mejorar la estrategia de comunicación de los Fondos Estructurales 2014-2020

A continuación se muestran las conclusiones obtenidas y las oportunidades de mejora identificadas una vez realizada la evaluación final del Plan de Comunicación de Aragón:

Conclusiones obtenidas

La conclusión de la evaluación del Plan de Comunicación es positiva aunque se detectan algunas áreas de mejora.

Como se comentó en la anterior evaluación, se ha respetado la proporcionalidad del Plan de Comunicación en su programación y los objetivos del Plan de Comunicación han sido pertinentes a la situación de partida y a la estrategia de comunicación definida a nivel europeo, habiéndose respetado las orientaciones definidas por las redes supranacionales de información y publicidad.

Ha existido coherencia entre los objetivos del Plan y las medidas previstas para alcanzarlos, destacando la concentración del esfuerzo (considerado en términos de medidas concretas) en aquellos temas prioritarios de comunicación con mayor carácter estratégico por su influencia sobre el resto.

Las dos reprogramaciones de los valores a alcanzar sobre los indicadores de realización y resultado demuestran una cierta inconsistencia en la programación aunque con la modificación se favoreció la consecución de un mayor impacto al haber incluido un mayor número de actuaciones en materia de información y publicidad en las previsiones del Gobierno de Aragón.

Las ratios de eficacia elevadas en la anterior evaluación constituyen un aspecto a poner en alza, como se comentó este hecho se asoció más a un establecimiento conservador de valores iniciales que a una ejecución excesiva. Debe tenerse en cuenta que en la evaluación final se observan unos valores de ejecución por encima del 85% y que la plena ejecución se alcanzará al final del período de programación.

Siguiendo las recomendaciones establecidas el Servicio de Fondos Europeos incrementó el número de orientaciones en materia de información y publicidad. En este sentido, los Órganos Gestores y colaboradores manifestaron haber notado un mayor esfuerzo en la comunicación de las directrices durante el segundo tramo que incluye la evaluación final. Igualmente, el Organismo Intermedio organizó una jornada formativa específica en la materia hecho que se recomendaba en la evaluación intermedia.

Ha sido adecuada la decisión de continuar celebrando reuniones bilaterales en las que se ha tratado los aspectos relacionados con la información y publicidad. Estas reuniones permiten, tal y como ya se apuntaba, profundizar en los asuntos tratados en las redes de información y publicidad en las que participa el Organismo Intermedio y sirven por tanto para amplificar el efecto de los trabajos desarrollados en las redes.

Se ha mejorado en cuanto a la contribución de la exposición de los avances en materia de información y publicidad sobre los informes anuales de ejecución. A diferencia en lo expuesto en los informes de 2007, 2008 y 2009, los informes de 2010, 2011 y 2012 incluyen toda la información relevante.

Las incidencias detectadas en materia de información y publicidad sobre las verificaciones en virtud del Art. 13 corresponden sólo al inicio de ejecución de los PO's. En este sentido, se lograron resolver de una forma eficaz y estableciendo las consecuentes acciones de mejora para que no se reiteraran.

La integración del principio transversal de igualdad de oportunidades es conocida por los Órganos Gestores del PO. Además, se han establecido instrucciones específicas en esta materia. No obstante, debe tenerse en cuenta que el Plan de Comunicación aunque incluye este aspecto básico no desarrolla su contenido.

Han mejorado las tasas de satisfacción y utilidad sobre las sesiones o jornadas formativas tal y como se recomendó en la anterior evaluación, estas sirven para transmitir de forma directa los aspectos tratados en las reuniones de las redes de información y publicidad. Ha sido favorable la inclusión en todas las jornadas y sesiones organizadas por el SFE con los órganos gestores y colaboradores de un punto en el orden del día sobre I+P.

Ha disminuido levemente el grado de conocimiento por parte de la ciudadanía sobre la importancia que tiene la UE en el desarrollo de la región. Deben incrementarse los esfuerzos en este sentido, especialmente entre aquellos grupos de edad que muestran mayor desconocimiento. En referencia a este aspecto, debe tenerse en cuenta que se prevé que sea en el final del período de intervención cuando se comuniquen en mayor grado los logros obtenidos por lo que es esperable que crezca el conocimiento de la contribución comunitaria.

Finalmente, se aprecia una alta complementariedad articulada a través del Comité de Coordinación de Fondos que se ha visto trasladada también a las actividades en materia de información y publicidad, así las sinergias creadas desde 2008 no han sido sólo entre el FSE y FEDER sino también con el FEADER y FEP.

Recomendaciones

Las recomendaciones recogidas en este apartado provienen del análisis de los distintos métodos y técnicas utilizadas: análisis documental, sistema de indicadores, encuestas y entrevistas:

La disposición de indicadores en materia de información y publicidad es clave para el seguimiento de la ejecución. De cara al nuevo periodo de programación 2014-2020, se debe reforzar la sensibilidad y concienciación en la materia de los organismos intermedios, gestores y/o órganos colaboradores de los programas para lograr una mayor involucración. Se debe mantener el esfuerzo dirigido a estos actores sobre la importancia de la existencia de datos y su exhaustividad

En relación con la calidad de la información, se sugiere desarrollar herramientas de recogida y/o tratamiento de datos de fácil uso y manejables, empleando las nuevas tecnologías disponibles. Asimismo, mejorar la actual aplicación informática de información y publicidad.

La información recogida de los indicadores de comunicación en términos de homogeneidad y coherencia se ha mejorado considerablemente. Sin embargo, se recomienda mantener la formación sobre el planteamiento, concepto y modo de cumplimentación (o proporcionar el dato), dado que refuerza la efectividad y el adecuado desarrollo de las medidas de información y publicidad.

Se propone intensificar la participación de los organismos responsables en eventos internacionales y nacionales relacionados con la comunicación de los fondos y la evaluación.

Con el fin de obtener una mayor precisión en la estimación de los valores a alcanzar sobre los indicadores en el próximo período se recomienda partir del análisis de los resultados finales obtenidos respecto al periodo 2007-2013. Esta información puede servir como punto de

partida para entender el alcance que se puede obtener en la ejecución de actuaciones en materia de información y publicidad. Deberán establecerse equiparaciones entre lo obtenido durante 2007-2013 y sobre el volumen de fondos que se comprometan para la región de Aragón en el próximo periodo.

Aunque la inclusión de un punto sobre información y publicidad en el orden del día de las distintas jornadas o sesiones organizadas por el SFE y la celebración de una jornada formativa específica en materia de información y publicidad han sido factores muy positivos, se recomienda la organización de un mayor número de sesiones o jornadas específicas en materia de información y publicidad con los órganos gestores/colaboradores y/o beneficiarios de los programas. Es especialmente recomendable comunicar de forma específica las directrices en el inicio de la ejecución y la toma de decisiones para la reorientación del Plan de Comunicación después de la evaluación intermedia.

Debe fomentarse en mayor grado entre los Órganos gestores/colaboradores la necesidad de comunicar los logros obtenidos. En este sentido, algunas operaciones por su tipología parecen no ser objeto de difusión una vez implementadas no siendo siempre así. El impacto comunicativo sobre la intervención comunitaria en la región depende en un alto grado de este factor.

Es importante, que en la futura programación del Plan de Comunicación se desarrollen las obligaciones establecidas sobre los principios horizontales, especialmente en materia de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres. En este sentido, dicho plan puede incorporar y clarificar los aspectos que deben tenerse en cuenta y proponer acciones de mejora a las prácticas llevadas a término hasta el momento.

En general, la difusión de los Fondos Estructurales y de la importancia de la UE precisa de esfuerzos suplementarios. Dado que las inserciones en los medios de campañas publicitarias y conocidas las restricciones financieras para utilizar los medios de comunicación de pago, resulta recomendable, también, adoptar nuevas formas y canales gratuitos para que se consiga el suficiente conocimiento por parte de la ciudadanía de las ayudas comunitarias que percibe la región. En este sentido, para acercarse en mayor grado a la población joven podría ser pertinente una mayor participación en las redes sociales adecuadas.

El lema adoptado por la región “Construyendo Europa desde Aragón” parece no haber calado entre la sociedad aragonesa, además por su alta extensión en algunas ocasiones ha sido difícil de insertar en algunos materiales editados. Se propone el diseño de uno nuevo para el próximo periodo, y se aconseja que sea un lema más sintético y con una carga comunicativa mayor.

Es especialmente importante intensificar la detección de buenas prácticas. En este sentido, es recomendable que se realice un chequeo en base a algunas cuestiones clave sobre cada actuación en materia de información y publicidad llevada a término que sirva para comprobar si dicha actuación puede constituirse una buena práctica. Además, por tener un mayor conocimiento de la actuación se recomienda que sea el órgano que la ha ejecutado quién la redacte y el Organismo Intermedio quién la apruebe.

9. Buenas Prácticas

La principal función de la identificación de Buenas Prácticas es introducir un mayor nivel de detalle en el análisis de ejecución, aproximarse a resultados e impactos y facilitar ejemplos de buenas prácticas, o también para analizar proyectos que se hayan desviado del comportamiento esperado. Para homogeneizar la búsqueda de las mejores prácticas la Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación estableció unos criterios mediante el cumplimiento de los cuales una actuación puede ser considerada buena práctica:

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

Este análisis permite encontrar ejemplos de actuaciones con aspectos relevantes que pueden servir para mejorar la información y publicidad proporcionadas por otras actuaciones menos visibles y, en todo caso, para mejorar futuras programaciones e incluir actuaciones que han tenido un éxito inesperado, o abren nuevas vías de acceso a futuros beneficiarios o a la ciudadanía.

En este informe se han analizado las buenas prácticas presentadas por el Organismo Intermedio regional en los Comités de Seguimiento y que han quedado reflejadas en los correspondientes informes anuales. Se ha incorporado además una nueva buena práctica a este informe de evaluación 2010 manteniendo la misma base de criterios establecidos y citados anteriormente junto con una breve descripción de la misma y un análisis justificativo del cumplimiento de los criterios por los que el evaluador considera que es, igualmente, una buena práctica.

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

Las buenas prácticas ya identificadas son las siguientes:

- BP1. Comunicación sobre las actuaciones de adaptación y lucha contra el Cambio Climático
- BP2. Comunicación de las actuaciones de medidas para mejorar el acceso de la mujer al mercado laboral, así como la participación y los progresos permanentes de la mujer
- BP3. Constitución de la Red GERIP “Grupo Español de Responsables de Información y Publicidad”
- BP4. Elaboración en la red GERIP de la “Guía General de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los Programas Operativos FEDER, Fondo de Cohesión y FSE 2007-1013”
- BP5. Edición de la publicación La Carpeta con la monografía “Acércate a Europa”
- BP6. “Aula permanente de Medio Ambiente Urbano de Aragón”
- BP7. “Aragón Investiga”

- BP8. Acciones de información y publicidad realizadas durante el año 2011 por el Servicio de Fondos Europeos como Organismo Intermedio en el tramo regional
- BP9. “Infraestructuras para la gestión del uso público en espacios de la Red Natural de Aragón”
- BP10. “Transferencia de tecnología y servicios avanzados de información a empresas y servicios empresariales”
- BP11. “Jornada sobre Riesgos Psicosociales y Salud Laboral” celebrada el 11 de diciembre de 2012, organizada por la Dirección General de Trabajo
- BP12. “Jornadas de Orientación Profesional”
- BP13. “Promoción de actividades naturales”

Con carácter general, se validan como buenas prácticas todas ellas y, por tanto, se recomienda su continuidad, sin embargo aquellas sobre actuaciones cofinanciadas deben reorientarse y adaptar su contenido a la naturaleza y objeto de las futuras intervenciones FEDER y FSE.

Por otra parte, el mantenimiento y desarrollo de las buenas prácticas de comunicación será clave en el futuro periodo de programación 2014-2020 para mejorar el cumplimiento de los requerimientos comunitarios, en particular, y la difusión de los programas, en general.

En este sentido, todas las buenas prácticas identificadas cumplen con los siete criterios definidos en la Guía de Metodología de Seguimiento y Evaluación, habiéndose conseguido en todas ellas los resultados esperados.

BUENAS PRÁCTICAS	CRITERIOS							VALIDACIÓN	
	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	SÍ	Comentario
BP1	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	■	Continuidad. La economía baja en carbono es uno de los 11 objetivos temáticos del 2014-2020
BP2	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	■	Adaptación del formato/contenido a las futuras actuaciones que se lleven a cabo
BP3	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	■	Continuidad. Favorece el intercambio de experiencias
BP4	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	■	Continuidad. Mejora el adecuado cumplimiento de los requisitos comunitarios a los organismos intermedios y gestores de fondos
BP5	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	■	Continuidad. Impacto alto en la difusión de los programas
BP6	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	■	Adaptación del formato/contenido a las futuras actuaciones que se llevan a cabo
BP7	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		
BP8	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	■	Continuidad. Mejora en la gestión de las intervenciones.
BP9	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	■	Adaptación del formato/contenido a las futuras actuaciones que se llevan a cabo
BP10	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		
BP11	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		
BP12	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		
BP13	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		

A continuación, se presenta una síntesis de las buenas prácticas ya detectadas, junto a los resultados obtenidos en cada una de ellas.

BP1. Comunicación de las actuaciones de adaptación y lucha contra el Cambio Climático

Buena práctica realizada a través de actuaciones incluidas en la operación “Mitigación del Cambio Climático y adaptación al mismo”, correspondiente al Tema prioritario 49, en el programa operativo FEDER 2007-2013, que consiste en la elaboración de documentos de planificación en materia de cambio climático en Aragón, avanzar en el conocimiento sobre los procesos relacionados con el cambio climático: inventario, sumideros y escenarios, y promover acciones de divulgación y sensibilización.

Estas actuaciones, en materia de comunicación, pueden considerarse en conjunto como buena práctica al cumplir los siguientes criterios indicados por el GERIP:

Criterio 1. Uso de recursos innovadores en la presentación, organización y/o desarrollo.

Consideramos el cumplimiento de este criterio por dos motivos:

- La importancia del **proceso de participación ciudadana**, con un total de 906 aportaciones y alegaciones previas a su aprobación. Éstas fueron efectuadas mediante fichas de aportaciones, lo que supone el uso de un recurso innovador al alcanzar mayor cobertura, facilitar la participación y favorecer el uso de nuevas tecnologías de la información, al poder ser enviado vía correo electrónico.
- El **Sistema de adhesión a la Estrategia Aragonesa de Cambio Climático y Energías Limpias**. Recurso innovador mediante el cual las empresas comunican al Gobierno de Aragón y a la ciudadanía, mediante publicación en la página web de Aragón, su compromiso con la estrategia definida.



Criterio 2. Adecuación de los contenidos a los objetivos perseguidos

Se han emitido multitud de documentos adaptados a ciudadanos de cualquier edad, y con variada profundidad en su desarrollo para personas que buscan un diferente nivel de conocimientos.



Criterio 3. Incorporación de criterios de igualdad de oportunidades.

Cumple con este criterio debido a la utilización de un lenguaje no sexista, en conjunción con lo indicado en el criterio anterior, relativo a ir dirigido y adaptado a toda la ciudadanía.

Criterio 4. Adecuación con el objetivo general de difusión de los fondos

Estas actuaciones cumplen con este criterio puesto que en cualquier documento, jornada, taller, se indica y publicita la cofinanciación por parte de FEDER.



Criterio 5. Alto grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción de comunicación.

Cumple con este criterio porque llega a una amplia mayoría ciudadana mediante la publicidad directa y tradicional como anuncios, folletos, carteles, pegatinas, etc., así como a través de los medios de comunicación (prensa, radio y televisión) que emiten gran cantidad de noticias relacionadas con el cambio climático, incluidas las que proporciona el Gobierno de Aragón al editar nuevo material, realizar jornadas y charlas, ya que es un tema que interesa a la ciudadanía y que los medios de comunicación rápidamente incorporan a sus plataformas.

- **Campana de sensibilización ambiental para empleados de la Administración Local**



- **Exposición itinerante “Cambiemos nosotros para no cambiar el clima”**



Criterio 6. Evidencia alto grado de calidad

Consideramos que, entre la diversidad de herramientas empleadas para comunicar, hay algunas con un alto grado de calidad, por la completa información sobre el cambio climático y la descripción de las medidas de colaboración responsable que proporciona a la ciudadanía para actuar en la mitigación del mismo.

Manual de Ahorro y Eficiencia Energética en el Hogar: Hogares Aragoneses frente al Cambio Climático



Criterio 7. Uso de nuevas tecnologías de la información.

Cumple con este criterio debido al constante empleo de líneas de comunicación tecnológicas: páginas web, alguna interactiva como la del Atlas climático de Aragón, correo electrónico, presentaciones, que acompañan a las tradicionales jornadas, charlas, folletos, documentos, etc.

- **Página web de la Estrategia aragonesa del cambio climático y energías limpias**, que posee multitud de enlaces y de contenido para descargar, así como todos los folletos, carteles, medios didácticos, etc. editados.



- **Atlas Climático de Aragón**
El Atlas Climático de Aragón permite al público interesado disponer de los datos y las informaciones que hacen posible un mejor conocimiento del clima de Aragón, tanto en versión pdf como a través del portal del Gobierno de Aragón:



BP2 Medidas para mejorar el acceso de la mujer al mercado laboral, así como la participación y los progresos permanentes de la mujer

Buena práctica realizada a través de actuaciones incluidas en la operación “Coeducación y corresponsabilidad en la vida laboral, familiar y personal”, correspondiente al Tema prioritario 69, en el programa operativo FSE 2007-2013, que consiste en transformar a la sociedad mediante medidas para la incorporación de todas las personas en las responsabilidades familiares y fomentar modelos sociales y educativos en igualdad.

Estas actuaciones, en materia de comunicación, pueden considerarse en conjunto como buena práctica al cumplir los siguientes criterios:

Criterio 1. Uso de recursos innovadores en la presentación, organización y/o desarrollo.

Consideramos el cumplimiento de este criterio por el uso de plataformas novedosas para la presentación de líneas de comunicación con el ciudadano como delantales, camisetas y mediante el estampado de la publicidad sobre un autobús de línea urbana con una imagen que ocupa toda su superficie.



Criterio 2. Adecuación de los contenidos a los objetivos perseguidos

Consideramos que, dentro de la gran diversidad de herramientas empleadas para comunicar, hay una **adecuación total de los contenidos a los objetivos perseguidos**, adaptados a ciudadanos de cualquier edad, incluidos los más pequeños, los adolescentes y las personas mayores



Criterio 3. Incorporación de criterios de igualdad de oportunidades.

Cumple con este criterio debido a la utilización de un lenguaje no sexista, en conjunción con lo indicado en el criterio anterior, relativo a ir dirigido y adaptado a toda la ciudadanía. Además tanto la temática como el diseño gráfico de la misma presentando situaciones de corresponsabilidad en las actividades domésticas, se dirigen al cumplimiento del criterio expuesto.



Criterio 4. Adecuación con el objetivo general de difusión de los fondos

Estas actuaciones cumplen con este criterio puesto que en cualquier documento, material, jornada, taller, se indica y publicita la cofinanciación por parte de FSE.

Criterio 5. Alto grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción de comunicación.

Cumple con este criterio porque llega a una amplia mayoría ciudadana mediante la publicidad directa y tradicional pero, a la vez, variada, como anuncios, folletos, carteles para cabinas de teléfonos, adhesivos, imanes de nevera, MUPI's (Mueble Urbano para la Presentación de Información) en las principales arterias de la ciudad, cuadernos, postalfree, etc., así como a través de algún recurso innovador, indicado anteriormente, como delantales, camisetas o el estampado de la publicidad sobre un autobús de línea urbana. Los talleres con niños de distintas edades y la edición de material didáctico: cuentos, cuadernos con información, cuadernos de promoción, etc. amplían aún más la cobertura de la publicidad directa.



Criterio 6. Evidencia alto grado de calidad

Consideramos que, entre la diversidad de herramientas empleadas para comunicar, hay algunas con un **alto grado de calidad**, por ejemplo la manera en que se ha enfocado el diseño gráfico de la cartelería, muy moderna, visual y respetuosa, en la que se superponen situaciones habituales de la vida con otras que implican corresponsabilidad creando una asociación de ideas de normalidad entre ambas imágenes, la real y la ficticia.



Criterio 7. Uso de nuevas tecnologías de la información.

A través de la página web de la Casa de la Mujer dentro del Ayuntamiento de Zaragoza encontramos información, documentación para descargar y se indica la cofinanciación de la operación a través del FSE.



BP3. Constitución de la RED GERIP “Grupo Español de Responsables de Información y Publicidad”

El GERIP es una red constituida por las personas responsables de información y publicidad de las autoridades de gestión del FEDER, FSE y Fondo de Cohesión y de los responsables de comunicación de cada uno de los Planes de Comunicación regionales.



Su objetivo fundamental es establecer una estrategia de comunicación conjunta, la coordinación de sus participantes a la hora de aplicar esta estrategia, el intercambio de ideas, la creación de un foro de discusión y la plataforma para la toma de decisiones y orientaciones consensuadas en beneficio de las funciones que los representantes de comunicación de los planes tienen que desarrollar.

Establece un puente informativo entre los participantes de la red española y las redes europeas de la Comisión, INIO e INFORM.



Se considera que es una “buena práctica”:

Criterio 1. Uso de recursos innovadores en la presentación, organización y/o desarrollo

Consideramos esta práctica innovadora puesto que hasta el momento no se habían nombrado responsables de comunicación para los Planes de Comunicación. Por lo tanto es una novedad a nivel de presentación, pero también a nivel de organización puesto que constituye una red (GERIP) para establecer una estrategia conjunta sobre la gestión y la evaluación de la información y la publicidad

Criterio 2. Adecuación de los contenidos a los objetivos perseguidos

Desde su inicio ha ido aportando soluciones a todos los planteamientos presentados: pautas para la elaboración de los planes de comunicación, respuesta a las observaciones de la Comisión, definición de metodología a seguir para la evaluación, indicaciones para la elaboración de los informes anuales, resolución de dudas y problemas, etc.

Criterio 3. Incorporación de criterios de igualdad de oportunidades.

Se introduce la prioridad horizontal de la igualdad de oportunidades tanto en los planteamientos de funcionamiento de la red, como de representatividad y posibilidades futuras.

Criterio 4. Adecuación con el objetivo general de difusión de los fondos

El fundamento base de las reuniones que se llevan a cabo siempre es la discusión, planteamientos y consenso sobre aspectos relacionados con la difusión de los Fondos.

Criterio 5. Alto grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción de comunicación.

Los trabajos del GERIP se extienden más allá de los organismos participantes en la red porque a su vez la AGE y el organismo responsable del Plan de Comunicación regional actúan de intermediarios y trasvasan las decisiones tomadas en su seno al resto de los participantes (Órganos Gestores y/o beneficiarios) de sus Planes de Comunicación.

Criterio 6. Evidencia alto grado de calidad

El funcionamiento y los trabajos generados en el seno del grupo, como se ha venido demostrando en los productos, pautas y decisiones derivadas de los trabajos de la red, presentan una alta calidad en los contenidos.

Criterio 7. Uso de nuevas tecnologías de la información

Todas las actas de las reuniones y los documentos repartidos se cuelgan en la página web de la autoridad de gestión

BP4 Elaboración en la red GERIP de la “Guía General de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los Programas Operativos FEDER, Fondo de Cohesión y FSE 2007-2013”

Se trata de una publicación surgida de una iniciativa de las Autoridades de Gestión, elaborada por ellas y consensuada por la totalidad de las regiones españolas en el seno del GERIP, para poner a disposición de todos los actores responsables de la aplicación de los fondos de la política regional en España, una metodología adecuada, a fin de poder realizar el seguimiento y la evaluación de las medidas que vayan desarrollando de sus respectivos Planes de Comunicación. Asimismo, es una herramienta que sirve a los evaluadores externos que van a llevar a cabo las evaluaciones exigibles por la reglamentación comunitaria, en los años 2010 y 2013.



Se considera que es una buena práctica, por el cumplimiento de los siguientes criterios:

Criterio 1. Uso de recursos innovadores en la presentación, organización y/o desarrollo.

Se diseña una aplicación específica para la introducción de los indicadores, que permite obtener informes del estado y evolución de las acciones de comunicación realizadas en cualquier momento.

Criterio 2. Adecuación de los contenidos a los objetivos perseguidos

Se han tenido en cuenta las características concretas que presentan tanto la programación de los distintos Programas Operativos y Planes de Comunicación como la realidad de las distintas Comunidades y Ciudades Autónomas españolas, manteniendo un principio de proporcionalidad en las actuaciones que deben llevar a cabo unas y otras.

Criterio 3. Incorporación de criterios de igualdad de oportunidades.

La Guía utiliza un lenguaje de género adecuado en su redacción, e introduce en el documento del informe final a presentar por los evaluadores, un apartado que analice la contribución de las medidas de comunicación en el principio de igualdad de oportunidades

Criterio 4. Adecuación con el objetivo general de difusión de los fondos

La posibilidad de elaborar informes sobre el seguimiento de las actuaciones facilita la difusión que de las actuaciones cofinanciadas por los fondos pueden realizar los organismos que utilizan y aplican la metodología en ella descrita.

Criterio 5. Alto grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción de comunicación.

La guía se ha difundido entre todos los Organismos Intermedios y se ha hecho llegar a los gestores de las ayudas de los Fondos, colectivo al que va dirigida la publicación.

Criterio 6. Evidencia alto grado de calidad

El diseño de la guía ha tenido una buena aceptación por parte de la Comisión y de la mayoría de los estados miembros y la utilización que de ella han decidido hacer otros países para su evaluación.

Criterio 7. Uso de nuevas tecnologías de la información

La Guía se ha “colgado” en la web de la Autoridad de gestión, que ha creado un apartado específico en la misma para Comunicación. También se introducen en la web de los Organismos Intermedios responsables de los Planes de Comunicación regionales AGE, para la necesaria puesta en marcha de los contenidos de la misma.

BP5 “Edición de la publicación La Carpeta con la monografía “Acércate a Europa”

Al equipo evaluador le parece una buena práctica esta publicación, elaborada en el primer trimestre del año 2010, dada la visibilidad que ofrece de la Unión Europea a un colectivo, el juvenil, que, como puede comprobarse de los resultados de las encuestas a la ciudadanía, es alarmante su desconocimiento de la participación de la UE en el desarrollo de España y Aragón en la última década, no sólo en infraestructuras, mejora de competitividad, medioambiente o en programas de creación de empleo, sino en el mismo ámbito educativo del que forman parte, mediante los programas de educación, las becas Sócrates, Erasmus, Leonardo da Vinci, etc. que perciben los estudiantes de diversas edades, incluidos los universitarios.

Esta actuación, en materia de comunicación, puede considerarse en conjunto como buena práctica al cumplir los siguientes criterios:

Criterio 1. Uso de recursos innovadores en la presentación, organización y/o desarrollo.

Consideramos el cumplimiento de este criterio por la procedencia de esta publicación, fuera de los organismos involucrados en la gestión de Fondos Europeos. Está elaborado por el Instituto Aragonés de la Juventud, dependiente de la Consejería de Servicios Sociales y Familia.



Criterio 2. Adecuación de los contenidos a los objetivos perseguidos

Consideramos que hay una **adecuación total de los contenidos a los objetivos perseguidos**, adaptando el lenguaje y el contenido a las necesidades de los jóvenes en el ámbito educativo y desarrollando un dossier completo cuyos contenidos cumplen con el objetivo de visibilidad del Plan de Comunicación: el origen de la UE, los Tratados de constitución y ampliación, las instituciones y su funcionamiento, los logros de la UE en su conjunto, y detallando la Política Regional Europea en Aragón y los programas educativos y de movilidad, así como la organización del nuevo Espacio Europeo de Educación Superior.

Criterio 3. Incorporación de criterios de igualdad de oportunidades.

Cumple con este criterio debido a la utilización de un lenguaje no sexista, claro y joven. La temática y el diseño gráfico de la misma también justifican el cumplimiento de este criterio, ya que en todas las fotos aparecen chicos y chicas trabajando, estudiando, participando juntos, sin discriminación por razón de sexo.



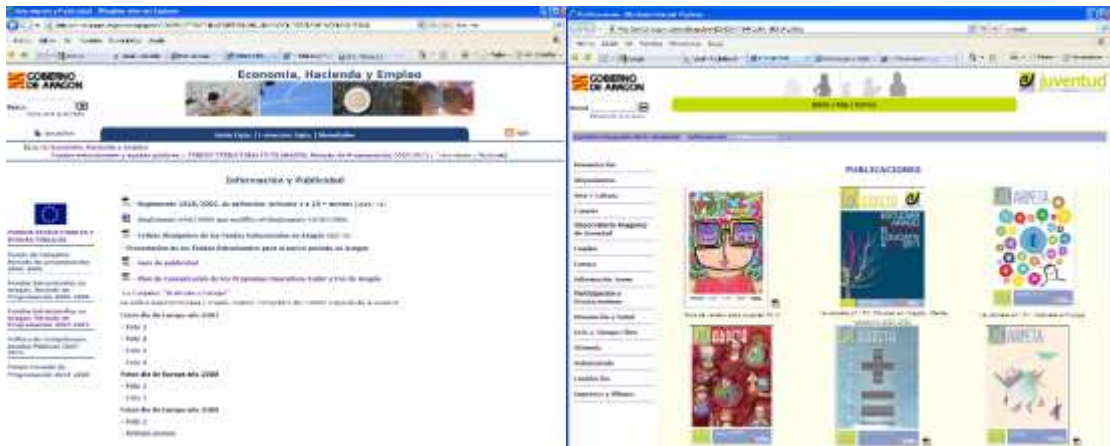
Criterio 4. Adecuación con el objetivo general de difusión de los fondos

Estas actuaciones cumplen con este criterio no sólo por la presencia del logo de la UE y la bandera, sino porque difunde el origen y creación del UE, explica la política regional, los objetivos de competitividad y Empleo y el de Cooperación Territorial en los que participa Aragón, todos los programas en los que la UE participa en educación escolar, formación profesional, universidad, idiomas, realización de prácticas y de empleo en el extranjero, Voluntariado Europeo, etc.

“Construyendo Europa desde Aragón”

Criterio 5. Alto grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción de comunicación.

Cumple con este criterio porque alcanza a una amplia mayoría ciudadana mediante la publicación directa y tradicional de la revista físicamente en los distintos centros de juventud de la CCAA aragonesa. Además esta revista se puede descargar en la web del Instituto Aragonés de la Juventud y en la web del Departamento de Economía, Hacienda y empleo, área de Información y Publicidad del periodo de programación 2007-2013.



Criterio 6. Evidencia alto grado de calidad

Consideramos que hay evidencias de un **alto grado de calidad**, debido fundamentalmente a la completa información que contiene, al uso de un lenguaje moderno y juvenil, y al grafismo respetuoso con la igualdad de oportunidades. El documento contiene multitud de enlaces con la Comisión, con asociaciones, entidades y agencias europeas, organismos comunitarios, Instituciones, etc.

Criterio 7. Uso de nuevas tecnologías de la información.

Como hemos indicado anteriormente la revista se puede descargar de la página web del Gobierno de Aragón. El documento tiene continuos enlaces (en rojo con fondo azul en la imagen) a distintas páginas web donde ampliar información, obtener impresos y solicitudes, tanto en páginas web europeas generalistas, como en asociaciones, instituciones, agencias y organismos comunitarios y aragoneses.



BP6 Aula permanente de Medio Ambiente Urbano de Aragón

Organizada y gestionada por la Dirección General de Calidad Ambiental del Departamento de Agricultura, Ganadería y Medio Ambiente del Gobierno de Aragón.

El **objetivo** de esta actuación de información, sensibilización y educación ambiental es favorecer la comprensión del conflicto del cambio climático y proponer y capacitar a los usuarios para modificar las pautas de comportamiento de las personas y entidades.

La oferta formativa del Aula de Medio Ambiente Urbano (AMAU) engloba desde espacios expositivos permanentes (*La Calle Indiscreta*), hasta actividades participativas como talleres, concursos o cuentacuentos, entre otras. Con ello, se ofrece un atractivo programa educativo destinado a un amplio espectro de público y el cual se pone a disposición de la población aragonesa mediante visitas individuales, visitas de grupo, visitas de familia y visitas temáticas variadas, entre otras.



Se considera que esta actuación puede ser una “buena práctica”, porque:

En lo que respecta al *uso de recursos innovadores en la presentación, organización y/o desarrollo*, destaca la variedad de canales de comunicación utilizados para su difusión así como las diferentes formas de presentación de los contenidos didácticos e informativos según los perfiles de los potenciales beneficiarios.

En el uso de recursos para la presentación destacan:

- Creación de una página web, (www.lacalleindiscreta.es), donde cualquier interesado puede acceder e informarse del desarrollo del aula y de sus eventos programados.
- Elaboración de un boletín electrónico de periodicidad mensual, *La Gateza Ilustrada*, en el que se difunden las actividades del Aula.
- Difusión de folletos del Aula de Medio Ambiente Urbano, relativos a la exposición permanente y al programa educativo.





- Club del niño: difusión de las actividades infantiles a través de lista de correo electrónico. A estas direcciones se envían, una vez al mes aproximadamente, las actividades realizadas en el centro (boletín), así como las actividades que se realizan puntualmente. Cada principio de curso escolar se realiza un envío por correo electrónico de las actividades a todos los centros escolares, comarcas y ayuntamientos de la Comunidad Autónoma, asociaciones diversas y otros colectivos.

Respecto a la organización y/o desarrollo, cabe destacar como recursos innovadores incorporados en el Aula de Medio Ambiente Urbano los siguientes:

- *La Calle Indiscreta*: es una zona expositiva permanente que, recreando las calles de un entorno urbano, abarca diferentes campos temáticos relacionados con el medio ambiente. Además, La Calle Indiscreta cuenta con un espacio para las exposiciones temporales que se desarrollan a lo largo del año.
- *Talleres temáticos*: son programas de formación en temáticas concretas relacionadas con el medio ambiente (residuos, agua, ecología práctica, etc.) que se ofertan periódicamente a centros escolares, asociaciones juveniles y público en general.
- *El Aula Viajera*: es un proyecto que permite llevar los contenidos y actividades del Aula a escuelas y asociaciones de diferentes localidades de la Comunidad de Aragón. De forma mensual se planifica una salida previa petición de la actividad a través de correo electrónico.

En cuanto a la *adecuación de los contenidos a los objetivos perseguidos*, se considera que tanto los materiales didácticos e informativos distribuidos como las publicaciones se adaptan perfectamente a los objetivos del Aula establecidos que desde su creación en 2007:

- Informar, sensibilizar y formar a la población sobre los conflictos ambientales presentes en los entornos urbanos y su relación con el cambio climático.
- Favorecer un espacio de encuentro, formación y debate sobre los problemas ambientales urbanos.
- Ser la principal acción de educación y sensibilización frente al Cambio Climático que realiza el Departamento de Agricultura, Ganadería y Medio Ambiente del Gobierno de Aragón.

Gracias a la originalidad de las exposiciones y la adecuación de los contenidos según el perfil de las personas a las que han dirigido (escolares, adultos, empresarios, etc.), se ha conseguido trasladar a todos los públicos las problemáticas asociadas al medio ambiente de forma amena e intuitiva. Como resultado, se ha conseguido un alto grado de participación, tanto en el número de visitas al espacio expositivo permanente, como en la participación en talleres y actividades para todas las franjas de edad desde escolares hasta público adulto. En concreto, más de 9.800 personas visitaron el Aula hasta 2009, casi 700 participaron en talleres y más de 6.000 personas participaron en otras actividades.



En relación a la *incorporación del criterio de igualdad de*

oportunidades, cabe destacar la utilización de un lenguaje no sexista en todos los materiales distribuidos, así como en todos los cursos impartidos en el Aula de Medio Ambiente Urbano.

Sobre la *adecuación con el objetivo general de difusión de los fondos*, se ha prestado especial atención a la inclusión del logo de FEDER en todos los materiales a distribuir o a exponer, así como en todas las publicaciones realizadas. Teniendo en cuenta que el Aula cuenta con una zona expositiva permanente en la que muestran variedad de carteles y pancartas con el logo de los fondos, se considera que la difusión de la cofinanciación ha sido especialmente positiva en esta actuación. Por otro lado, en la página web www.lacalleindiscreta.es también se incorpora el logo de los fondos, así como una frase informativa sobre el Tema Prioritario en el que se encuadran las actuaciones del AMAU en el marco del Programa Operativo FEDER de Aragón. (*Estas acciones se realizan en el marco del Programa Operativo FEDER 2007-2013 para Aragón, operación 40. Mitigación y Adaptación al Cambio Climático “Construyendo Europa desde Aragón”*).

La actuación, además, dispone de un *alto grado de cobertura* sobre la población a la que va dirigida, ya que el importante abanico de actividades que ofrece el Aula de Medio Ambiente Urbano, unido a los completos procesos de difusión llevados a cabo, ha abarcado a visitantes y participantes de todas las edades en la región de Aragón. En concreto, la oferta de actividades ha llegado a centros escolares, asociaciones juveniles y de adultos, otros colectivos y público en general, relacionadas con visitas temáticas (residuos, consumo responsable, cambio climático, energía, etc.), visitas de familia, talleres para niños y adultos, exposiciones temporales o diferentes actos de temática ambiental.



Asimismo, se ha potenciado desde un primer momento su transferibilidad a otros contextos o regiones, a través de actividades innovadoras como el Aula viajera, otorgando de este modo un valor añadido al grado de cobertura del mismo.

En cuanto a la evidencia del *alto grado de calidad*, se considera que ésta queda reflejada en los resultados alcanzados por el AMAU, no sólo en términos de participación, sino también en relación al reconocimiento social. El Aula se ha convertido en un conocido entorno de formación e información en materia medioambiental en Aragón gracias a, por un lado, la diversidad de actividades que ofrece (talleres, exposiciones, concursos, jorandas temáticas, etc.), y por otro lado, a la originalidad de su oferta, ya que combina la formación y el aprendizaje con la diversión, el entretenimiento y la curiosidad.



Por último, el *uso de las nuevas tecnologías* de información ha sido un elemento clave para la difusión de la actuación ya que en la web del Aula (www.lacalleindiscreta.es) se concretan todas las actividades del programa educativo y expositivo, e incluso, se posibilita la inscripción on-line para la participación en próximos eventos o actividades.

BP7 Aragón Investiga

Organizada y gestionada por el Departamento de Industria e Innovación del Gobierno de Aragón, a través de la Dirección General de Investigación e Innovación.

Actualmente en Aragón hay 292 grupos de investigación cofinanciados por Fondo Social Europeo. Los resultados de esta investigación tienen un indudable interés para la sociedad, por el nuevo conocimiento que se genera y por sus aplicaciones inmediatas o futuras.

El **objetivo** principal de esta actuación es informar a la población aragonesa sobre las actividades en I+D que se realizan en la región. Con ello, se pretende, por un lado, aumentar la curiosidad científica de los ciudadanos para generalizar el conocimiento en este campo, y, por otro, contribuir al incremento de la masa investigadora de Aragón.

Para alcanzar esta meta se ha desarrollado como plataforma de la actuación una página web (www.aragoninvestiga.org) en la que se publican noticias relacionadas con la investigación así como información sobre becas, proyectos y oportunidades de empleo en este ámbito. Adicionalmente, se han llevado a cabo otras actividades de difusión para la consecución de un mayor alcance, como *mailing* a público objetivo con contenido científico y tecnológico, o creación de perfiles de la iniciativa *Aragón Investiga* en redes sociales en las que se ha proyectado la información publicada en la web.



Se considera que esta actuación es una “buena práctica”, porque:

En lo que respecta al **uso de recursos innovadores en la presentación, organización y/o desarrollo**, esta actuación destaca en dos aspectos: la usabilidad del portal y la presencia en otros canales web complementarios. Por un lado, por las facilidades de navegación que ofrece el portal web mediante una estructura especialmente intuitiva que permite acceder a las diferentes secciones de interés tanto a través de una barra de acceso permanente, como a través de diferentes links incluidos en la página principal que dirigen al usuario a las noticias o informaciones destacadas de cada apartado. Y por otro lado, por la complementariedad con otros recursos innovadores como las redes sociales, en las cuales se *Aragón Investiga* dispone de cuentas propias a las que se accede también desde el portal web mediante los iconos correspondientes (Facebook, Twitter y YouTube).

En cuanto a la **adecuación de los contenidos a los objetivos perseguidos**, se considera que la difusión realizada de las prácticas científicas llevadas a cabo en la Comunidad Autónoma de Aragón ha permitido alcanzar el principal objetivo del proyecto: acercar al ciudadano información sobre lo que se investiga en la región. La prueba de ello se encuentra en los satisfactorios datos de visitas a la página web, que han superado en 2011 las 221.000 visitas, alcanzando así las 350.000 páginas vistas.

Además, a través de los apartados “estudios y becas” o “agenda” el portal de *Aragón Investiga* contribuye a fomentar la participación de jóvenes y adultos interesados en proyectos de I+D, informándoles sobre las oportunidades de trabajo o formación. Así, se promueve el aumento de la masa crítica del sector científico.

En relación con la **incorporación del criterio de igualdad de oportunidades**, cabe destacar la utilización de un lenguaje no sexista en todas las noticias y contenidos publicados, así como en los correos distribuidos semanalmente a usuarios objetivo.



Sobre la **adecuación con el objetivo general de difusión de los fondos**, se ha desarrollado una marca propia, *Aragón Investiga*, como identificativa de los proyectos de investigación y desarrollo cofinanciados con FSE que se han ejecutado en la región. Para ello, se ha insertado el icono diseñado junto al logo FSE en todos aquellos medios en los que se ha difundido una noticia o una información relacionada con la actuación.

Además, la iniciativa *Aragón Investiga* dispone de un **alto grado de cobertura** sobre la población a la que va dirigida, ya que gran parte de los potenciales beneficiarios de la actuación son jóvenes con formación especializada, principalmente en ciencia y tecnología, que suelen tener acceso a las nuevas tecnologías. En este sentido, las más de 1.600 visitas al día recibidas durante el último ejercicio muestran este elevado alcance del portal web, que, además, se complementa con las visitas a las cuentas de *Aragón Investiga* en las redes sociales (Facebook, Twitter y YouTube).

“Construyendo Europa desde Aragón”



En cuanto a la evidencia del **alto grado de calidad**, se observa que las medidas tomadas para la mejora de las características del portal web, en términos de usabilidad y posicionamiento en buscadores, se han traducido en un incremento de la calidad de la página, el cual, a su vez, encuentra su evidencia en el aumento significativo de audiencia registrado en 2011.

Por otro lado, según el ranking de Google (Pagerank), por el que se determina la importancia de una página web en un buscador a partir del volumen de enlaces que en toda la red direccionan a la misma, el portal de *Aragón Investiga* se sitúa en una posición muy satisfactoria (nivel 6), junto a webs de peso en la región como la página del Gobierno de Aragón (www.aragon.es) o el portal de Las Cortes de Aragón (www.cortesaragon.es).

Por último, el **uso de las nuevas tecnologías** de información ha sido la base de este proyecto, ya que la plataforma de *Aragón Investiga* es Internet, y sus principales herramientas son su página web (www.aragoninvestiga.org), el correo electrónico (mailing) y las redes sociales ya mencionadas.

BP8. Acciones de información y publicidad realizadas durante el año 2011 por el Servicio de Fondos Europeos como Organismo Intermedio en el tramo regional.

El Servicio de Fondos Europeos, con objeto de realizar difusión de los Fondos Estructurales, convocó en el mes de marzo el *Primer Concurso Multidisciplinar "Construyendo Europa desde Aragón"*, que constaba de cuatro categorías: Fotografía, Periodismo, Vídeo y Publicidad. Este concurso se planteó con el objetivo de dar a conocer el lema elegido por el Organismo Intermedio para identificar las actuaciones cofinanciadas por los Fondos Europeos en Aragón: "Construyendo Europa desde Aragón", y sobre todo para que la ciudadanía, y especialmente los jóvenes, conocieran las actuaciones cofinanciadas por el Fondo Social Europeo (FSE) y por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER).

"Construyendo Europa desde Aragón"



Para lograr un mayor impacto mediático, el Ilmo. Sr. Consejero de Economía, Hacienda y Empleo presentó las bases del Concurso y presentó los trípticos que recogen las operaciones cofinanciadas por FEDER y FSE en el periodo de programación 2007-2013. Igualmente, se difundió la información relativa al Concurso a través de la página web del Gobierno de Aragón y de otros medios de comunicación cercanos a los jóvenes, como las redes sociales Facebook y Twitter ([facebook.com/unioneuropeadga](https://www.facebook.com/unioneuropeadga) y twitter.com/unioneuropeadga), en la web de la Universidad de Zaragoza, y en El Boletín del CIPAJ N°297/Abril 2011. Con la colaboración de EuropeDirect se hizo llegar a todos los centros escolares de Aragón, y a través de la Red Aragonesa de Información Europea se hizo uso de los medios de difusión del resto de los miembros para ampliar el alcance. Además, la información relativa al concurso y los trípticos a los que se ha hecho referencia se remitieron por carta a los medios de comunicación del Aragón, asociaciones, agentes sociales y empresariales, Federación de Municipios.... También se hizo una distribución por mailing a todos los empleados del Gobierno de Aragón, y a todo el personal y estudiantes de la Universidad de Zaragoza.

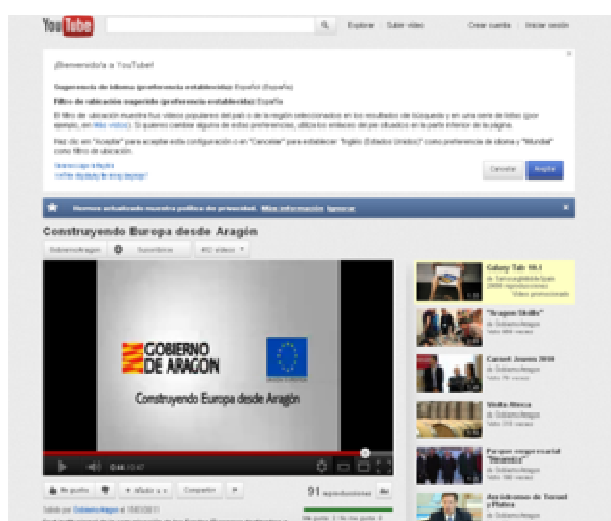
Con la convocatoria del Concurso “Construyendo Europa desde Aragón” también se pretendía reforzar el conocimiento del Día de Europa, ya que la fecha límite de presentación de los trabajos fue el 9 de Marzo, y la sensibilización de los medios de comunicación, buscando la implicación del personal de la Dirección de Comunicación y de las Facultades o Estudios de Comunicación de las Universidades ubicadas en Aragón.

Siguiendo la línea trazada con la presentación del Concurso, tuvo lugar la entrega de premios del mismo en un acto público el día 3 de Noviembre en el que se contó con la colaboración de la Dirección de Comunicación del Gobierno de Aragón y profesorado universitario de estudios de comunicación, lo que contribuyó a tener un mayor impacto en los medios de comunicación.



Desde la convocatoria del Concurso Multidisciplinar se puso a disposición de la ciudadanía el correo electrónico construyendoeuropadesdearagon@gmail.com, a través del cual se pueden hacer sugerencias, plantear dudas y ser vehículo de información al ciudadano que lo requiera respecto a cualquier tema relacionado con los Fondos Europeos.

Junto con la campaña de difusión y promoción del Concurso Multidisciplinar y de los Fondos Estructurales, se elaboró el video institucional de “Construyendo Europa desde Aragón”. El video fue pensado para Ferias, Exposiciones y Congresos, y para promover la difusión a través de internet. Dicho video se puede ver en YouTube en el siguiente link: <http://www.youtube.com/watch?v=uj6WXLvhz1Y>



Se considera que esta actuación del Servicio de Fondos Europeos es una “Buena Práctica de Comunicación” porque:

Respecto al *uso de recursos innovadores en la presentación, organización y/o desarrollo*, en las distintas acciones de comunicación se han utilizado medios audiovisuales e informáticos. Se ha procurado potenciar el uso de Internet, tanto para difundir la información relativa a los Fondos Estructurales, como para dar a conocer las noticias relacionadas con actuaciones cofinanciadas, así como para promocionar el Concurso Multidisciplinar y el spot publicitario “Construyendo Europa desde Aragón”. Y las presentaciones y mailings cumplían todos los requisitos de publicidad, lo que supone un mayor grado de impacto de la publicidad para los destinatarios de las mismas.

En cuanto a la *adecuación de los contenidos a los objetivos perseguidos*, se considera que la difusión del Concurso a través de diferentes medios ha tenido un gran alcance en la

“Construyendo Europa desde Aragón”

ciudadanía, y ha contribuido a que identifiquen mejor las actuaciones cofinanciadas por los Fondos.

En lo que respecta a la *Incorporación de criterios de igualdad de oportunidades* se ha utilizado un lenguaje de género adecuado y dirigido a toda la población. Además, en todas las actuaciones se ha evitado cualquier discriminación basada en sexo, raza u origen étnico, religión o convicciones, edad o discapacidad.

En lo relativo a la *adecuación con el objetivo general de difusión de los fondos*, cabe señalar que todas las medidas adoptadas en materia de información y publicidad por el Servicio de Fondos Europeos han estado encaminadas a informar a la ciudadanía del papel que desempeña la Unión Europea a través de la cofinanciación de las políticas de gasto público, y a mejorar la transparencia de la gestión de los Fondos Estructurales. Dicha actuación ha querido dar respuesta a las recomendaciones recogidas en el Informe de Evaluación del Plan de Comunicación.

El *alto grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción de comunicación* se cumple porque, al realizar diversas actuaciones, se ha alcanzado a una amplia población, tanto a los beneficiarios directos como a los medios de comunicación y la sociedad en general, bien mediante la participación en el Concurso, mediante la asistencia directa a la presentación de las bases del Concurso o a la entrega de premios, o bien mediante las notas de prensa y las redes sociales, conforme al estudio de impacto realizado por una empresa externa en el que se ha valorado la repercusión en los medios de comunicación y en las redes sociales.

Respecto a la *evidencia de un alto grado de calidad*, esta viene definida por las características de los trabajos presentados al Concurso, y muy especialmente por la calidad de los trabajos premiados, como ha sido valorado por el Jurado, en el que han participado expertos en materia de comunicación.

Por último, en cuanto al *uso de las nuevas tecnologías de la información* se puede observar que se han utilizado diferentes medios, como las páginas web, las redes sociales Facebook y Twitter, mails, medios audiovisuales, y presentaciones.

BP9. Infraestructuras para la gestión del uso público en espacios de la Red Natural de Aragón”

Gestionada por la Dirección General de Conservación del Medio Natural (Servicio de Espacios Naturales y Desarrollo Sostenible).

El objetivo de esta operación es generar equipamientos para el uso público, como Centros de recursos, Aulas de naturaleza, Centros de visitantes y Sistemas de Interpretación e Información, algunos situados en espacios naturales, para promover la puesta en valor del medio natural de una forma ordenada; la prevención de riesgos asociada, tanto al medio ambiente como a los usuarios, y la educación y sensibilización a la población en general sobre el patrimonio natural y la biodiversidad.

A lo largo de este año se han desarrollado actuaciones de comunicación dirigidas a:

- La mejora y adecuación de accesos e infraestructuras en los espacios naturales.
- La mejora en las condiciones de seguridad en el uso público de los espacios.
- El funcionamiento, mejora y dotación de centros de interpretación.

Se considera que esta actuación es una **buena práctica de comunicación** porque:

En lo que respecta al **uso de recursos innovadores en la presentación, organización y/o desarrollo**, destaca la variedad de medios utilizados, como la presentación de las actividades a través de la página web, de notas de prensa en distintos medios de comunicación, revistas de información general del programa educativo, la señalización de senderos, o la elaboración de documentos intuitivos y atractivos que se ponen a disposición de los usuarios en los puntos clave de información.



Además, esta operativa se considera innovadora ya que en los Centros de Interpretación de la Naturaleza se realizan actividades de información y publicidad tanto al aire libre como en el interior de los centros.



En relación a la **adecuación de los contenidos a los objetivos perseguidos**, todas las actividades tienen como objetivo propiciar el conocimiento y el respeto hacia la biodiversidad y los valores de los espacios naturales protegidos. Gracias a los recursos utilizados se consigue poner en valor el medio natural y atraer la atención de los visitantes a los entornos naturales, mejorando el conocimiento de la labor realizada por el órgano gestor.

Respecto a la **incorporación de criterios de igualdad de oportunidades** hay que resaltar todas las acciones llevadas a cabo por la Dirección General de Conservación del Medio Natural cumplen con el criterio de igualdad de oportunidades, dada la utilización de un lenguaje no sexista en todos los carteles, folletos, etc. distribuidos en las distintas actuaciones.

El contenido de las acciones cumple con la **adecuación con el objetivo general de difusión de los fondos**, en concreto, el funcionamiento, dotación y mejora de centros de interpretación responden plenamente al objetivo de profundizar en la educación y sensibilización ambiental tanto de los visitantes como de la población local, en virtud de los servicios que desde dichos centros se ofertan. El diseño y desarrollo de programas de Educación Ambiental da valor a las capacidades y a la diversidad funcional de las personas para encontrar y adoptar soluciones responsables y respetuosas a los problemas ambientales.

El Gobierno de Aragón, en colaboración con Benetaja, ofrece desde 1996 un atractivo Programa de Educación Ambiental para conocer los Espacios Naturales Protegidos de la Red Natural de Aragón, dirigido principalmente a centros de enseñanza, pero también a otros colectivos sociales.

ESPACIOS NATURALES CON PROGRAMA EDUCATIVO DE LA RED NATURAL DE ARAGÓN

PARQUE NATURAL DE LOS VALLES OCCIDENTALES

Centro de interpretación: • Aula

PANQUE NATURAL DE MONCAYO

Centro de interpretación: • Aula

PANQUE NATURAL DE FOZES-MALARETA. MONUMENTO NATURAL DE LOS GLACIARES PIRENAICOS

Centro de interpretación: • Aula

RESERVA NATURAL DIVISIDA DE LA LAGUNA DE GALLOCANTA

Centro de interpretación: • Aula

PARQUE NATURAL DE LA SIERRA Y CAÑONES DE GUARA

Centro de interpretación: • Aula

RESERVA NATURAL DE LA SIERRA DE GUARA

Centro de interpretación: • Aula

PARQUE NATURAL DE LA SIERRA Y CAÑONES DE GUARA

Centro de interpretación: • Aula

RESERVA NATURAL DE LA SIERRA DE GUARA

Centro de interpretación: • Aula

Esquema de las actividades

- > Son visitas al Centro de Interpretación y al entorno del Espacio Natural Protegido, atendidas y planificadas por educadores ambientales.
- > Fotos adaptadas a los distintos niveles educativos.
- > Su duración es de una jornada escolar.
- > La actividad educativa es gratuita. El desplazamiento corre por cuenta de cada grupo.

Desarrollo de las actividades

Antes de la visita:

- > Enviar el boleto de inscripción.
- > Enviar el cuestionario previo a la visita. (Los cuestionarios se incluyen en la revista de información del Programa. Es obligatorio su envío).
- > El profesor debe informar previamente al grupo sobre el Espacio Natural Protegido que se va a visitar, preparando así para la visita.

Durante la visita:

- > Llevar ropa y calzado adecuados a la época del año y el lugar a visitar.
- > Llevar cuadernos, bolígrafo y lápices de colores.
- > Cumplir con la normativa existente en el Espacio Natural Protegido.

Después de la visita:

- > Realizar una valoración por parte de los alumnos y del responsable de la visita.
- > Completar y enviar el cuestionario de evaluación de la visita que se incluye en la revista de información del Programa.

Educación Ambiental en la Red Natural de Aragón

Coordinación, reserva de grupos y gestión:

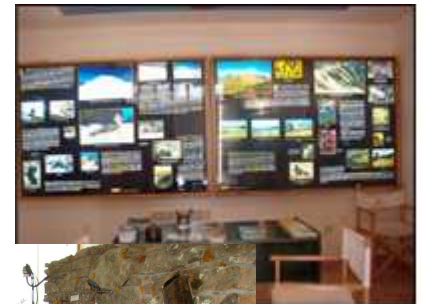
sodemas

Avda. de Cesar Azopardo, 3, 1ªA
Teléfono: 976 400 061
Fax: 976 285 698
50004 ZARAGOZA
www.sodemas.com
centroed@rednatura.aragon.es | info@rednatura.aragon.es

En cuanto al **alto grado de cobertura**, los Centros de Interpretación de la Naturaleza son una herramienta para el conocimiento y sensibilización de la población, sobre los valores naturales y culturales de los espacios donde se asientan. La línea de actuación llevaba a cabo por la Dirección general de Conservación del Medio Natural se dirige, fundamentalmente, a prevenir riesgos a los usuarios y, puntualmente, limita afecciones medioambientales. Los Centros de Interpretación de la Naturaleza han alcanzado un alto grado de cobertura a un elevado número de población en base al número de iniciativas dirigidas a educar y sensibilizar a la población en general sobre el patrimonio natural y la biodiversidad. Otra de las razones que demuestran la amplia cobertura es la repercusión en el uso público, como por ejemplo la mejora de la educación/sensibilización ambiental y la mejora de las condiciones de uso público.



Respecto a la **evidencia del alto grado de calidad** se considera que ésta queda reflejada tanto en términos de participación, como en relación al reconocimiento social. Todas las actuaciones se orientan a la minimización de la afección que el uso público genera en el medio natural, así como a la consecución de estándares de calidad turística (UNE 807002). Los Centros de Interpretación son equipamientos ambientales que cumplen la función de informar y orientar a los ciudadanos en sus visitas a los Espacios Naturales Protegidos de Aragón, para ofrecer un mejor conocimiento y disfrute de los valores naturales y culturales que albergan.



Por último, esta operación impulsa el **uso de las nuevas tecnologías** dado que los centros disponen de materiales audiovisuales, maquetas y exposiciones interactivas para mejorar la motivación de los asistentes así como la calidad de la formación y asesoramiento.



BP10. Transferencia de tecnología y servicios avanzados de información a empresas y servicios empresariales

Gestionada por el Instituto Tecnológico de Aragón (en adelante ITA).

El objetivo de esta actuación es promover la competitividad del tejido empresarial y apoyar el desarrollo de los sectores empresariales mediante la generación, captación, adaptación, transferencia y difusión de tecnologías innovadoras.

El ITA para impulsar la I+D+i en Aragón y la consolidación de los principios de la Sociedad de la Información en la región ha desarrollado dos líneas de actuación:

“Construyendo Europa desde Aragón”

1. Transferencia de Tecnología: Difusión, asesoramiento, transferencia tecnológica y servicios avanzados de información y de asesoría tecnológica para empresas y sectores empresariales.
2. Desarrollo de la Sociedad de la Información: Creación de unidades mixtas de actuación altamente especializadas en tecnologías de la información y las comunicaciones, que combinen capacidad de gestión de la innovación y de ejecución tecnológica.

Se considera que esta actuación es una **buena práctica de comunicación** porque:

En lo que respecta al **uso de recursos innovadores en la presentación, organización y/o desarrollo**, destaca la variedad de canales de comunicación utilizados para la difusión de las actividades y servicios dirigidos a la mejora de la competitividad y de la capacidad de adaptación empresarial.

En el uso de recursos para la presentación destacan:

- La página web (<http://www.ita.es/ita/>) como principal vehículo de comunicación, tanto externa como interna, se actualiza y adapta continuamente y está sometida a continuas mejoras con un doble objetivo, por un lado, permite dar a conocer a la sociedad en general el ITA, (oferta tecnológica, proyectos de I+D principales y principales eventos de difusión sobre tecnología e innovación. Y por otro lado, el “resumen de prensa” que describe las principales noticias aparecidas en los principales diarios nacionales o regionales, relativas a la innovación y al mundo empresarial aragonés.

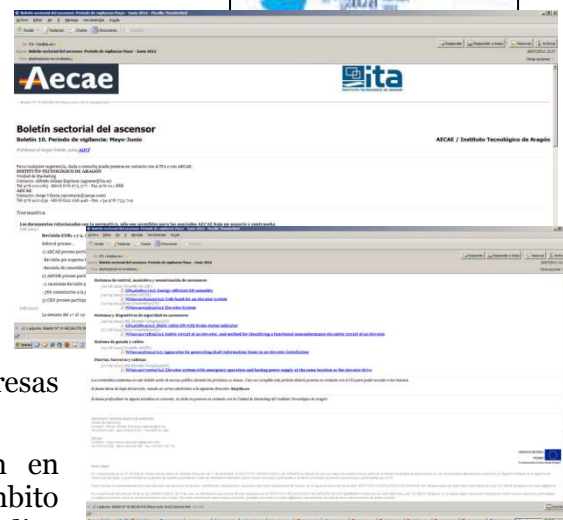


- Redes sociales Durante el 2012 se ha puesto en marcha una política de presencia activa institucional en redes sociales como Twitter y LinkedIn, como canal de fidelización y seguimiento de clientes. El ITA tiene previsto su extensión al resto de redes, como Facebook, Youtube o Redes profesionales.



los

- Boletín Sectorial del ascensor. El ITA colabora con Asociación de Empresas de Componentes para Aparatos Elevadores en la elaboración de un boletín electrónico bimensual con información técnica de interés como por ejemplo la Normativa proveniente de los comités de normalización en los que participa el ITA, Noticias sectoriales (revistas principalmente), Patentes y Proyectos de financiación europeos, nacionales o regionales en el sector ascensor. Este boletín es distribuido a los asociados de la Asociación y a otras empresas clientes.



Además, el ITA realiza acciones de difusión en medios de comunicación aragoneses y de ámbito nacional: prensa escrita, radio, televisión y medios digitales, como se detalla a continuación:

- Asesoramiento científico al Heraldo de Aragón en la edición del suplemento Tercer Milenio, que es un suplemento semanal sobre las ciencias aplicadas, creatividad e innovación en las empresas con la finalidad de promocionar la modernización e innovación de las pequeñas y medianas empresa aragonesas.



- Publicación de artículos de divulgación sobre I+D+i en prensa y revistas especializadas, como por ejemplo "La investigación del ITA se centra en el campo de los nanocomposites de matriz polimérica" publicado en Cinco Días en febrero de 2012 y "Clasificación energética A, ¿y ahora qué?", publicado en la revista "Ascensores y Montacargas" de Septiembre 2012.
- Patrocinio de la sección creada en colaboración con la Agencia de noticias Europa Press, dentro del portal de noticias <http://www.europapress.es> cuyo contenido es información dedicada a la innovación y el fomento de la industria y la tecnología de Aragón.
- El ITA tiene presencia en diferentes medios de comunicación: prensa escrita, Radio y Televisión.
- Asimismo, el ITA realiza un trabajo relacional continuado y previo con agentes de diferentes naturalezas (Asociaciones empresariales, Universidades, Centros Tecnológicos, Administraciones Públicas, Plataformas, etc.) y con distinta ubicación geográfica. Por ejemplo, ITA es miembro de la RED ARAGON 7PM así como, entre otras, de las plataformas tecnológicas: INES (Iniciativa Española de Software y Servicios). NESSI ("Networked European Software and Services Initiative" y LOGISTOP (Logística Integral, Intermodalidad y Movilidad).

En cuanto a la **adecuación de los contenidos a los objetivos perseguidos**, todas las actuaciones llevadas a cabo por el ITA contribuyen a mejorar la competitividad y la capacidad de adaptación empresarial de la sociedad aragonesa a través del impulso de la I+D y el desarrollo de la Sociedad de la Información.

El ITA promueve la participación de las empresas en programas de financiación de la I+D+i, tanto regionales, nacionales como internacionales, dándoles soporte técnico para la presentación y gestión adecuada de sus proyectos, y mejorando, por tanto, las capacidades de las empresas a la hora de poner en marcha proyectos de I+D+i. entre las actuaciones que lleva a cabo. El ITA destaca por la gestión de clientes tanto para identificar como para generar nuevos proyectos, resaltando su

"Construyendo Europa desde



actividad de seguimiento individualizado de los clientes y la detección de necesidades a medio y largo plazo de apoyo tecnológico. Asimismo, el ITA ha alcanzado acuerdos de colaboración con otros organismos como Cámaras, otras Direcciones Generales del departamento, clústeres, asociaciones empresariales, para diseminar los conocimientos y así poder localizar potenciales nuevos clientes y proyectos. La realización de estudios de viabilidad de nuevos sectores tecnológicos ha hecho posible definir su nueva oferta tecnológica y conocer nuevas empresas potenciales interesadas en ella.

En relación a la **incorporación del criterio de igualdad de oportunidades**, cabe destacar la utilización de un lenguaje no sexista en todos los materiales distribuidos, así como en todos actos y jornadas de difusión.

En cuanto a **la adecuación con el objetivo general de difusión de los fondos**, el ITA contribuye a extender la cultura de la innovación y de la cooperación en la sociedad mediante la promoción de jornadas, seminarios, publicaciones, artículos y todo tipo de instrumentos que permitan emitir y comunicar información sobre I+D+i. En las Presentaciones, jornadas, ponencias y actuaciones de difusión realizadas por el ITA se hace referencia expresa a la cofinanciación por Fondos Europeos, así mismo las presentaciones, folletos, trípticos realizados por el ITA incluyen el logo FEDER.

- Presentación del Centro Público Demostradores de Audiovisuales en Huesca.
- I Jornada TECSMEDIA (Tecnologías aplicadas a Media), donde se dieron a conocer las políticas y programas de apoyo a la innovación, investigación y desarrollo del sector en Huesca.
- Jornada Técnica de Innovación en Formación Profesional 2012. Huesca.
- 5th European Conference on ICT for Transport Logistics (ECITL '12). Gothenburg (Suecia), 9 de noviembre.

Por otro lado, en los videos de promoción del centro demostrador audiovisual realizados por el ITA también se incorpora el logo y lema del FEDER:

- "Reconocimiento gestual" (véase www.youtube.es/user/cetvi)
- "GENIO - CelticPlus" (véase www.youtube.es/user/cetvi)
- "RA Formacion" (véase www.youtube.es/user/cetvi)
- "RA IOS" (véase www.youtube.es/user/cetvi)
- "RA - Aplicaciones escritorio" (véase www.youtube.es/user/cetvi)

El ITA ha demostrado **un alto grado de cobertura sobre la oblación objetivo de la acción de comunicación** en su contribución a extender la cultura de la innovación y de la cooperación en la sociedad mediante la promoción de jornadas, seminarios, publicaciones, artículos y todo tipo de instrumentos utilizados que han permitido emitir y comunicar información sobre I+D+i, .

El **alto grado de calidad** es imprescindible para mantener el liderazgo y competitividad en el escenario tanto regional, como nacional e internacional. Las actividades llevadas a cabo por el ITA reflejan calidad y se adaptan a los cambios de la demanda actual. Se han renovado los contenidos de la web con el objetivo de responder mejor y de forma renovada a las necesidades de los usuarios según la nueva estrategia y estructura organizativa. La nueva sede digital permitirá al ITA estar preparados para una internet global, semántica, ubicua, social, colaborativa, visual y encauzadora de negocio y competencia. Es una herramienta de comunicación interna que permite gestionar las actividades internas y mejorar el conocimiento del personal del ITA sobre las actividades sus compañeros. Este proyecto pretende incluir la

“Extranet de la División de Laboratorios” con el objetivo de agilizar y automatizar los trámites administrativos con el fin de optimizar la eficiencia y aligerar de carga administrativa.

El ITA impulsa el **uso de las nuevas tecnologías** de la información y las comunicaciones (TIC) y la adopción de las nuevas tecnologías por parte de las PYME’s, a través de sus actividades dirigidas a la generación, captación y transferencia de conocimiento en el ámbito de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, aplicadas a los sectores audiovisual y logístico.

El ITA cuenta con dos centros Públicos Demostradores que sirven de punto de encuentro entre la innovación y las necesidades de las empresas. Así mismo, son espacios en los que las empresas TIC pueden mostrar a las posibles empresas usuarias de tecnología, de forma práctica, productos y servicios tecnológicos dirigidos a mejorar su productividad y competitividad.



BP11 Jornada sobre Riesgos Psicosociales y Salud Laboral, celebrada el 11 de diciembre de 2012, organizada por la Dirección General de Trabajo.

Esta Jornada se encuadra dentro del Eje 1, en la operación Observatorio de Riesgos Psicosociales de la Dirección General de Trabajo, cuyo objetivo es dar a conocer las medidas de prevención y protección que se deben adoptar para reducir los riesgos psicosociales en el entorno laboral, y capacitar a los trabajadores para hacerles frente.

La Jornada fue inaugurada por el Director General de Trabajo, y se realizó una mesa redonda sobre Acciones subvencionadas para la promoción de prevención de riesgos laborales frente a riesgos psicosociales, en la que participaron empresas aragonesas y diferentes agentes sociales. Posteriormente tuvo lugar otra mesa redonda y la entrega del II Premio “Aragón Comprometido con la Prevención”, y el cierre del acto fue realizado por el Excmo. Sr. Consejero de Economía y Empleo del Gobierno de Aragón.



Se considera que esta actuación es una buena práctica porque:

En relación con el **uso de recursos innovadores en la presentación, organización y/o desarrollo**, cabe destacar la celebración de las mesas redondas. Esta actividad ha permitido pasar del proceso tradicional de información unidireccional en este tipo de actividades (de ponente a asistentes) a la bidireccional, enriqueciendo en mayor medida la finalidad de la operación: informar, concienciar y sensibilizar sobre los riesgos psicosociales. La involucración de organizaciones de diversa naturaleza en este tipo de actividades, como el Instituto Aragonés de Seguridad y Salud Laboral, la Universidad de Zaragoza, la Fundación Laboral de la Construcción, la Confederación de Empresarios de Aragón, Comisiones Obreras de Aragón, y Unión General de Trabajadores de Aragón, entre otros, ha potenciado, además, la amplia difusión de la información tratada en la jornada.



Se ha conseguido la **adecuación de los contenidos a los objetivos perseguidos** dado que las presentaciones y los temas tratados en las mesas redondas han versado sobre la prevención de los riesgos laborales. Algunos de los asuntos tratados en las mesas redondas han sido los siguientes:

- Acciones subvencionadas para la promoción de prevención de riesgos laborales frente a riesgos psicosociales.
- Mejores prácticas presentadas al Premio “Aragón, Comprometido con la Prevención”.

Adicionalmente, la entrega de premios ha llevado implícito, incluso en el título de la entrega, el objetivo de la operación de potenciar el compromiso con los riesgos psicosociales, por lo que toda la difusión realizada de esta actividad a través, tanto de medios locales como de otros medios (blogs, webs del Gobierno de Aragón, etc.) se ha ajustado fielmente a la finalidad de la operación.



En todas las actividades ejecutadas, la Dirección General de Trabajo ha **incorporado el criterio de igualdad de oportunidades**, al utilizar lenguaje de género tanto en los eventos presenciales como en el material de difusión elaborado. Además, la participación de mujeres en todas las actividades ha asegurado la perspectiva femenina y la consideración de los riesgos psicosociales asociados exclusivamente a las mujeres.

En relación a la **adecuación con el objetivo general de difusión de los fondos**, las actividades ejecutadas han puesto en relieve la implicación del Gobierno de Aragón y la Comisión Europea con la mejora de las condiciones laborales, así como de la productividad y competitividad de las empresas aragonesas. En todas las acciones de difusión realizadas por parte la Dirección General de Trabajo del Gobierno de Aragón se ha señalado convenientemente la cofinanciación del Fondo Social Europeo a través de la inclusión del logo, del lema y de la mención del Programa Operativo de Aragón 2007-2013.

Se ha conseguido un **alto grado de cobertura sobre la población a la que va dirigido** por dos motivos principales:

“Construyendo Europa desde Aragón”

- La participación en jornadas de organizaciones de diversa naturaleza ha permitido una amplia representatividad de la ciudadanía aragonesa: personas universitarias, trabajadores, empresas y emprendedores/as del territorio.
- El uso de diversos medios de difusión de las actuaciones, entre los que se encuentran, además de las webs del propio Gobierno de Aragón, medios locales como “Aragón hoy” o “El Periódico de Aragón” y blogs dedicados, principalmente, a personas trabajadoras y emprendedoras, ha conseguido llegar a los diferentes perfiles de la ciudadanía aragonesa. A estos medios, además, se deben añadir los utilizados por las propias empresas para promocionar su participación en los Premios.



El **alto grado de calidad** con el que se han desarrollado las actividades ha sido clave para su éxito. La organización con la que se han puesto en marcha las mesas redondas y la entrega del Premio ha garantizado la amplia participación de los agentes más representativos del sector económico-productivo de Aragón (sindicatos, asociaciones, empresas, etc.). Además, la difusión posterior, especialmente a través de páginas web aragonesas (aragon.es; aragonhoy.es; crea.es...) e, incluso de otras Comunidades como la Comunidad Valenciana (invassat.gva.es), así como los correos electrónicos a los participantes, ha permitido lograr un adecuado alcance y transmitir un mensaje de calidad.

“Construyendo Europa desde Aragón”



El uso de las nuevas tecnologías ha estado presente en todas las actuaciones tanto en la fase previa de difusión de la actividad, como en el desarrollo de la misma. Para la difusión de la actividad se remitió una nota de prensa por parte de la Dirección General de Trabajo con difusión a través de internet, lo mismo que anteriormente se había publicado la convocatoria de los premios para el conocimiento del sector empresarial en general y de los potenciales participantes en particular. Igualmente, para el desarrollo de la jornada se utilizaron medios tecnológicos para la proyección de las presentaciones y de los contenidos multimedia.

BP12. Jornadas de Orientación Profesional

Organizadas cada año alternativamente por el Servicio de Intermediación del Instituto Aragonés de Empleo, y por la Dirección General de Ordenación Académica del Departamento de Educación, Universidad, Cultura y Deporte. A través de esta actuación se obtienen sinergias entre las operaciones que desarrollan ambos órganos colaboradores. En el año 2012 la organización correspondió al Servicio de Intermediación del Instituto Aragonés de Empleo.

Las Jornadas de Orientación Profesional se inician en 2001, enmarcadas en la puesta en marcha del proyecto Red Orient@cional (Red de Orientación Profesional de Aragón), tienen por objetivo la creación de un sistema integrado de información y orientación profesional en Aragón que permita a la ciudadanía tomar decisiones profesionales, bien para la elaboración de un itinerario personal de cualificación o facilitar su inserción o reinserción en el mercado de trabajo.

Estas jornadas están incluidas en la operación Red Orient@cional, correspondiente al tema prioritario 3 en el Programa Operativo FSE 2007-2013, que consiste en mejorar la inclusión social de las personas menos favorecidas.



Se considera que esta actuación es una buena práctica, porque:

Respecto al uso de recursos innovadores en la presentación, organización y/o desarrollo, consideramos el cumplimiento de este criterio por dos motivos:

La importancia de ser una acción conjunta entre los Departamentos de Economía y Empleo y el de Educación, Universidad, Cultura y Deporte del Gobierno de Aragón y que cuenta, además, con la colaboración de los cuatro agentes sociales, lo que facilita y fomenta la cooperación entre los distintos protagonistas de la Orientación Profesional en Aragón.

Se busca de manera permanente la innovación a la hora de tratar los contenidos sobre los que giran las diferentes ediciones de las jornadas y los talleres de trabajo.

Consolida el intercambio de información de los beneficiarios y usuarios.

En cuanto a la adecuación de los contenidos a los objetivos perseguidos, desde su inicio, el contenido y la organización de las jornadas han ido evolucionando y adaptándose a los objetivos planteados, teniendo en cuenta por un lado los cambios y novedades que se van

produciendo en la sociedad en el ámbito laboral y educativo y por otro, las diferentes propuestas señaladas en los cuestionarios de evaluación por las personas participantes.



En relación con la incorporación de criterios de Igualdad de Oportunidades, se introduce la prioridad horizontal de la igualdad de oportunidades tanto en la organización de las jornadas como en su desarrollo. Igualmente, se utiliza un lenguaje e imágenes no sexistas en la publicidad, adaptado a toda la ciudadanía.

Sobre la adecuación con el objetivo general de difusión de los fondos, esta actuación cumple con este criterio puesto que se hace referencia a la cofinanciación del Fondo Social Europeo y al lema “Construyendo Europa desde Aragón” en todos los documentos y materiales (carteles, folletos, acreditaciones, diplomas de asistencia...) relacionados con las Jornadas.



En lo que respecta al alto grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción de comunicación, las Jornadas de Orientación Profesional, tras doce ediciones, se han convertido en un proyecto consolidado y un referente en Aragón, generándose un aumento creciente en la participación y proporcionando un espacio de encuentro e intercambio de experiencias y

“Construyendo Europa desde Aragón”

novedades entre profesionales de las áreas de empleo y educación que provienen tanto de organizaciones privadas como públicas.

Asimismo, también se han creado redes de colaboración entre los Servicios Públicos de Empleo de las diferentes Comunidades Autónomas, con el fin de que intervengan como ponentes y/o como participantes en las Jornadas.



En cuanto a la evidencia de un alto grado de calidad, las conferencias, mesas redondas y talleres presentan una alta calidad en los contenidos y son impartidos por profesionales de reconocido prestigio en el ámbito de la formación y orientación profesional. En las conferencias y mesa redonda se exponen novedades, experiencias e información general en el campo de la Orientación Profesional, mientras que en los talleres se tratan aspectos concretos relacionados con este área desde diferentes perspectivas, tanto desde el punto de vista de las personas usuarias, como de los instrumentos y ámbitos de actuación.

Por último, respecto al uso de las nuevas tecnologías de la información, a través de las páginas web del Departamento de Educación, Universidad, Cultura y Deporte y del Instituto Aragonés de Empleo se proporcionó información sobre las jornadas y se pusieron a disposición del público en general los materiales de las conferencias y talleres. El enlace desde la página web del INAEM es el siguiente:

http://www.aragon.es/DepartamentosOrganismosPublicos/Organismos/InstitutoAragonésEmpleo/AreasTematicas/ComoBuscarEmpleo/ci.06_Trabajos_Orientaci%C3%B3n.detalleDepartamento?channelSelected=5d0a977c5401b210VgnVCM100000450a15acRCRD

Y también se puede acceder a la información a través de: <http://fp.educaragon.org/noticias/noticias.asp?idNoticia=7877>



BP13. Promoción de actividades naturales

“Construyendo Europa desde Aragón”

Gestionada por la Dirección general de Conservación del Medio Natural.

El objetivo de esta operación es generar equipamientos para el uso público, como Centros de recursos, Aulas de naturaleza, Centros de visitantes y Sistemas de Interpretación e Información, algunos situados en espacios naturales, para promover la puesta en valor del medio natural de una forma ordenada; la prevención de riesgos asociada, tanto al medio ambiente, como a los usuarios, y la educación y sensibilización a la población en general sobre el patrimonio natural y la biodiversidad.

A lo largo de este año se han desarrollado actuaciones de comunicación dirigidas a:

- La mejora y adecuación de accesos e infraestructuras en los espacios naturales.
- La mejora en las condiciones de seguridad en el uso público de los espacios.
- El funcionamiento, mejora y dotación de centros de interpretación.

Se considera que esta actuación puede ser una **“buena práctica”**, porque:

Criterio 1. Uso de recursos innovadores en la presentación, organización y/o desarrollo

En lo que respecta al *uso de recursos innovadores en la presentación, organización y/o desarrollo*, destaca la variedad de medios utilizados entre los que destaca la señalización de senderos, en la que se incluyen los logos tanto del FEDER como del Gobierno de Aragón o elaboración de documentos intuitivos y atractivos puestos a disposición de los usuarios en los puntos clave de información. Gracias a los recursos utilizados se consigue:



- Poner en valor el medio natural.
- Atraer la atención de los visitantes de los entornos naturales, mejorando el conocimiento de la labor realizada.

Criterio 2. Adecuación de los contenidos a los objetivos perseguidos

Esta operativa se considera innovadora ya que comprende actividades de información y publicidad, tanto al aire libre, como en el interior de los centros de interpretación de los espacios naturales protegidos. Todas las actividades tienen como objetivo propiciar el conocimiento y el respeto hacia la biodiversidad y los valores de los espacios naturales protegidos.

Criterio 3. Incorporación de criterios de igualdad de oportunidades.

Una de las principales cuestiones a resaltar es que todas las acciones llevadas a cabo por la Dirección general de Conservación del Medio Natural cumplen con el *criterio de igualdad de oportunidades*, dada la utilización de un lenguaje no sexista en todos los carteles, folletos, etc. distribuidos en las distintas actuaciones.

Criterio 4. Adecuación con el objetivo general de difusión de los fondos

El contenido de las acciones cumple con la *adecuación con el objetivo general de difusión de los fondos*, en concreto, el funcionamiento, dotación y mejora de centros de interpretación responden plenamente al objetivo de profundizar en la educación y sensibilización ambiental tanto de los visitantes como de la población local, en virtud de los



servicios que desde dichos centros se ofertan. El diseño y desarrollo de programas de Educación Ambiental da valor a las capacidades y a la diversidad funcional de las personas para encontrar y adoptar soluciones responsables y respetuosas a los **problemas ambientales**.

Criterio 5. Alto grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción de comunicación.

Los Centros de Interpretación de la Naturaleza son una herramienta para el conocimiento y sensibilización de la población, sobre los valores naturales y culturales de los espacios donde se asientan. La línea de actuación llevaba a cabo por la Dirección general de Conservación del Medio Natural se dirige, fundamentalmente, a prevenir riesgos a los usuarios y, puntualmente, limita afecciones medioambientales. Los Centros de Interpretación de la Naturaleza han alcanzado un alto grado de cobertura a un elevado número de población en base al número de iniciativas dirigidas a educar y sensibilizar a la población en general sobre el patrimonio natural y la biodiversidad. Otra de las razones que demuestran la cobertura es la repercusión en el uso público, como por ejemplo la mejora de la educación/sensibilización ambiental y la mejora de las condiciones de uso público.

Todas las actuaciones se orientan a la minimización de la afección que el uso público genera en el medio natural, así como a la consecución de estándares de calidad turística (UNE 807002). Los Centros de Interpretación son equipamientos ambientales que cumplen la función de informar y orientar a los ciudadanos en sus visitas a los Espacios Naturales Protegidos de Aragón, para ofrecer un mejor conocimiento y disfrute de los valores naturales y culturales que albergan.

Criterio 6. Evidencia alto grado de calidad

Por lo que se considera que la evidencia del *alto grado de calidad* se considera que ésta queda reflejada tanto en términos de participación, como en relación al reconocimiento social.

Criterio 7. Uso de nuevas tecnologías de la información.

Por último, esta operación impulsa el *uso de las nuevas tecnologías* dado los centros disponen de materiales audiovisuales, maquetas y exposiciones interactivas para mejorar la motivación de los asistentes así como la calidad de la formación y asesoramiento.



9.2 Identificación adicional de Buenas Prácticas

II Muestra de productos y servicios realizados por empresarias que viven en Aragón

El Palacio de Exposiciones y Congresos de Teruel acogió el 19 y 20 de Octubre de 2013 la II Muestra de productos y servicios realizados por empresarias que viven en Aragón. La muestra reunió a casi 50 expositoras, empresarias de toda la región que ofrecieron y vendieron al visitante bienes tan variados como alimentos, artesanía, menaje del hogar, experiencias de turismo rural, productos de estética, actividades de ocio, variados servicios profesionales como asistencia a personas dependientes, estética, atención sanitaria, asesoría laboral y jurídica..., también se organizaron otras actividades promovidas por las propias expositoras.



Ana Mato (Ministra de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad) y Luisa Fernanda Rudi (Presidenta de la Comunidad Autónoma de Aragón), visitando la muestra el 19 octubre 2013.

La II Muestra fue una iniciativa promovida por el Instituto Aragonés de la Mujer que consiguió el apoyo del Ayuntamiento de Teruel como dinamizador de la idea. Esta actividad fue cofinanciada por el Fondo Social Europeo, y además contó con la participación de las siguientes entidades: la Comarca Comunidad de Teruel, la Cámara Agraria, Caja Rural de Teruel y la Diputación Provincial de Teruel. Todas ellas han impulsado y colaborado de distintas formas en el desarrollo de evento.

La Muestra formó parte de los eventos desarrollados en torno a la celebración del Día Internacional de la Mujer Rural, y se realizó una amplia difusión del evento y de la cofinanciación del mismo por el Fondo Social Europeo.

El objetivo prioritario del encuentro fue contribuir a visualizar a la mujer empresaria de Aragón, y fomentar con ello el reconocimiento social de estas emprendedoras que asientan población, generan empleo, producen bienes y servicios necesarios y enriquecen el territorio. Este encuentro fue un punto de encuentro en el que las mujeres hablaron no sólo de negocios, sino también de cómo ellas entienden y apuestan cada día por el presente y el futuro de Aragón.

Criterio 1. Uso de recursos innovadores en la presentación, organización y/o desarrollo.



El propio formato de la actuación corresponde con este criterio puesto que la Muestra se organizó coincidiendo con el Primer Simposio Nacional de Mujeres Rurales del Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, y con la celebración del Día Internacional de la Mujer Rural, de manera que supuso una complementariedad tanto en la presentación e intercambio de experiencias, debates, y reflexiones sobre la situación de las mujeres en el medio rural, como en la difusión de la actuación.

Además, paralelamente durante estos días se llevó a cabo la exposición “Mujeres y sociedad rural: entre la inercia y la ruptura” cedida por el Instituto de la Mujer de la Administración General de Estado y cofinanciada por el FSE.

(<http://www.inmujer.gob.es/servRecursos/exposiciones/consultaExpo/sociedadRural>)

Criterio 2. Adecuación de los contenidos a los objetivos perseguidos

La programación de los actos, y en especial la II Muestra de productos y servicios realizados por empresarias que viven en Aragón, responde a la necesidad de hacer visible la importancia de las mujeres rurales en la economía y en el ámbito social, su multiplicidad de tareas, y su capacidad para generar la sostenibilidad de los recursos disponibles, asentar población y mejorar las condiciones de vida de las comunidades en las que viven.

Asimismo, la exposición en la Muestra de las diferentes empresas y actividades que desarrollan supone crear precedentes para que otras mujeres vean la posibilidad real de llevar a cabo un proyecto empresarial y de vida que favorezca su inserción laboral y su inclusión en la sociedad a través de su trabajo, lo que es a su vez un factor de independencia y de empoderamiento.

Criterio 3. Incorporación de criterios de igualdad de oportunidades.

La propia temática del simposio y la feria de muestras está dirigida al tratamiento de la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres.

El personal técnico que ha organizado la Muestra tiene formación en igualdad de género, por lo que la actuación es una acción positiva dirigida a mujeres empresarias para que participen en la exposición, diseñen talleres y aporten sus experiencias al público visitante a la Muestra.

Criterio 4. Adecuación con el objetivo general de difusión **de los fondos**

La II Muestra está imputada al Eje 1 “Fomento del espíritu Empresarial y la mejora de la adaptabilidad de trabajadores, empresas y empresariado” del Programa Operativo del Fondo Social Europeo Aragón 2007-2013, Operación 1.62.2 Mejora de la empleabilidad de las mujeres, y se ha realizado la publicidad correspondiente de la cofinanciación europea. Además, se ha producido complementariedad entre las actuaciones de las distintas administraciones participantes. Cada evento y su gasto generado están perfectamente diferenciados, aunque han sido coordinados para obtener mayor impacto y difusión en el territorio.

Criterio 5. Alto grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción de comunicación.



La Muestra se ha divulgado a través del boletín electrónico Inf@empresarias dirigido a emprendedoras, empresarias y usuarias del servicio de asesoramiento empresarial del Instituto Aragonés de la Mujer y el gabinete de prensa del Departamento de Sanidad, Bienestar Social y Familia, al que está adscrito el Instituto Aragonés de la Mujer.

Para la difusión se ha contado también con el Instituto Aragonés de la Juventud, la Red Emprender en Aragón que lidera el Instituto Aragonés de Fomento y que está formada por trece entidades que disponen de servicios de asesoramiento empresarial en Aragón.

La imagen corresponde con la rueda de prensa en la que participó Manuel Blasco (Alcalde de Teruel) y Pilar Argente (Directora del Instituto Aragonés de la Mujer del Gobierno de Aragón)

La difusión de la Muestra ha llegado a una amplia mayoría de la población mediante las siguientes actuaciones en materia de información y comunicación:

Con anterioridad a la Feria se ejecutaron diferentes tareas:

- Elaboración de un folleto y un cartel informativo y promocional.
- Gestión de espacios promocionales en el Diario de Teruel
- Gestión de publicidad a través de emisoras de radio locales de Teruel: Cadena COPE, Cadena SER y Onda Cero.
- Distribución de folletos en diferentes ubicaciones:
 - o Comercios, hoteles, restaurantes, Dinópolis...
 - o Plaza del Torico de Teruel reparto durante varias jornadas (sobre todo, el jueves 17).
 - o Distribución en colegios de la ciudad a la salida de la jornada educativa durante la semana previa a la feria (del 14 al 18 de octubre).
- Distribución de la información a través de internet:
 - o Correo electrónico: a las entidades y personas que integran nuestra base de datos
 - o Facebook: creación y gestión de una página específica para la muestra donde se colgó información de las empresarias participantes (de aquellas que la facilitaron) y también se hizo difusión a través de nuestros perfiles personales, de los grupos de los que formamos parte y del perfil corporativo de Luvier.
- Distribución de información a través de la aplicación Whatsapp
- Colocación de carteles en Teruel capital: en aquellos lugares de mucha afluencia de público, sobre todo de familias (como piscinas, colegios, comercios y centros recreativos).

Criterio 6. Evidencia alto grado de calidad

La muestra ha conseguido durante dos ediciones la participación de cincuenta empresarias en cada edición y fijar su celebración en el último trimestre de año vinculada al Día Internacional de la Mujer Rural. Se espera aumentar la participación de expositoras en próximas ediciones para llegar a la categoría de Feria consolidada, demostrando así el alto grado de calidad de la actuación.

La celebración del Primer Simposio Nacional de Mujer Rural coincidiendo con la II Muestra aporta además conclusiones a tener en cuenta respecto a la actual situación de las mujeres rurales en España. Por otra parte la acogida de todas las entidades e instituciones de Teruel ha supuesto un apoyo importante para la celebración de la Muestra, lo que ha incrementado la repercusión informativa de la actuación.

Criterio 7. Uso de nuevas tecnologías de la información.

Cumple con este criterio debido al constante empleo de líneas de comunicación tecnológicas: páginas web, y las redes sociales dado que el programa y toda la información de la feria se divulgó a través de la página de Facebook “II Muestra de Mujeres Empresarias que viven en Aragón”.

Como ejemplo, se muestran los enlaces a la gran cantidad de información web generada a través de esta actuación y recogidas en el dossier de prensa correspondiente:

<http://www.ecodeteruel.tv/?p=42418>

<http://www.europapress.es/turismo/corporativo/noticia-palacio-exposiciones-teruel-albergara-congresos-ambito-nacional-20130826112824.html>

http://www.marketreal.es/2013/10/teruel-cada-vez-mas-activo-simposio-muestra-de-mujeres-empresarias-y-talleresgratuitos/?utm_source=rss&utm_medium=rss&utm_campaign=teruel-cada-vez-mas-activo-simposio-muestra-de-mujeres-empresarias-y-talleres-gratuitos#.Uoxi79KKvYM

<http://www.europapress.es/aragon/noticia-teruel-acoge-ii-muestra-productos-servicios-empresarias-aragon-20130923165238.html>

<http://www.arepla.com/noticias/i-muestra-de-productos-y-servicios-realizados-por-empresarias-que-viven-en-aragon/>

<http://www.aragon.es/estaticos/GobiernoAragon/Organismos/InstitutoAragonesMujer/StaticFiles/cartel%20II%20Muestra%20empresarias.pdf>