



Evaluación Final del Plan de Comunicación de los Programas Operativos del FSE y del FEDER de la Comunidad Autónoma de Castilla y León 2007-2013

Noviembre de 2013

Índice de contenidos

INTRODUCCIÓN.....	3
1. METODOLOGÍA DE LA EVALUACIÓN	4
1.1. <i>Diseño técnico de la evaluación</i>	4
1.2. <i>Métodos y técnicas utilizadas.....</i>	7
1.3. <i>Valoración de lo anterior.....</i>	9
2. ANÁLISIS DEL SEGUIMIENTO Y APLICACIÓN DE LAS RECOMENDACIONES REALIZADAS EN LA EVALUACIÓN INTERMEDIA DE 2010.....	11
2.1. <i>Pertinencia de las recomendaciones de la Evaluación Intermedia de 2010.....</i>	11
2.2. <i>Medidas puestas en marcha para solucionar los problemas detectados.....</i>	13
2.3. <i>Resultados de la puesta en marcha de las recomendaciones.....</i>	16
3. ANÁLISIS DEL AVANCE EN EL DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN.....	20
3.1. <i>Principales avances conseguidos respecto a la pertinencia del Plan.....</i>	20
3.2. <i>Principales avances conseguidos respecto a la validez y consistencia interna del Plan.....</i>	23
3.3. <i>Adecuación de la dotación de los medios económicos, humanos y técnicos asignados a las tareas de comunicación de los Fondos.....</i>	25
3.4. <i>Consideración del Principio de Igualdad de Oportunidades en la Estrategia de Comunicación.....</i>	27
4. ANÁLISIS DE LA APLICACIÓN DE LAS MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD.....	29
4.1. <i>Avances en la ejecución de las medidas.....</i>	29
4.2. <i>Integración de las actividades de información y publicidad en los informes anuales de ejecución.....</i>	38
4.3. <i>La repercusión de los sistemas de seguimiento en la calidad de la ejecución de las medidas.....</i>	39
5. EVALUACIÓN DE LAS INCIDENCIAS DETECTADAS EN EL PROCESO DE VERIFICACIÓN PREVIA CON RELACIÓN A LOS ASPECTOS DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS A PARTIR DE UNA MUESTRA DE OPERACIONES.....	43
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.....	45
7. ANÁLISIS DEL IMPACTO: LOGROS Y DESAFÍOS DE LAS ACTIVIDADES EN MATERIA DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD.....	46
8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES: PROPUESTAS PARA MEJORAR LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DE LOS FONDOS ESTRUCTURALES 2014-2020	50
9. BUENAS PRÁCTICAS.....	52
9.1. <i>Valoración de las Buenas Prácticas ya identificadas: Buenas prácticas de comunicación y buenas prácticas de actuaciones cofinanciadas.....</i>	53
9.2. <i>Identificación adicional de Buenas Prácticas</i>	55
9.2.1. BUENAS PRÁCTICAS DE COMUNICACIÓN	57
9.2.2. BUENAS PRÁCTICAS DE ACTUACIONES COFINANCIADAS	65

INTRODUCCIÓN

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

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

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

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

1. METODOLOGÍA DE LA EVALUACIÓN

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

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

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

1.1. Diseño técnico de la evaluación

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

Punto de partida

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

- ☐ **Elaboración de los indicadores de seguimiento y evaluación** para que éstos se incluyesen y cuantificasen en el Plan de Comunicación, los cuales debían ser declarados aceptados por la Comisión Europea:
 - *Elaboración y distribución de instrucciones a los órganos implicados* en el desarrollo de las actuaciones contenidas en el Plan de Comunicación para asegurar su cumplimiento.
 - *Cuantificación de los indicadores* incluidos en el Plan de Comunicación y volcado en las aplicaciones informáticas ad hoc puestas en marcha por las Autoridades de Gestión.
- ☐ **Establecimiento de la metodología y criterios de evaluación a aplicar**, los cuales se plasmaron en la *Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER, Fondo de Cohesión y FSE 2007-2013*.

Objeto de la evaluación

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

Criterios de evaluación

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

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

Alcance temporal

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

Agentes implicados y sus responsabilidades

De conformidad con los Reglamentos de la Comisión 1083/2006 y 1828/2006 y según los acuerdos alcanzados a nivel nacional entre las Autoridades de Gestión y los Organismos Intermedios de los Programas Operativos regionales y plurirregionales, los principales actores implicados en la evaluación del Plan de Comunicación son:

- ☐ **Comisión Europea**, responsable de:
 - Declarar aceptado el Plan de Comunicación de los POs del FEDER, FSE y Fondo de Cohesión.
 - Revisar los resultados de la Evaluación con motivo de su inclusión en el pasado informe anual de 2010 así como en el próximo correspondiente a la anualidad 2013.

- **Autoridad de Gestión del FEDER y Fondo de Cohesión y Autoridad de Gestión del FSE** ¹, entre cuyas funciones destacan:
 - Definir el marco común de trabajo en materia de evaluación para los Planes de Comunicación del FEDER, FSE y Fondo de Cohesión.
 - Coordinar, de manera general, el proceso de evaluación convocando las reuniones del GERIP² y, en su caso del GRECO-AGE³.
 - Poner en marcha el proceso de evaluación.
 - Participar en el Grupo Consultivo de seguimiento estratégico y evaluación para presentar los avances en materia de evaluación de la comunicación.
 - Observar la evolución del sistema de indicadores de seguimiento y evaluación de la comunicación definidos para el periodo 2007-2013, instrumentando las instrucciones y mecanismos que deberán aplicar los organismos implicados en la cuantificación de los indicadores y coordinando la cuantificación de dichos indicadores en el caso de los Organismos Intermedios de la AGE.
 - Realizar el volcado en la aplicación informática ad hoc de la cuantificación de sus propios indicadores.
- **Organismo Intermedio responsable del Plan de Comunicación**, representado en el GERIP, encargado de:
 - Participar, a través del GERIP, en el proceso de definición del marco común de trabajo para la evaluación de los Planes de Comunicación de los POs del FEDER, FSE, y Fondo de Cohesión 2007-2013.
 - Poner en marcha la Evaluación conforme a las pautas acordadas en la *Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER, FSE y Fondo de Cohesión 2007-2013*, para su futura incorporación en el correspondiente informe anual de ejecución de 2013, en este caso vinculado a los POs del FEDER y FSE de Castilla y León.
 - Realizar el volcado de la cuantificación de los indicadores de seguimiento y evaluación propios en la aplicación informática ad hoc, instrumentando las instrucciones y mecanismos que deberán aplicar los organismos regionales y coordinando la cuantificación de los indicadores de evaluación de las actuaciones de los organismos gestores que operan en su administración regional.
 - Realizar el seguimiento de los avances del Plan Comunicación en el ámbito de sus competencias, para colaborar en la información a facilitar al correspondiente Comité de Seguimiento.
- **Resto de Organismos Intermedios y/o gestores o partícipes de los POs :**
 - Recopilar y archivar la información y documentación necesaria y ponerla a disposición de los equipos evaluadores.

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

² Grupo de Expertos y Responsables de Información y Publicidad.

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

- Recopilar la información pertinente para cumplimentar los indicadores de información y publicidad y facilitar dicha información a los organismos responsables del Plan de Comunicación para su volcado en la aplicación informática ad hoc.
- Colaborar en el adecuado desarrollo de los trabajos de la Evaluación de los Planes de Comunicación.
- Participar, en caso de solicitud, en las actividades desarrolladas en el marco de la Evaluación, tales como grupos de discusión, entrevistas, etc.

☑ **Equipo de evaluación:**

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

1.2. Métodos y técnicas utilizadas

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

Sistema de indicadores

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

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

En la selección de estos indicadores se ha tenido en cuenta la claridad en su delimitación, la sencillez en su aplicación y la representatividad en cuanto a los objetivos que pretende la propia evaluación.

Análisis documental

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

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

- Reglamento (CE) N°1828/2006, Capítulo II, Sección I
- Plan de Comunicación de los Programas Operativos FEDER y FSE 2007-2013 de la Comunidad Autónoma de Castilla y León
- Documentación emitida por las redes de comunicación INFORM e INIO de la Comisión Europea
- Documentación emitida por el GERIP, el GRECO-AGE.
- Información de seguimiento: Indicadores, Informes de ejecución anual, Actas de los Comités de Seguimiento, etc.
- Informe de Evaluación Intermedia del Plan de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER y FSE 2007-2013 de la Comunidad Autónoma de Castilla y León.
- Manuales de Procedimientos y/o específicos en materia de información y publicidad, en concreto:
 - Capítulo dedicado a la Información y Publicidad de los Manuales de procedimiento de gestión y control
 - Instrucciones remitidas a los gestores, entre las que se encuentra la Instrucción Práctica sobre Información y Publicidad de las operaciones financiadas con los Fondos Estructurales FSE y FEDER
- Programa y contenidos del curso anual de Fondos Estructurales, tanto del FEDER como del FSE
- Buenas Prácticas de Comunicación y de proyectos cofinanciados disponibles en las páginas web de las Autoridades de Gestión.

Entrevistas

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

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

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

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

- *Ciudadanía*, a través de una encuesta telefónica aplicando el sistema CATI (*Computer Assisted Telephone Interviewing*) realizada a una muestra representativa de la población seleccionada de forma aleatoria. Se han realizado un total de **634** encuestas.

La finalidad de las entrevistas a la ciudadanía ha sido analizar la transparencia de las actuaciones cofinanciadas a través de los POs (que constituye uno de los objetivos principales del Plan), así como contrastar el grado de concienciación del público en general sobre el papel que juega la Unión Europea en la mejora de su calidad de vida (el segundo de los objetivos principales del Plan). Asimismo, a través de esta encuesta se han podido evaluar dos indicadores de impacto vinculados a la ciudadanía⁴.

Grupos de Discusión

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

Por las diferentes características entre las actuaciones de FEDER y FSE y con el fin de profundizar más en cada uno de ellos, se celebraron dos grupos de discusión para cada fondo que versaron sobre las siguientes temáticas:

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

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

1.3. Valoración de lo anterior

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

- El Plan de Comunicación cuenta con un sistema de indicadores de realización y de resultado con metas en 2013, fecha en la que concluye el actual periodo de programación del PO. Este sistema, además de servir para realizar un seguimiento óptimo del Plan (en tanto que dichos indicadores se van alimentando periódicamente en la aplicación informática ad hoc) es fácilmente medible en términos de realización y de resultados gracias a las metas establecidas.
- La metodología empleada en la Evaluación combina diferentes técnicas de investigación que han facilitado información de tipo cuantitativa y cualitativa, lo que ha dado lugar a una evaluación rica en matices.
- Los objetivos del Plan están bien definidos, las personas destinatarias del mismo claramente identificadas, al igual que los agentes que intervienen en su ejecución. Ello ha posibilitado aplicar técnicas de investigación que implicasen al conjunto de actores que participan en la ejecución del Plan, obteniendo información de primera mano por parte de informantes clave.
- Además, teniendo en cuenta que la presente Evaluación servirá para aportar propuestas para mejorar la estrategia de comunicación de los Fondos Estructurales 2014-2020, las técnicas

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

seleccionadas permiten recabar aportaciones e ideas para corregir posibles errores así como para orientar las acciones de cara al futuro período de programación.

- Indicar que no se han encontrado límites o problemas destacables que no se pudieran solucionar durante el desarrollo de la evaluación. El único problema que se considera oportuno resaltar es, en algunos casos, la dificultad para conseguir la participación de los organismos gestores en las mesas redondas desarrolladas al suponer un coste de desplazamiento, si bien es lógico por otra parte debido a los ajustes presupuestarios producidos en los distintos organismos participantes en el plan, tanto locales, como regionales y nacionales así como al calendario en que se desarrolla la evaluación coincidente con otras obligaciones reglamentarias unido a la carga de trabajo habitual.

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

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

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

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

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

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

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

▪ **PERTINENCIA DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN**

Recomendación 1: *“Incluir información acerca de las redes de comunicación (INFORM, INIO, GERIP y GRECO-AGE) en las páginas web y perseguir que los agentes participantes en el Plan de Comunicación conozcan la existencia de las mismas para lograr una mayor visibilidad dando una mayor difusión de los contenidos que se tratan en dichas redes.”*

▪ **VALIDEZ Y CONSISTENCIA INTERNA DEL PLAN DE COMUNICACIÓN**

Recomendación 2: *“Continuar con las medidas puestas en marcha para completar todos los objetivos hasta el final del actual periodo de programación como, por ejemplo, la fase de “Generar conductas y actitudes hacia los POs” aún considerando que es difícil de evaluar por el componente subjetivo que tienen.”*

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

Recomendación 3: “Insistir en el respeto a este principio en las nuevas acciones de información y publicidad que se pongan en marcha, así como dar instrucciones específicas sobre cómo aplicar este principio como, por ejemplo, recurrir a fórmulas inclusivas que eviten la reproducción de estereotipos sexistas mediante el lenguaje. Se propone la utilización de la Red puesta en marcha en 2009 de Políticas de Igualdad entre Mujeres y Hombres para la aplicación real y efectiva de la transversalidad de género que ofrece un asesoramiento técnico y continuado.”

▪ **INDICADORES DE REALIZACIÓN**

Recomendación 4: “Alentar la participación de los agentes implicados para aumentar y mejorar los contenidos de las páginas web existentes así como fomentar la participación en las Redes del mayor número posible de asistentes.”

Recomendación 5: “Realizar un seguimiento más continuo del avance en la ejecución de las medidas.”

▪ **INDICADORES DE RESULTADO**

Recomendación 6: “Incremento más que proporcional de los indicadores de resultado para evitar el incumplimiento de las metas intentando que todos los organismos beneficiarios y gestores participen en la consecución de las metas de todos los indicadores, exceptuando aquellas que nos son de su competencia.”

▪ **REPERCUSIÓN DE LOS SISTEMAS DE SEGUIMIENTO EN LA CALIDAD DE LA EJECUCIÓN DE LAS MEDIDAS**

Recomendación 7: “Realización y distribución de actualizaciones de las instrucciones emitidas en caso producirse alguna novedad.”

Recomendación 8: “Actualizar la información disponible en las distintas páginas web así como informar a los organismos gestores y/o beneficiarios acerca de cualquier actualización.”

Recomendación 9: “Dinamización de las redes de información y publicidad, así como la distribución de su contenido por medios de todos los canales de comunicación disponibles.”

▪ **INDICADORES DE IMPACTO**

Recomendación 10: “En cuanto al grado de conocimiento de las obligaciones existentes, se recomienda un mayor esfuerzo a la hora de transmitir a los agentes que participan en el Plan la importancia de realizar actuaciones como la emisión de notas de prensa o publicaciones de noticias a través de los medios de comunicación con el objetivo de dar a conocer a la ciudadanía la importancia del papel que juega la UE y los beneficios de la política regional comunitaria.”

Recomendación 11: “Para mejorar el resultado obtenido en la tasa de satisfacción, se recomienda la realización de un análisis respecto a:

- si la duración de las sesiones es proporcional a sus contenidos
- si el nº de participantes es adecuado para asimilar toda la información
- satisfacción de las expectativas de los participantes.”

Recomendación 12: “Tratar de igualar el valor de la tasa de utilidad al obtenido en la tasa de satisfacción.”

Recomendación 13: “Para aumentar el grado de conocimiento de los distintos Fondos Estructurales y Fondo de Cohesión, se recomienda hacer mayor hincapié en las medidas de información y publicidad dirigidas al público más joven y los mayores de 75 años.”

Recomendación 14: “Incrementar las medidas dirigidas a las mujeres para mejorar el resultado obtenido en el indicador que mide el grado de conocimiento del papel desempeñado por la UE”.

2.2. Medidas puestas en marcha para solucionar los problemas detectados

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

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

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

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

▪ **PERTINENCIA DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN**

Recomendación 1: “Incluir información acerca de las redes de comunicación (INFORM, INIO, GERIP y GRECO-AGE) en las páginas web y perseguir que los agentes participantes en el Plan de Comunicación conozcan la existencia de las mismas para lograr una mayor visibilidad dando una mayor difusión de los contenidos que se tratan en dichas redes.”

MEDIDA 1: En el ámbito de los cursos de formación anual, organizados por el OI de los Programas Operativos FEDER y FSE de Castilla y León, que se imparte a los gestores, se procede a informar acerca de las actividades llevadas a cabo por las diferentes redes de comunicación en el módulo correspondiente de Información y Publicidad en el que participan como ponentes las personas responsables de Información y Publicidad tanto de la Dirección General de Fondos Comunitarios como de la UAFSE como Autoridades de Gestión de FEDER y FSE respectivamente.

Por otra parte, se ha incluido la información pertinente en las siguientes páginas web:

http://ec.europa.eu/regional_policy/informing/events/index_en.cfm

<http://www.dgfc.sggq.meh.es/sitios/dgfc/es-ES/jpr/fcp0713/c/rc/G/Paginas/GERIP.aspx>

▪ **VALIDEZ Y CONSISTENCIA INTERNA DEL PLAN DE COMUNICACIÓN**

Recomendación 2: “Continuar con las medidas puestas en marcha para completar todos los objetivos hasta el final del actual período de programación como, por ejemplo, la fase de “Generar conductas y

actitudes hacia los POs" aún considerando que es difícil de evaluar por el componente subjetivo que tienen."

MEDIDA 2: Esta recomendación trataba de promover hasta el final del período el cumplimiento de los objetivos y su coherencia con la estrategia y las medidas de comunicación tal y como se estaba haciendo hasta ese momento. El detalle del cumplimiento de esta recomendación se analiza en el apartado 3.2 correspondiente a los "Principales avances conseguidos respecto a la validez y consistencia interna del Plan"

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

Recomendación 3: "Insistir en el respeto a este principio en las nuevas acciones de información y publicidad que se pongan en marcha, así como dar instrucciones específicas sobre cómo aplicar este principio como, por ejemplo, recurrir a fórmulas inclusivas que eviten la reproducción de estereotipos sexistas mediante el lenguaje. Se propone la utilización de la Red puesta en marcha en 2009 de Políticas de Igualdad entre Mujeres y Hombres para la aplicación real y efectiva de la transversalidad de género que ofrece un asesoramiento técnico y continuado."

MEDIDA 3: En el curso anual de Fondos Estructurales se programa un módulo específico acerca de "La perspectiva de género en las intervenciones del FEDER y del FSE en 2007-2013" como medida específica de concienciación además de dar el apoyo para incorporar este principio a lo largo de todas las actuaciones llevadas a cabo en el ámbito de los Programas Operativos.

Así mismo, en la campaña de medios que se puso en marcha en 2012, entre las mejoras que se valoraban para la adjudicación del contrato, estaba el que se emplearan medios que llegaran más a las mujeres y a los jóvenes. A esto se une un especial cuidado en el desarrollo de la campaña en cuestión, tanto en el lenguaje utilizado como en las voces empleadas en los distintos anuncios y en los distintos personajes que aparecen.

▪ **INDICADORES DE REALIZACIÓN**

Recomendación 4: "Alentar la participación de los agentes implicados para aumentar y mejorar los contenidos de las páginas web existentes así como fomentar la participación en las Redes del mayor número posible de asistentes."

MEDIDA 4: La celebración del curso de Fondos Estructurales es el ámbito adecuado para fomentar la participación de los agentes implicados en el ámbito de la comunicación, insistiendo en la importancia de hacerlo a través de los contenidos en las diferentes páginas web, sobre todo por el bajo coste que tiene dadas las actuales circunstancias y porque puede ser accesible para un gran número de público.

Por otra parte, en cuanto a la participación en las Redes existentes es preciso señalar que este hecho no se produce al no existir este tipo de redes para los organismos regionales. Sin embargo, los organismos de la AGE sí participan en todas las reuniones que la Red GRECO-AGE celebra de forma regular. Y en el caso de GERIP, todo lo que se debate en sus reuniones, es convenientemente trasladado a los gestores de Castilla y León siempre que sea conveniente y necesario hacerlo.

Recomendación 5: "Realizar un seguimiento más continuo del avance en la ejecución de las medidas."

MEDIDA 5: El Organismo Intermedio ha procedido al monitoreo de los indicadores de información y publicidad con el objetivo de vigilar la ejecución y hacer los ajustes necesarios tal y como ha quedado

reflejado en la reprogramación presentada en su apartado correspondiente de los Informes Anuales de Ejecución.

▪ **INDICADORES DE RESULTADO**

Recomendación 6: *“Incremento más que proporcional de los indicadores de resultado para evitar el incumplimiento de las metas intentando que todos los organismos beneficiarios y gestores participen en la consecución de las metas de todos los indicadores, exceptuando aquellas que nos son de su competencia.”*

MEDIDA 6: En el correspondiente apartado de indicadores de resultado se procederá a extraer conclusiones acerca de esta recomendación, no obstante, se adelanta que en el período 2010-2013 se han mejorado considerablemente los resultados, como es lógico por otra parte debido al concepto y definición propia de este tipo de indicadores, esto es, los resultados obtenidos con las actuaciones y medidas puestas en marcha necesitan un plazo mayor para proceder a valorar si se han conseguido los objetivos planteados al inicio del período.

▪ **REPERCUSIÓN DE LOS SISTEMAS DE SEGUIMIENTO EN LA CALIDAD DE LA EJECUCIÓN DE LAS MEDIDAS**

Recomendación 7: *“Realización y distribución de actualizaciones de las instrucciones emitidas en caso producirse alguna novedad.”*

MEDIDA 7: No procede. No se han producido novedades en este ámbito. No obstante, en el marco de celebración de los cursos anuales se hace mención a cualquier aspecto relevante tanto en lo relativo a información y publicidad en particular como a Fondos Estructurales en general. De hecho, en la última edición del curso se introduce ya un módulo de la Política de Cohesión 2014-2020.

Recomendación 8: *“Actualizar la información disponible en las distintas páginas web así como informar a los organismos gestores y/o beneficiarios acerca de cualquier actualización.”*

MEDIDA 8: Como ya se ha mencionado en la Recomendación 1, se procede a actualizar de forma periódica y cuando proceda la información en las distintas páginas web.

Recomendación 9: *“Dinamización de las redes de información y publicidad, así como la distribución de su contenido por medios de todos los canales de comunicación disponibles.”*

MEDIDA 9: Se dinamizan las redes de información y publicidad, tanto GERIP como GRECO-AGE, así como la distribución de su contenido y orden del día a través de la correspondiente página web:

<http://www.dgfc.sepg.minhap.gob.es/sitios/dgfc/es-ES/jpr/fcp0713/c/rc/Paginas/inicio.aspx>

▪ **INDICADORES DE IMPACTO**

Recomendación 10: *“En cuanto al grado de conocimiento de las obligaciones existentes, se recomienda un mayor esfuerzo a la hora de transmitir a los agentes que participan en el Plan la importancia de realizar actuaciones como la emisión de notas de prensa o publicaciones de noticias a través de los medios de comunicación con el objetivo de dar a conocer a la ciudadanía la importancia del papel que juega la UE y los beneficios de la política regional comunitaria.”*

MEDIDA 10: En las reuniones de las distintas redes de comunicación se ha instado a los agentes intervinientes a realizar este tipo de actuaciones resaltando la importancia que tienen para la consecución de los objetivos del Plan de Comunicación. A su vez, en las reuniones celebradas entre el organismo

intermedio y los gestores de Castilla y León, a éstos se les transmite la importancia que tienen todas aquellas medidas de Información y publicidad que puedan poner en marcha.

Recomendación 11: *“Para mejorar el resultado obtenido en la tasa de satisfacción, se recomienda la realización de un análisis respecto a:*

- *si la duración de las sesiones es proporcional a sus contenidos*
- *si el nº de participantes es adecuado para asimilar toda la información*
- *satisfacción de las expectativas de los participantes.”*

MEDIDA 11: Se realiza un cuestionario al finalizar las sesiones de los cursos anuales sobre fondos estructurales, tanto de FEDER como de FSE, con el fin de observar si los/as asistentes entienden adecuada la duración, el número de participantes así como su grado de satisfacción de expectativas.

Del análisis de los resultados de los cuestionarios de evaluación se extraen unos resultados muy positivos de las respuestas proporcionadas por alumnos destacando entre otras, la opinión de que la exposición de los temas por parte de los ponentes es muy buena, demostrando una buena preparación y un gran control de las materias, así como su sentido práctico y operatividad para trabajar sobre el terreno real.

Recomendación 12: *“Tratar de igualar el valor de la tasa de utilidad al obtenido en la tasa de satisfacción.”*

MEDIDA 12: En el cuestionario referido en la medida anterior se valora también la utilidad con respecto a los contenidos de las sesiones.

Recomendación 13: *“Para aumentar el grado de conocimiento de los distintos Fondos Estructurales y Fondo de Cohesión, se recomienda hacer mayor hincapié en las medidas de información y publicidad dirigidas al público más joven y los mayores de 75 años.”*

MEDIDA 13: En la campaña de comunicación llevada a cabo por el Organismo Intermedio en 2012, se ha cuidado este aspecto para mejorar el conocimiento de los distintos Fondos tanto del público más joven como el de los mayores de 75 años, sin olvidar el resto de tramos y con perspectiva de género. Los resultados obtenidos se analizarán más en profundidad tanto en el apartado de indicadores como en el de buenas prácticas, así como en conclusiones y recomendaciones.

Recomendación 14: *“Incrementar las medidas dirigidas a las mujeres para mejorar el resultado obtenido en el indicador que mide el grado de conocimiento del papel desempeñado por la UE”.*

MEDIDA 14: Esta medida enlaza con la anterior en cuanto al esfuerzo realizado con la campaña de publicidad para dirigirse al público femenino.

2.3. Resultados de la puesta en marcha de las recomendaciones

En este último apartado del análisis del seguimiento y aplicación de las recomendaciones corresponde evaluar los resultados obtenidos con la puesta en marcha de las diferentes medidas a través de las recomendaciones realizadas en 2010. En algunos casos se podrán valorar los resultados mientras que en otros, la medida de los mismos resulta intangible, por lo menos a corto plazo.

En primer lugar, en lo que se refiere a la PERTINENCIA DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN, se ha conseguido que haya información disponible acerca de las redes de comunicación (INFORM, INIO, GERIP Y GRECO-AGE) en todo momento para los agentes implicados en el Plan de Comunicación. Dicha información se complementa con el módulo de Información y Publicidad impartido en los cursos anuales organizados por el OI, y en los que participa la Autoridad de Gestión, logrando así una mayor visibilidad y difusión de los contenidos que se tratan en las mencionadas redes de comunicación.

La VALIDEZ Y CONSISTENCIA INTERNA DEL PLAN DE COMUNICACIÓN se mantiene a lo largo de todo el período, respetando cada una de las fases identificadas en la estrategia del Plan y las medidas programadas en cada momento para completar los objetivos marcados al inicio, destacando en esta última fase, el desarrollo de la campaña de comunicación promovida por el Organismo Intermedio. No obstante, este aspecto se tratará con mayor profundidad en el 3.2 “Principales avances conseguidos respecto a la validez y consistencia interna del Plan”.

La CONSIDERACIÓN E INCORPORACIÓN DEL PRINCIPIO DE IGUALDAD DE OPORTUNIDADES se ha valorado positivamente en esta evaluación, por una parte, porque los organismos gestores han mejorado su formación para la correcta aplicación de la perspectiva de género, sobre todo a través del módulo específico acerca de “La perspectiva de género en las intervenciones del FEDER y del FSE en 2007-2013”. Por otra parte, en la campaña de medios llevada a cabo en 2012 se ha tenido especial cuidado en que se aplicara y se tuviera en cuenta la incorporación del principio de igualdad de oportunidades. Dicho esto, el resultado de estas medidas se analiza más en profundidad en el correspondiente apartado 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” del presente informe de evaluación.

A través de las medidas puestas en marcha en lo relacionado con los INDICADORES DE REALIZACIÓN se han conseguido algunos avances. A nivel general se ha mejorado la calidad de la información volcada en la aplicación informática diseñada a tal efecto.

Por otra parte, se ha realizado un seguimiento más continuo del avance en la ejecución de las medidas por parte del Organismo Intermedio, vigilando de cerca esta ejecución y haciendo los ajustes oportunos como puede observarse en el apartado correspondiente a Información y Publicidad en los Informes Anuales de Ejecución.

También señalar que se han presentado buenas prácticas de comunicación relacionadas con la inclusión de información de los proyectos en las páginas web de los organismos gestores.

En cuanto a los resultados obtenidos con las medidas puestas en marcha en lo relacionado con los INDICADORES DE RESULTADO, señalar que, si bien se incluye un análisis en profundidad en su correspondiente apartado 4 “Análisis de la aplicación de las medidas de información y publicidad”, adelantar que los resultados obtenidos han mejorado considerablemente desde que se llevo a cabo la Evaluación Intermedia de este Plan de Comunicación. No obstante, añadir que los resultados siempre necesitan un plazo mayor para poder valorar si las medidas planteadas han tenido los efectos buscados.

Para evaluar los resultados obtenidos y la REPERCUSIÓN DE LOS SISTEMAS DE SEGUIMIENTO EN LA CALIDAD DE LA EJECUCIÓN DE LAS MEDIDAS, había que tener en cuenta, entre otras cosas, si se realizaban y distribuían instrucciones en caso de producirse novedades. En este sentido, no ha habido necesidad de elaborar instrucciones ad hoc, si bien, en el marco de la celebración de los cursos anuales a los gestores se ha introducido un nuevo módulo referido a la Política de Cohesión 2014-2020.

También se ha actualizado de forma periódica la información disponible en las distintas páginas web donde se puede consultar lo que sea necesario para la correcta aplicación de las medidas de Información y Publicidad, así como para conocer los temas tratadas en las redes de comunicación.

También se han evaluado los resultados obtenidos que se reflejan en los distintos INDICADORES DE IMPACTO como es el caso del grado de conocimiento de las obligaciones existentes, observándose que, en el período 2010-2013, más de la mitad de los agentes implicados han experimentado un incremento en este tipo de actuaciones (emisión de notas de prensa, publicaciones de noticias) con respecto a los resultados obtenidos en la evaluación intermedia del Plan de Comunicación. Esta mejora se ha debido sobre todo a que, en el ámbito de las reuniones de las redes de comunicación y de las reuniones entre los

gestores y el Organismo Intermedio, se ha transmitido la importancia que tiene la puesta en marcha de este tipo de medidas de Información y Publicidad.

La tasa de satisfacción ha subido con respecto a la obtenida en la evaluación de 2010 en más de cuatro puntos porcentuales y la tasa de utilidad también se ha visto incrementada de una forma alcanzando hasta un 95%. Esto se ha conseguido a través de la realización de cuestionarios a las personas participantes en las sesiones de información y formación y de la consideración de las respuestas obtenidas para mejorar tanto la duración de las sesiones acorde a los contenidos, la adecuación del número de participantes así como a las expectativas de los mismos a la hora de afrontar estas sesiones.

Los resultados obtenidos con las medidas puestas en marcha tanto para mejorar el grado de conocimiento de los distintos Fondos Estructurales y Fondo de Cohesión como el grado de conocimiento del papel desempeñado por la UE se analizan en profundidad tanto en el apartado de indicadores como en el de buenas prácticas, así como en el de conclusiones y recomendaciones. Así mismo, en el apartado de análisis de indicadores de impacto se desagrega esta información en comparativa con la obtenida en 2010, lo que permite medir una parte importante del resultado de la campaña de publicidad llevada a cabo en 2010 y muy relevante para evaluar los resultados obtenidos en estos aspectos, tanto en el público más joven y mayor de 75 años, como en el público femenino.

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

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

- ☐ En primer lugar señalar que se han tenido en cuenta todas las recomendaciones realizadas en la Evaluación Intermedia de 2010 lo que refleja un esfuerzo considerable por mejorar en el ámbito de la comunicación y que no quede relegada a un segundo plano.
- ☐ Por otro lado, se observa que los aspectos de información y publicidad están cada vez más asentados en el día a día de todos los agentes intervinientes en el Plan de Comunicación.
- ☐ Muchas de las medidas puestas en marcha no han requerido de un esfuerzo presupuestario adicional lo que se valora positivamente al incrementar los resultados sin repercusión económica, sobre todo en las circunstancias actuales de restricciones presupuestarias.
- ☐ La ausencia de montante económico estimado en algunos casos hace suponer que no se ha aislado su presupuesto del conjunto de la actuación. Esto dificulta su evaluación y puede provocar un sesgo en los resultados de la misma. Por este motivo se recomienda tratar de valorar todas y cada una de las actuaciones independientemente de si es algo aislado como si está dentro de un conjunto de actuaciones.
- ☐ No obstante, la falta de inversión en actividades de información y publicidad puede provocar que no sean sostenibles en el tiempo ya que, una vez queden obsoletas las medidas actuales, serán necesario invertir para su puesta en marcha de forma que se adapten al nuevo período de programación. Bien es verdad que siempre se podrán llevar a cabo actuaciones y medidas que no conlleven gasto presupuestario y que computen como indicador de comunicación.

- Por último, destacar especialmente el esfuerzo realizado en la campaña de comunicación realizada por el OI de los Programas Operativos FEDER y FSE de Castilla y León que cobra especial importancia por haberse desarrollado en la etapa intermedia del período de programación para difundir, como un avance, las operaciones realizadas hasta esa fecha y cumpliendo así con lo diseñado en el Plan de Comunicación.

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

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

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

Los puntos principales de este análisis serán los siguientes:

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

3.1. Principales avances conseguidos respecto a la pertinencia del Plan

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

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

- Compartir experiencias
- Identificar formas de mejorar la calidad de las actividades de comunicación
- Concienciar acerca de los beneficios de las intervenciones comunitarias entre las o los beneficiarios potenciales y el público en general
- Mejorar la visibilidad de los proyectos de la UE
- Intercomunicar las redes nacionales existentes
- Apoyar la creación de nuevas redes

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

- ☑ En cuanto a la *transparencia*, la Red INFORM aboga por la integración de **páginas webs** que contengan información sobre los Fondos Estructurales y la **publicación de la lista de Beneficiarios**.

En esta línea, el Plan de Comunicación contempla intensificar la utilización de la página web de la Junta de Castilla y León al objeto de proporcionar información a beneficiarios y beneficiarios potenciales sobre las posibilidades que les brinda el PO, así como para comunicar a los órganos gestores los aspectos más estrechamente ligados a los procedimientos de gestión del FEDER. Asimismo, la Junta de Castilla y León tiene habilitado un enlace a la lista de beneficiarios de la página web de la DGFC, que comprende los nombres de las operaciones y la cantidad de fondos públicos asignados a cada operación, en aras de una mayor transparencia del uso de los Fondos.

- ☐ En lo que respecta a la **cooperación entre Redes**, la Red INFORM apuesta por la creación de **redes tanto a nivel regional, nacional y comunitario**, a fin de garantizar los intercambios de buenas prácticas, incluidos los resultados de la aplicación del plan de comunicación, así como los intercambios de experiencia en la aplicación de las medidas de información y publicidad. Por su parte, el Organismo responsable del Plan de Comunicación participa en el **GERIP**⁵ red integrada por las personas responsables en materia de comunicación (representantes de las Autoridades de Gestión del FSE y del FEDER y de las Comunidades Autónomas). Este grupo incide no sólo en la organización y puesta en marcha de los distintos Planes de Comunicación, sino también en todas las actividades de seguimiento y evaluación de los mismos. Asimismo, esta red garantiza el intercambio de buenas prácticas y experiencias en materia de información y publicidad.

Igualmente, la Autoridad de Gestión ha constituido el **GRECO-AGE**⁶, red integrada por los responsables en materia de comunicación (la propia AG del FEDER y del Fondo de Cohesión y los responsables de los distintos Organismos de la AGE), que sirve de cauce para informar y tomar decisiones en las materias relacionadas con la información y la publicidad en el ámbito de sus competencias dentro de cada Programa Operativo.

- ☐ Por último, en lo que se refiere a compartir **buenas prácticas**, la Red INFORM recomienda destacar los éxitos de la Política de Cohesión Europea. En esta línea El Plan de Comunicación hace especial hincapié en el intercambio de experiencias y buenas prácticas, como por ejemplo:
 - Actividades anuales conjuntas para todos los POs, responsables regionales y representantes de la Comisión en la que se darán a conocer aspectos relevantes de buenas prácticas en cada periodo.
 - Inclusión de buenas prácticas en los IAE.
 - Intercambio de experiencias y buenas prácticas a través de las redes GERIP y GRECO-AGE
 - Participación en las convocatorias anuales a través de la iniciativa Regio Star.

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

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

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

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

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

El criterio de pertinencia de la estrategia de comunicación que se define en el Plan de Comunicación se analiza respecto a las directrices comunitarias formuladas en materia de comunicación. En este sentido, se valora la adecuación de la estrategia de Comunicación respecto a la escasa documentación existente en esta materia procedente de la red de comunicación INIO de la Comisión Europea. Teniendo esto en cuenta, se puede decir que se está en línea con dichas directrices. En este sentido, y de cara al principio de transparencia, la lista de beneficiarios se encuentra publicada en la página web correspondiente⁷ así como el enlace correspondiente desde la página web del Organismo Intermedio.

Finalmente, el Plan de Comunicación prevé potenciar las buenas prácticas y participar de las convocatorias anuales de la **iniciativa Regio Star**, de tal forma que se logre una mayor difusión de las buenas prácticas que se desarrollen en el marco del PO.

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

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

- ▣ En primer lugar, en lo que se refiere a la transparencia y como ya se ha visto en el anterior apartado del análisis de las recomendaciones de la Evaluación Intermedia se han tomado medidas para avanzar en este sentido como es el refuerzo de contenidos en la página web de la Junta de Castilla y León así como en la de algunos de los organismos gestores como son la Dirección General de Patrimonio, la Agencia de Innovación, Financiación e Internacionalización Empresarial de Castilla y León y la Dirección General de Universidades que, de hecho, ha sido identificada como buena práctica de comunicación.
- ▣ En cuanto a la cooperación entre redes, tanto GERIP, como GRECO-AGE, INFORM e INIO, redes de referencia de este Plan de Comunicación, se han mantenido activas desde que se evaluó su funcionamiento en 2010 y siguen siendo un foro de intercambio de buenas prácticas e intercambio de experiencias así como de toma de decisiones en lo que se refiere a la aplicación de medidas de información y publicidad.

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

- ▣ Por último, en cuanto a las buenas prácticas y en línea con la estrategia del Plan de Comunicación se ha avanzado en los aspectos señalados en el análisis, como son:
 - Celebración anual de actividades conjuntas para todos los Programas Operativos, tratando de innovar en la presentación y los contenidos pero siempre con el objeto de dar a conocer los aspectos relevantes de buenas prácticas en cada periodo.
 - Inclusión de buenas prácticas en los Informes Anuales de Ejecución, no tan sólo de comunicación como se venía haciendo cuando se realizó la Evaluación Intermedia sino

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

también de buenas prácticas de actuaciones cofinanciadas suponiendo un avance en cuanto a la estrategia del Plan de Comunicación.

- En la página web de la Autoridad de Gestión, tanto en la del FEDER como en la del FSE, se ha incluido un apartado donde se recogen las buenas prácticas tanto de comunicación como de gestión. Por lo tanto, estos apartados se convierten en bases de datos óptimas para la difusión de las actuaciones de comunicación porque además de contener una explicación de las mismas, se acompañan con de imágenes ilustrativas.
- Participación en la edición 2013 de la iniciativa Regio Star, cuyos premios se dirigen a identificar buenas prácticas en el desarrollo regional así como a destacar proyectos originales e innovadores que puedan ser atractivos e inspirar a otras regiones. De las cinco categorías a las que se podía presentar candidatura, Castilla y León lo hizo en la de "Crecimiento inteligente" con su proyecto de "Transferencia de conocimiento universidad-empresa" llegando a ser finalista de la mencionada edición de 2013.

Esta acción se evalúa muy favorablemente tanto por el esfuerzo realizado para cumplir los trámites y requisitos de la misma como por el resultado obtenido, en posición de finalista.

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

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

Estrategia, objetivos y destinatarios del Plan de Comunicación:

El Plan de Comunicación contempla tres objetivos globales:

- *destacar el papel desempeñado por la Comisión,*
- *garantizar la transparencia de la ayuda de los Fondos y*
- *dar a conocer el papel desempeñado por la Comunidad Autónoma y por la Administración General del Estado en la gestión de los Fondos Europeos.*

Asimismo, contempla una serie de objetivos específicos en tres niveles:

- **Nivel General:** *Comunicar la importancia de la Política de Cohesión*, para garantizar la aplicación adecuada de los instrumentos en apoyo de la Política de Cohesión de la UE a los Programas Operativos del FEDER y FSE, mediante el uso de información a gran escala sobre la existencia de los Programas y las oportunidades derivadas de su aplicación, sin olvidar el valor añadido que aporta a la sociedad. En este sentido, se hace hincapié en recalcar a la ciudadanía de Castilla y León el "estadio" al que se ha ascendido y los beneficios que suponen contar con los Fondos Europeos en esta nueva etapa de crecimiento.
- **Nivel de Programa:** *Comunicar la trascendencia del programa*, para garantizar la ejecución adecuada de los Programas Operativos mediante una comunicación de gran calidad no sólo en el contexto de los mismos (entre los organismos de gestión y ejecución de los Programas) sino en su entorno externo (relacionado con otros Programas y otros asuntos cercanos).

- **Nivel de Proyecto:** *Comunicar la consecución del proyecto;* para garantizar la ejecución adecuada de los proyectos mediante una comunicación oportuna, estructurada y de calidad hacia los beneficiarios/as potenciales y reales de la ayuda.

Para ello, la estrategia del Plan contempla tres fases de implementación, un perfil de trabajo muy específico y unos instrumentos para su ejecución:

- *Fases de implementación:*
 - ✓ Fase 1: Dar a conocer la existencia y contenidos de los POs del periodo 2007-2013
 - ✓ Fase 2: Generar conductas y actitudes hacia los POs
 - ✓ Fase 3: Comunicar los resultados obtenidos tras la finalización de los proyectos.
- *Perfil de trabajo:*
 - ✓ Eficacia en las acciones formativas para adaptarse a las nuevas situaciones
 - ✓ Calidad y selección, más que la mera iteración de noticias y de acciones programadas
 - ✓ Compromiso con los beneficiarios/as y todos los agentes implicados en los POs para una buena conexión metódica y reglamentaria.
- *Instrumentos:*
 - ✓ *Página web*
 - ✓ *Boletín de documentación europea*
 - ✓ *Recopilación final y campaña de presentación del video resumen de la ejecución de los Programas Operativos.*

Por último, las actuaciones del Plan se dirigen a tres tipos de destinatarios: beneficiarios/as, beneficiarios/as potenciales y opinión pública.

Las medidas adoptadas en el Plan se dirigen claramente a la consecución de los objetivos planteados y su puesta en marcha responde a la estrategia del Plan:

- Por un lado, la estrategia incide sobre la cuestión temporal; teniendo en cuenta que el periodo de programación abarca siete años, se contempló la necesidad de implantar las medidas de comunicación en tres fases, dando respuesta a las necesidades informativas de cada momento. Esta división no significa que las medidas se sucedan en el tiempo, sino que algunas pueden tener una aplicación puntual, en un momento dado, y otras pueden desarrollarse de forma continuada y sucesiva a lo largo de todo el periodo de programación. De este modo se trata de transmitir la información sobre los Programas Operativos y los proyectos y actividades enmarcadas en los mismos, en el momento adecuado, para llegar al público destinatario de forma directa y lograr que la información cale hondo.
- Por otro, los destinatarios/as de las medidas se encuentran claramente definidos e identificados, lo que ha permitido diseñar acciones de comunicación específicas que se ajustan al tipo de destinatario/a según sus necesidades informativas.
- Por último, cabe resaltar el diseño de un perfil de trabajo adecuado a la importancia del nuevo marco a nivel comunicativo, basado en tres pilares fundamentales:

- ✓ Eficacia
- ✓ Calidad
- ✓ Compromiso

Se trata de dar un sentido más amplio a las acciones de comunicación para que su ejecución no responda únicamente al cumplimiento de las obligaciones comunitarias en la materia, sino que, por el contrario, contribuyan a la concienciación de la ciudadanía sobre la importancia de las ayudas que Castilla y León recibe de la Unión Europea.

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

Las conclusiones y recomendaciones están ligadas a cada uno de los puntos del análisis anterior así como en referencia a la Evaluación Intermedia de 2010.

- ☐ En lo que se refiere a los objetivos globales y específicos, la estrategia del Plan de Comunicación sigue guardando coherencia con los mismos quedando contrastada y constatada su validez y consistencia:
 - En cuanto a los objetivos globales siguen respondiendo a las prioridades comunitarias en la materia tomando para ello, una serie de medidas previstas en el Plan que tratan de destacar el papel desempeñado por la Unión Europea, garantizan la transparencia de la ayuda de los Fondos y también dan a conocer la importancia de la gestión de los Fondos Europeos tanto por la Comunidad Autónoma como por la Administración General del Estado.
 - Y en lo que respecta a los objetivos específicos, en sus tres niveles (general, programa y proyecto), el Plan de Comunicación sigue presentando la misma consistencia interna pues es capaz de comunicar tanto la importancia de la Política de Cohesión, la trascendencia del programa y la consecución de los proyectos.
- ☐ En este momento se identifica la Estrategia del Plan con la fase 3 del mismo, esto es, comunicar los resultados obtenidos tras la finalización de los proyectos a través de las medidas previstas en el mismo, destacando especialmente el desarrollo de la campaña de comunicación, puesta en marcha por el OI.
- ☐ En esta línea se recomienda que, en lo que queda de período, se concentren los esfuerzos en esta fase de difusión de los resultados en los marcos apropiados para ello como puede ser el acto anual de comunicación así como a través de los diferentes medios de comunicación que se han venido utilizando hasta la fecha.

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

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

Dotación de los medios económicos

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

Finalmente, para este Plan de Comunicación, el montante estimado se cifró en 3.400.000 euros para todo el período de programación, con un porcentaje del 60% para FEDER y un 40% para FSE. Teniendo en cuenta el contexto económico actual, destacar positivamente que se ha conseguido mantener la senda programada para este Plan, alcanzando el 95% de la ejecución con respecto a lo programado para todo el período 2007-2013.

Dotación de medios humanos

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

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

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

Dotación de medios técnicos

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

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

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

- Una vez subsanado el problema de la estimación de los **montantes económicos** se ha alcanzado un 95% de la ejecución del presupuesto por lo que se está en condiciones de asegurar que se va a cumplir el objetivo del 100% al final del período de programación, sobre todo, teniendo en cuenta que esta evaluación se realiza en septiembre de 2013 cuando todavía faltan meses de ejecución de los Programas Operativos y hay previstas y planificadas actuaciones de Información y Publicidad, según el Plan de Comunicación y según la información proporcionada por el Organismo Intermedio en la entrevista personal que se le realiza en el marco de esta evaluación.
- En lo que se refiere a los **medios humanos**, se observa una carencia moderada de proporcionalidad entre éstos con las funciones que tienen atribuidas, tanto en los reglamentos como en el Plan de Comunicación.
- Por último, los **medios técnicos**, que básicamente se refieren a la aplicación informática de volcado de indicadores, han requerido de un esfuerzo por parte del Organismo responsable del volcado de la información, respondiendo positivamente y cumpliendo las obligaciones que en este sentido tenía asignadas.

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

En la consideración del Principio de Igualdad de Oportunidades en la Estrategia de Comunicación, el equipo evaluador no ha observado cambios relevantes con respecto a la Evaluación Intermedia de 2010 donde se señalaba que el Plan de Comunicación no contempla previsiones específicas sobre la incorporación del principio de igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, ni directrices concretas para aplicar la perspectiva de género en las acciones específicas de información y publicidad. No obstante, en la "Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación" si se tuvo en cuenta como aspecto a evaluar. Asimismo, en el apartado de buenas prácticas, uno de los criterios de selección a tener en cuenta fue el de la incorporación de este principio.

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.

En el apartado 6 del presente informe, se evalúa la integración del principio de igualdad de oportunidades, tanto en las medidas de información y publicidad como en los efectos obtenidos por las mismas. En dicho

apartado se profundizará más en el análisis de la aplicación y consideración de este Principio de Igualdad de Oportunidades.

Conclusiones y Recomendaciones

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

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

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

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

Añadir que este análisis se realiza para tres intervalos temporales:

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

4.1. Avances en la ejecución de las medidas

Antes de comenzar con este análisis, es conveniente aclarar que las previsiones en los indicadores de realización fueron revisadas al alza en el caso de los indicadores 1,2, 3 y 5 con posterioridad a la realización de la Evaluación en 2010. Esto significa que los indicadores inicialmente establecidos en el Plan de Comunicación se han visto modificados, por lo tanto, para esta evaluación se han tenido en cuenta estas últimas metas, valorando positivamente el esfuerzo de incrementar las medidas de información tanto para los agentes implicados en la ejecución del Programa como para los potenciales beneficiarios/as y la ciudadanía en general.

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

Este análisis, gracias a la información disponible en la aplicación informática ya mencionada con anterioridad en este informe, incluye el nivel de ejecución global, así como el nivel de ejecución por organismo beneficiario y por gestor, lo que permite una visión más amplia y personalizada de la participación de los distintos agentes para la consecución de los objetivos previstos en el Plan de Comunicación.

Por último, señalar que para este análisis, el equipo evaluador ha tenido en cuenta los datos cargados en la aplicación a 10 de septiembre de 2013.

⁸ Informes Anuales de Ejecución

Tabla 1: Metas establecidas para los indicadores de realización y resultado del Plan de Comunicación de los POs del FEDER y FSE 2007-2013 de Castilla y León

TIPOS DE ACTIVIDADES	INDICADORES DE REALIZACIÓN	INDICADORES DE RESULTADOS			
		Meta 2013	Meta 2013 Reprogramada		Meta 2013
1. ACTIVIDADES Y ACTOS PÚBLICOS	(Nº) EVENTOS REALIZADOS	358	480	(Nº) ASISTENTES	38.600
2. DIFUSIÓN EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN	(Nº) ACTOS DE DIFUSIÓN	1.050	1.900		
3. PUBLICACIONES REALIZADAS	(Nº) PUBLICACIONES EXTERNAS	140	225	(%) PUBLICACIONES DISTRIBUIDAS/EDITADAS	100%
				(Nº) PUNTOS DE DISTRIBUCIÓN	141
4. INFORMACIÓN A TRAVÉS DE PÁGINAS WEB	(Nº) PÁGINAS WEB	3	3	(Nº) PROMEDIO ANUAL VISITAS	155.000
5. INFORMACIÓN A TRAVÉS DE CUALQUIER TIPO DE CARTELERA	(Nº) SOPORTES PUBLICITARIOS	758	1.050		
6. INSTRUCCIONES EMITIDAS HACIA LOS PARTICIPANTES EN LOS PROGRAMAS OPERATIVOS	(Nº) DOCUMENTACIÓN INTERNA DISTRIBUIDA	505	560	(%) ORGANISMOS CUBIERTOS	100%
7. REDES DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD	(Nº) REDES	4	4	(Nº) REUNIONES	81
				(Nº) ASISTENTES	100

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

⁹ Datos consultados el 12 de Septiembre de 2013

Análisis de Indicadores de realización

Tabla 2: Programación, ejecución y % de los indicadores de realización del Plan de Comunicación de los POs del FEDER y FSE 2007-2010, 2010-2013 y 2007-2013 de Castilla y León

TIPOS DE ACTIVIDADES	INDICADORES DE REALIZACIÓN (Programación)		EJECUCIÓN			%		
			2007-2010	2010-2013	2007-2013	2007-2010	2010-2013	2007-2013
	Metas							
1. ACTIVIDADES Y ACTOS PÚBLICOS	(Nº) EVENTOS REALIZADOS	480	210	192	402	43,75%	40,00%	83,75%
2. DIFUSIÓN EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN	(Nº) ACTOS DE DIFUSIÓN	1.900	873	676	1.549	45,95%	35,40%	81,35%
3. PUBLICACIONES REALIZADAS	(Nº) PUBLICACIONES EXTERNAS	225	71	162	233	31,55%	72,00%	103,55%
4. INFORMACIÓN A TRAVÉS DE PÁGINAS WEB	(Nº) PÁGINAS WEB	3	3	3	3	100%	100%	100%
5. INFORMACIÓN A TRAVÉS DE CUALQUIER TIPO DE CARTELERA	(Nº) SOPORTES PUBLICITARIOS	1.050	515	467	982	49,05%	44,30%	93,35%
6. INSTRUCCIONES EMITIDAS HACIA LOS PARTICIPANTES EN LOS PROGRAMAS OPERATIVOS	(Nº) DOCUMENTACIÓN INTERNA DISTRIBUIDA	560	290	218	508	51,79%	38,60%	90,39%
7. REDES DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD	(Nº) REDES	4	4	4	4	100%	100%	100%

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

- A 10 de septiembre de 2013, se observa un alto grado de ejecución de los indicadores, todos ellos alcanzando valores superiores al 80%.
- Dos de los indicadores del Plan, el nº 4 (*Nº de Páginas Webs*) y el nº 7 (*Nº de Redes de Información y Publicidad*) alcanzaron 100% de las metas que tenían previstas para 2013.

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

- El indicador nº 3 (*Nº de Publicaciones Externas Realizadas*) ha superado ligeramente la meta establecida para todo el período.
- De los indicadores que aún no han llegado a las metas previstas, el indicador nº5 (*Nº Soportes Publicitarios*), es el que mayor grado de ejecución presenta, un 93,35%, seguido por el indicador nº6 (*Nº Documentación Interna Distribuida*) con un 90,39% de ejecución.
- El indicador nº 1 (*Nº de Eventos Realizados*) y el nº2 (*Nº de Actos de Difusión*), han alcanzado un nivel de ejecución algo inferior a los anteriores con un 83,75% y un 81,35%, respectivamente.

- En cuanto al ritmo de ejecución, se observa un incremento paulatino desde el año 2007 hasta el año 2011, concentrándose los mayores valores en las anualidades intermedias de 2010 y 2011, reduciéndose de manera considerable a partir de 2012.
- El ritmo de ejecución del periodo 2010-2013 es, en general, inferior al del periodo 2007-2010, a excepción del indicador nº 3 (*Nº de Publicaciones Externas Realizadas*), que, sobre todo en los años 2010 y 2011 dio un impulso considerable a su ejecución.

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

En general, tanto la Junta de Castilla y León como la Dirección General de Fondos Comunitarios son los organismos que, con una importante diferencia sobre el resto, aportan una parte muy importante en la ejecución de medidas de información y publicidad.

Nº DE ACTIVIDADES Y ACTOS PÚBLICOS

El ritmo de ejecución de este indicador se ha mantenido constante en el período 2010-2013 con respecto a lo ejecutado hasta el 31 de marzo de 2010. Se puede entender que las actividades de difusión son más importantes al comienzo del período de programación, momento en que hay que dar difusión a programas operativos, así como programar actividades de formación e información a los distintos centros gestores.

La Dirección General de Fondos Comunitarios, con un 31,34% es quién aporta el mayor peso a la ejecución total en cuanto al número de eventos realizados para el conjunto del periodo 2007-2013.

La Junta de Castilla y León ha ejecutado el 16,42% del total de las actividades y actos públicos que se han llevado a cabo a lo largo de todo el período de programación. En este sentido, cabe destacar la aportación realizada por la Dirección General de la Mujer con un 40% del total correspondiente a la Comunidad Autónoma de Castilla y León, sobre todo en la celebración de un acto público anual en el que se hace entrega a algunas empresas la distinción "Óptima Castilla y León", por la que se las reconocen como Entidades Colaboradoras en Igualdad de Oportunidades entre Mujeres y Hombres".

Por último, hay que tener en cuenta que hay gestores, como por ejemplo el caso del ICEX que si bien en cuanto a la ejecución física ha contribuido poco en el número de eventos realizados, pero el montante económico destinado a los mismos así como la repercusión del número de participantes que han asistido a dichos eventos es digna de destacar en el análisis de este indicador. Lo mismo ocurre con la Dirección General de Coordinación de Competencias con las Comunidades Autónomas y las Entidades Locales que aporta un total de casi el 60% de participantes para un 12% del total de actividades y actos públicos organizados por el conjunto de organismos que intervienen en el Plan de Comunicación en general y en este indicador en particular.

Nº DE ACCIONES DE DIFUSIÓN

En cuanto al *número de actos de difusión*, decir que es el indicador en el que han contribuido un mayor número de organismos para alcanzar el objetivo establecido para 2013. Esto es significativamente positivo, independientemente del porcentaje de cada uno de ellos, pues se puede interpretar una implicación de todos los participantes en el Plan por conseguir una mayor difusión de los Fondos Europeos.

Por otro lado, se observa que aproximadamente el 50% de los organismos han realizado más acciones de difusión en el período 2010-2013 que en el 2007-2010 lo que significa un incremento del esfuerzo para

realizar este tipo de actuaciones y la concienciación de los mismos acerca de la importancia de la difusión de los Fondos Europeos como objetivo primordial del Plan de Comunicación al que pertenecen. Además, es en este período cuando se acumula una mayor ejecución y un mayor desarrollo de proyectos y operaciones que deben ser difundidos.

Cabe una mención especial la aportación de la Junta de Castilla y León con un 52,82% de ejecución sobre el total alcanzado a 10 de septiembre de 2013. En este sentido, destaca especialmente que todos los organismos gestores regionales excepto la Dirección General de Transportes han realizado acciones de difusión, lo que se explica porque este organismo dejó de ser órgano gestor del Programa Operativo al principio del período de programación. Tiene particular importancia este indicador en la Dirección General de Patrimonio que ha dado difusión a sus operaciones utilizando el Boletín de Documentación Europea que elabora el Organismo Intermedio.

También hay que destacar la participación en este indicador del Servicio Público de Empleo de Castilla y León que, a través de notas de prensa da difusión a la convocatoria de cursos formativos.

Por último, destaca, tanto a nivel cualitativo como a nivel cuantitativo, la campaña de comunicación "Contigo Más que nunca" llevada a cabo por el Consejo Superior de Cámaras divulgando las actividades que desarrolla este organismo con financiación tanto de FEDER como de FSE.

Nº DE PUBLICACIONES EXTERNAS REALIZADAS

La Junta de Castilla y León con un 25,75%, es quien aporta mayor carga sobre el ritmo de ejecución total tanto en el número de publicaciones como en el montante destinado a las mismas, lo que significa una implicación importante en las acciones de información y publicidad a través de las publicaciones externas, sobre todo en los años 2010 y 2011.

Se puede señalar la aportación de la Agencia de Innovación, Financiación e Internacionalización Empresarial a través de sus flashes informativos en el boletín de información electrónica.

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

Como actuaciones significativas a destacar llevadas a cabo por los distintos organismos, mencionar la edición del "Manual de Publicidad de Fondos Europeos" llevada a cabo por la Confederación Hidrográfica del Duero, donde establece las medidas a desarrollar en materia de información y publicidad y contiene modelos y ejemplos para asegurar la correcta divulgación del papel de los Fondos Europeos en las actuaciones de la cuenca del Duero. Este manual se editó tanto en formato papel como en formato digital.

También destaca la participación cualitativa de la Fundación Incyde, con la realización de video de unos 20 minutos sobre la red de viveros cofinanciada por FEDER y su aportación al mundo de las personas emprendedoras. El video cuenta con entrevistas a la Directora General de Fondos Comunitarios, al Director General de la Fundación INCYDE así como a diferentes empresas que se encuentran ubicadas en estos viveros.

Nº DE PÁGINAS WEB

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

Nº DE SOPORTES PUBLICITARIOS

En cuanto al número de soportes publicitarios, destaca la aportación de la Junta de Castilla y León, con casi un 60% de ejecución sobre el total alcanzado a 10 de septiembre de 2013, siendo este organismo quién más presupuesto ha destinado para llevar a cabo este tipo de acciones de información y publicidad, sobre todo, debido al desarrollo de la campaña publicitaria llevada a cabo en el año 2012.

La Consejería de Fomento y Medio Ambiente ha contribuido de forma exitosa al valor de este indicador de forma regular en todas las anualidades, con un porcentaje del 25% de ejecución dentro de todas las actividades de este tipo llevadas a cabo en la Junta de Castilla y León.

Le sigue en importancia, las actuaciones de la Dirección General de Patrimonio Cultural con una ejecución del 10% considerando todo el período de programación. Hay que decir que estos dos gestores son los que más usos hacen de este tipo de indicadores por el tipo de operaciones que desarrollan, fundamentalmente obras de gran cuantía que requieren la colocación, primero de carteles y luego de placas permanentes.

También conviene destacar la participación de la Dirección General de Telecomunicaciones en este indicador con un porcentaje de casi el 20% para todo el período y de un 5% desde abril de 2010 hasta la actualidad. El tipo de soporte que utiliza este organismo consiste en la colocación de placas explicativas permanentes y publicidad en farolas y buses urbanos de los Espacios CYL Digital, actuación que, por otro lado, ha sido considerada como una Buena Práctica de Comunicación.

También se aprecia una amplia participación de todos los agentes implicados, destacando el Instituto de Comercio Exterior, la Confederación Hidrográfica del Duero así como el Ayuntamiento de Palencia.

Nº DE DOCUMENTACIÓN INTERNA DISTRIBUIDA

En cuanto a las instrucciones emitidas hacia los participantes, esto es, número de Documentación Interna Distribuida, el reparto de la ejecución se ha mantenido constante en 2010-2013 con respecto a los resultados obtenidos en la Evaluación Intermedia. Este reparto se sitúa entre un 30-35% para la Junta de Castilla y León, y el 65-70% restante, para el conjunto de organismos de la AGE.

Por la parte de la Comunidad Autónoma, destaca labor realizada por la Agencia de Innovación, Financiación e Internacionalización Empresarial (ADE) con un total de 59 documentos distribuidos en todo el período repartidos de forma muy proporcional en cada una de las anualidades, lo que significa una labor constante en cuanto a este tipo de actuaciones de información y publicidad.

La razón por la que este gestor destaca en el cumplimiento de este indicador, es porque sus actividades se encuentran descentralizadas en las distintas provincias de la Comunidad Autónoma, de manera que lo que se hace es darle las oportunas instrucciones desde los Servicios Centrales. Lo mismo ocurre con el Servicio Público de Empleo y con la Dirección General de la Mujer.

Al margen de la Dirección General de Fondos Comunitarios, en cuanto a los organismos de la AGE, destaca la contribución de la Dirección General de Política de la Pequeña y Mediana Empresa, superando el 10% de la ejecución total para el período de evaluación 2010-2013.

Por último señalar que el esfuerzo económico de los organismos gestores para impulsar el número de documentación interna distribuida no ha sido determinante en el peso de la ejecución física de este indicador debido a que este tipo de actuaciones no conllevan un desembolso relevante sobre todo debido a que se utilizan canales basados en las nuevas tecnologías como el correo electrónico o las páginas web.

Nº DE REDES DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD

Este indicador, con una programación inicial de 4 redes, es ejecutado en tres cuartas partes por la DGFC y en el tercio restante por la UAFSE, lo que significa que esta última ha puesto en marcha una red y tres redes la DGFC.

Indicadores de realización: conclusiones y recomendaciones

- ☐ Si bien el grado de ejecución de los indicadores presenta una media superior al 90% lo que extrapolado a todo el período llevaría a concluir que se finalizaría con un porcentaje de éxito prácticamente del 100%, es conveniente señalar que para ello es necesario llevar a cabo acciones y medidas hasta finales de 2013. Se observa que en los años 2011 y 2012 el ritmo de ejecución de los indicadores se ha reducido de manera considerable, lo que es coherente con las distintas fases de la estrategia marcada en el Plan de Comunicación.
- ☐ Como ya se ha comentado anteriormente, el Nº de Páginas Web y el Nº de Redes de Información y Publicidad han alcanzado los objetivos previstos, no obstante se recomienda seguir aumentando y mejorando los contenidos éstas páginas web en la medida de lo posible sobre todo, de cara al próximo período de programación, lo que permitirá partir de una base sólida para afrontar 2014-2020 con garantías de éxito en materia de información y publicidad.
- ☐ Los indicadores utilizados proporcionan periódicamente información del avance de las medidas, lo que permite realizar un seguimiento en cualquier momento del período de la evaluación. Con esta utilidad que proporciona una herramienta como la aplicación informática, se recomienda contemplar la posibilidad de realizar un seguimiento más continuo del avance en la ejecución de las medidas como sucede con las evaluaciones operativas de forma que permita corregir las desviaciones en la consecución de los objetivos de una forma anticipada, tal y como ha ocurrido en los años 2011 y 2012.
- ☐ Por último, al observar la cuantificación de los indicadores, señalar que el esfuerzo de los gestores ha sido desigual a la hora de implementar las medidas contempladas en el Plan de Comunicación. Por este motivo, conviene destacar a aquellos que han tenido una participación activa en las diferentes medidas de información y publicidad puestas en marcha, si bien todos ellos han contribuido en mayor o menor medida a alimentar, al menos, un indicador de comunicación.

Así, para el período 2010-2013, la Dirección General de Presupuestos y Estadística ha ejecutado un 52% del total de *actividades y actos públicos* y un 41% de las *acciones de difusión*. ADE destaca en cuanto a su contribución en el *número de documentación interna distribuida* con un 35% de ejecución con respecto al total del indicador. La Dirección General de la Mujer ha llevado a cabo el 42% de las *publicaciones externas realizadas* y, por último, en cuanto al *número de soportes publicitarios*, la Dirección General de Patrimonio Cultural ha contribuido en un 26% con respecto al total ejecutado por el conjunto de organismos.

Análisis de Indicadores de resultado

Tabla 3: Programación, ejecución y % de los indicadores de resultado del Plan de Comunicación de los POs del FEDER y FSE 2007-2010*, 2010-2013** y 2007-2013 de Castilla y León

TIPOS DE ACTIVIDADES	INDICADORES DE RESULTADO (Programación)		EJECUCIÓN			%		
			2007-2010	2010-2013	2007-2013	2007-2010	2010-2013	2007-2013
	Metas							
1. ACTIVIDADES Y ACTOS PÚBLICOS	(Nº) DE ASISTENTES	38.600	12.049	15.579	27.628	31,20%	40,40%	71,60%
2. DIFUSIÓN EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN								
3. PUBLICACIONES REALIZADAS	(%) PUBLICACIONES DISTRIBUIDAS/EDITADAS	100%	98,60%	98,90%	98,80%			
	(Nº) PUNTOS DE DISTRIBUCIÓN	141	98	98	101	69,50%	69,50%	71,60%
4. INFORMACIÓN A TRAVÉS DE PÁGINAS WEB	(Nº) DE VISITAS	155.000	81.297	116.741	99.019	52,40%	75,30%	63,90%
5. INFORMACIÓN A TRAVÉS DE CUALQUIER TIPO DE CARTELERIA								
6. INSTRUCCIONES EMITIDAS HACIA LOS PARTICIPANTES EN LOS PROGRAMAS OPERATIVOS	(%)DE ORGANISMOS CUBIERTOS	100%	97,60%	97,90%	97,80%			
7. REDES DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD	(Nº) REUNIONES	81	39	30	69	48,10%	37,00%	85,20%
	(Nº) ASISTENTES	100	89	91	89	89,10%	91,10%	89,50%

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

- Los indicadores de resultado ofrecen porcentajes de ejecución dispares, ya que, aunque en media superan el 80% de la ejecución, sólo hay dos de ellos por encima de esta media. En todo caso, es previsible que alcancen las metas establecidas para 2013 siempre y cuando se lleven a cabo las acciones y medidas previstas en el Plan de Comunicación y que no haya una relajación por encontrarse el período próximo a su fin.
- Pese a que ninguno ha alcanzado el 100% de ejecución, el indicador nº 7 (*Nº de reuniones y Nº de Asistentes*), alcanza valores superiores al 85%, tanto el número de reuniones como asistentes, con lo cual es previsible que cumplan con el objetivo programado.

- En cuanto al Nº de Asistentes a actividades y actos públicos (indicador 1), ha alcanzado un 71,60% de ejecución, lo que significa que, debe incrementarse de manera notable hasta finales de año si se quiere alcanzar el objetivo final.
- Respecto al Nº de Visitas a las páginas web (indicador 4) se ha incrementado notablemente el ritmo de ejecución desde 2010, en más de un 20% si bien el objetivo todavía está algo lejos de alcanzarse y requiere de un último esfuerzo hasta el final del período de programación.
- Prácticamente han alcanzado el 100% de ejecución, los indicadores que miden el % Publicaciones distribuidas / editadas y el % de Organismos cubiertos.

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

Nº DE ASISTENTES A ACTIVIDADES Y ACTOS PÚBLICOS

El indicador de resultado que muestra el número de asistentes a actividades y actos públicos ofrece cifras desiguales para los distintos organismos, si bien, en el global ofrece una mejora desde el 1 de abril de 2010. Está en relación con lo comentado en el indicador de realización: las actividades de difusión son más importantes al comienzo del período de programación, momento en que hay que dar difusión a programas operativos, así como programar actividades de formación e información a los distintos centros gestores.

(%) PUBLICACIONES DISTRIBUIDAS/EDITADAS

Todos aquellos organismos que han editado alguna publicación, la han distribuido a continuación por lo que el porcentaje de ejecución de este indicador es casi del 100%.

Nº DE PUNTOS DE DISTRIBUCIÓN

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

De forma general, el peso de la ejecución alcanzada 10 de septiembre de 2013 recae sobre la Junta de Castilla y León, con un 25% aproximadamente del total de puntos de distribución, seguido de la Dirección General de Fondos Comunitarios con un 17% respecto al total.

Nº DE PÁGINAS WEB (PROMEDIO ANUAL DE VISITAS)

Este indicador sólo contempla la ejecución de la Dirección General de Fondos Comunitarios y de la Junta de Castilla y León de Castilla y León.

Indicadores de resultado: conclusiones y recomendaciones

- ☐ Los indicadores de resultado muestran, tanto en media como en el total, niveles de ejecución más bajos que los indicadores de realización, lo que significa que si se continúa con el mismo ritmo de ejecución, es previsible que no se lleguen a cumplir los objetivos para estos indicadores.

Por su propia definición, es lógico que lleven ritmos de ejecución más lentos que los indicadores de realización, pues el resultado se mide a medio y largo plazo, mientras que la realización se mide casi de modo inmediato a la celebración de la acción.

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

En último lugar y, al igual que ocurre con los indicadores de realización, el peso de la ejecución recae sobre la Junta de Castilla y León, especialmente destaca la contribución a estos indicadores del Organismo Intermedio así como la importante aportación de otros organismos gestores regionales:

- ✓ Dirección General de la Mujer, contribuyendo de forma homogénea en todos los indicadores (número de asistentes a actividades y actos públicos, puntos de distribución y % de organismos cubiertos con la documentación interna distribuida)
- ✓ Agencia de Innovación y Financiación Empresarial de Castilla y León en el número de asistentes a actividades y actos públicos

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

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

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

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

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

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

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

Por último, el equipo evaluador también destaca la inclusión en este capítulo de un apartado de ejemplos de buenas prácticas que ponen en valor las actuaciones destacadas en materia de información y publicidad

y sirven de referencia para futuras medidas que haya que llevar a cabo así como la inclusión de ejemplos de buenas prácticas de actuaciones cofinanciadas en el caso del Programa Operativo FEDER que a su vez, también son buenas prácticas de comunicación.

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

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

Con esta finalidad, a continuación se analizan una serie de aspectos clave referidos a la calidad de la ejecución de las medidas:

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

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

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

En el caso de la Dirección General de Presupuestos y Estadística, organismo intermedio responsable del Plan de Comunicación de Castilla y León, cabe señalar la elaboración de una *Instrucción práctica sobre información y publicidad de las operaciones financiadas con los Fondos Estructurales FSE y FEDER*.

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

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

Además, se han organizado anualmente cursos que incluyen un módulo específico de información y publicidad, así como jornadas y seminarios específicos en esta materia. El objetivo es intensificar el conocimiento de los órganos gestores sobre la normativa y las obligaciones en materia de información y publicidad, y de solucionar posibles dudas o problemas derivados de la puesta en marcha del Plan de Comunicación.

En el caso de los organismos gestores del FEDER, cabe destacar dos casos de documentación emitida al respecto como son:

- Proyecto Urban Burgos Centro Histórico: "Medidas de Información y Publicidad"
- Proyecto Urban Palencia: "Medidas de Información y Publicidad en cartel (durante la obra) y placa permanente (posterior a la obra)"

Estas actividades han redundado en la mejora del cumplimiento de las obligaciones en materia de publicidad, ya que en periodos anteriores el referente principal era el Reglamento, cuya interpretación generaba muchas dudas a la hora de aplicar las medidas. En la actualidad, las instrucciones, manuales, reuniones, etc. sobre información y publicidad han contribuido positivamente al cumplimiento de la normativa, y ello se ha traducido en una mayor difusión de las actuaciones cofinanciadas por la UE.

▣ **Calidad de los procedimientos establecidos.**

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

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

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

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

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

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

La puesta en marcha de esta aplicación se considera muy útil para realizar el seguimiento del Plan y constituye un gran avance en lo que se refiere a la introducción de las nuevas tecnologías para la mejora

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

de la gestión, ejecución y seguimiento de las actuaciones cofinanciadas, ya que permite valorar en tiempo real en qué estado se encuentra la ejecución del Plan.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

- *Comités de Seguimiento*, de carácter anual, donde se examina el avance de la ejecución del Plan de Comunicación, se exponen los problemas o dificultades derivadas de la ejecución de las

actuaciones, y se intercambian experiencias y buenas prácticas entre los diferentes organismos que participan en la ejecución del Plan.

- *Comité Consultivo de Seguimiento Estratégico y Evaluación*, que sirve de plataforma común para el intercambio de ideas y experiencias en materia de evaluación y para reforzar la función de esta última durante el periodo de programación en curso.
- *Redes INFORM e INIO de la Comisión Europea*, vinculadas al FEDER y Fondo de Cohesión la primera, y al FSE la segunda, constituyen el referente comunitario en materia de información y publicidad de los POs puestos en marcha en las diferentes regiones de la Unión Europea.

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

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

- ☑ Los canales por los que transcurre la información son fluidos, incluso más que en la Evaluación Intermedia debido, sobre todo, a que el actual periodo de programación se encuentra en una fase de madurez, que permite que los procedimientos de transmisión de la información estén asentados, y la coordinación para la ejecución de las medidas del Plan sea elevada y de un alto grado de calidad.
- ☑ Se recomienda un análisis de estos procedimientos y canales de transmisión de la información para asegurar su validez en el nuevo periodo de programación y para que perduren al margen de la posibilidad de que las personas responsables de los mismos pueda ser distintas a las actuales.
- ☑ En cuanto a las instrucciones a los órganos encargados de la gestión y ejecución de las actuaciones en materia de gestión, seguimiento, control, evaluación e información y publicidad, así como a la celebración de cursos, jornadas y seminarios, se recomienda continuar en la misma línea en el próximo periodo teniendo en cuenta el óptimo resultado que se ha conseguido con las mismas. En este sentido, se recomienda renovar los contenidos de las primeras ediciones de los cursos ante la posibilidad de encontrarse con nuevos organismos gestores así como adaptarlos a la nueva normativa que se publique en materia de información y publicidad.

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

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

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

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

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

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

El **análisis de la muestra seleccionada de FEDER** indica que, de forma general, se consideran cumplidos los artículos 8 y 9 del Reglamento (CE) 1828/2006, de 8 de diciembre, al figurar los carteles de obra informativos cuando procede, el emblema de la Unión Europea y la referencia a la cofinanciación del Fondo Europeo de Desarrollo Regional, así como el logo "Europa impulsa nuestro crecimiento".

Además, en aquellos casos en que los carteles se han deteriorado con el paso del tiempo, éstos han sido sustituidos siguiendo las recomendaciones oportunas realizadas en el momento de la verificación.

Por último, en cuanto a FEDER, es oportuno destacar que una de las operaciones de la muestra seleccionada, había sido identificada en su momento, como buena práctica de comunicación.

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

También se ha observado que se ha tenido en cuenta, por parte de los organismos gestores, tanto la Estrategia del Plan de Comunicación 2007-2013 de Castilla y León como la Instrucción Práctica para la

aplicación de las Medidas de Información y Publicidad de las Intervenciones Cofinanciadas por los Fondos Europeos, emitida por el Organismo Intermedio y enviada a los gestores.

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

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

Las conclusiones que se extraen finalmente son las siguientes:

- ☐ De forma general, se considera que la información y publicidad han sido gestionadas adecuadamente.
- ☐ El número de incidencias detectadas es totalmente residual tanto para FEDER como para FSE.
- ☐ Por otra parte, la tipología de estas incidencias es, en su mayoría, con carácter de recomendación y no supone ningún tipo de minoración en los importes elegibles.
- ☐ En conclusión, se valora satisfactoriamente los resultados obtenidos en el análisis del proceso de verificación.

6. EVALUACIÓN DE LA INTEGRACIÓN DEL PRINCIPIO DE IGUALDAD DE OPORTUNIDADES, TANTO EN LAS MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD, COMO EN LOS EFECTOS OBTENIDOS POR LAS MISMAS

En este epígrafe se trata de analizarla incorporación del principio de igualdad de oportunidades tanto en el Plan de Comunicación de los Programas Operativos del FSE y del FEDER de la Comunidad Autónoma de Castilla y León 2007-2013, como en las distintas medidas que efectivamente se hayan llevado a cabo para dar cumplimiento a la obligación de información y publicidad durante el periodo objeto de evaluación.

Como ya se avanzó en la Evaluación Intermedia de 2010, en el estudio que se hizo del Plan de Comunicación y de la Instrucción Práctica sobre Información y Publicidad, no se detectaron previsiones específicas en materia de igualdad de oportunidades y tampoco mostraba un uso del lenguaje adecuado que evitara una utilización sexista del mismo.

Con respecto a las medidas para la integración de este principio, destaca el curso sobre la Política de Cohesión, la Programación del FEDER y FSE y los Programas Operativos FEDER y FSE de Castilla y León 2007-2013 su gestión, seguimiento y control dirigido al personal de la Administración Autonómica y Local de la Comunidad Autónoma de Castilla y León con competencias en la gestión de los Programas Operativos. El curso incorpora el siguiente módulo específico de Igualdad de Oportunidades:

“Observancia de otras políticas comunitarias: la perspectiva de género en las intervenciones del FEDER y del FSE”

Impartido por una persona experta en la materia, este módulo pretende sensibilizar a las personas asistentes acerca de la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres y su aplicación en los Fondos, en concreto en FEDER y en FSE. Así mismo, su objetivo también es darles los conocimientos necesarios para que entiendan los fundamentos de la aplicación de este principio en las operaciones cofinanciadas, las obligaciones para los diferentes actores, los momentos de la aplicación (fases) así como la manera de hacerlo (métodos). También incluye un apartado en materia de comunicación, no obstante, se trata en menor profundidad.

En la campaña de comunicación, tanto informativa como divulgativa, sobre las actuaciones y resultados de las intervenciones de los Programas Operativos en Castilla y León se observa la incorporación de criterios de igualdad de oportunidades en los distintos tipos de soportes publicitarios utilizados. Por ejemplo, en los soportes gráficos se han utilizado tres creativities, una con una mujer, otra con un hombre y la tercera con hombre y mujer. Además la distribución de las imágenes en los diferentes medios para su difusión ha sido equitativa. En la locución, tanto de las cuñas de radio como en el spot de televisión se han utilizado dos voces: una femenina y otra masculina. A esto se suma que en el spot televisivo hay un reparto equitativo en la presencia de mujeres y hombres. Agregar que, esta diversificación de canales, soportes e inserciones consigue que el mensaje llegue equitativamente a toda la población. Por último, el lenguaje utilizado ha sido no sexista en todos los soportes.

Cabe añadir que la imagen trasladada de la mujer es equiparable a la del hombre, huyendo de estereotipos, tanto por la actitud, las situaciones presentadas como la vestimenta utilizada siendo las diferentes creativities incluyentes de ambos sexos y pretendiendo reflejar la realidad social y visibilizar a mujeres y hombres en igualdad de condiciones.

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

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

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

1. **Grado de conocimiento de las obligaciones existentes en la programación, gestión, seguimiento, control, evaluación e información y publicidad.** La medida de este indicador resulta del análisis de las respuestas en las citadas entrevistas a las preguntas referidas a lo que se define en el indicador, es decir, preguntas acerca del conocimiento de las obligaciones existentes en materia de programación, gestión, seguimiento y control. De este análisis, el porcentaje obtenido se sitúa en un **86,37%**, casi 10 puntos por encima del 77% obtenido en 2010.
2. **Tasa de satisfacción, que indica la valoración de los beneficiarios/Organismos Intermedios y/o gestores o partícipes respecto a la información facilitada.** Esta tasa tiene en cuenta las valoraciones hechas con respecto a la adecuada duración y el número de participantes de la sesión o evento, así como si dicha sesión satisface las expectativas de los participantes. El resultado que se obtiene es de un **75,75%**, superando considerablemente la tasa obtenida en 2010 (71,15%).
3. **Tasa de utilidad de las actuaciones.** Esta tasa mide las valoraciones de las personas entrevistadas en cuanto a:
 - Si la información presentada ha servido para adecuar y/o actualizar sus conocimientos sobre los Fondos y/o su aplicación.
 - Si los contenidos presentados son de utilidad práctica
 - Si la sesión o evento es una herramienta adecuada para informar/formar sobre los Fondos

El porcentaje resultante de este análisis es de un **95,17%**.

4. **Grado de conocimiento de los distintos Fondos Estructurales y del Fondo de Cohesión.** Las respuestas afirmativas obtenidas para el Fondo Europeo de Desarrollo Regional son del 70,05% (69,56% en 2010), las del Fondo Social Europeo son del 75,86% (77,76% en 2010) y las del Fondo de Cohesión de un 61,41 (73,19% en 2010). El resultado obtenido es de un **69,10%** (73,50% en 2010). A continuación se procede a desagregar estos resultados por sexo y edad para cada uno de los Fondos acompañado de un análisis comparativo de los mismos.
 - ✓ Los hombres afirman en un 71,88% de los casos haber oído hablar del Fondo Europeo de Desarrollo Regional, mientras que en el caso de las mujeres este porcentaje es ligeramente inferior (68,22%). Esta diferencia porcentual entre ambos sexos se ve ampliada para el caso del Fondo de Cohesión (hombres, 66,13% y mujeres, 56,70%) mientras que en el caso del FSE las mujeres con un 76,64% superan ligeramente a los hombres con un 75,08%.

- ✓ En cuanto a la desagregación por edades, el porcentaje más elevado se sitúa en el tramo comprendido entre los 55 a los 74 años (81,55%). Con un resultado similar (80,54%) se sitúa el grado de conocimiento de los Fondos Estructurales en el tramo de los 25 a los 54 años. Más alejados de estos resultados, se encuentran los obtenidos para el tramo de mayores de 75 años (77,40%) y en último lugar, con un 69,58% para el tramo de los 15 a los 24 años.

5. **Grado de conocimiento del papel desempeñado por la Unión Europea.** Este indicador ha obtenido un porcentaje del **79,07%** ligeramente superior al 77,29% obtenido en 2010. Al igual que en el indicador anterior, se procede a desagregar los resultados por sexo y edad:

- ✓ Las mujeres afirman en el 75,08% de los casos, saber que su Comunidad Autónoma recibe dinero de la Unión Europea para contribuir a su progreso económico y social. Este porcentaje se ve aumentado hasta el 83,07% en el caso de los hombres.
- ✓ En cuanto a la desagregación por edades, el porcentaje más elevado se sitúa en el tramo comprendido entre los 55 a los 74 años (81,55%). Con un resultado similar (80,54%) se sitúa el grado de conocimiento de los Fondos Estructurales en el tramo de los 25 a los 54 años. Más alejados de estos resultados, se encuentran los obtenidos para el tramo de mayores de 75 años (77,40%) y en último lugar, con un 69,58% para el tramo de los 15 a los 24 años.

Indicadores de impacto: conclusiones y recomendaciones

- En cuanto al **grado de conocimiento** de las obligaciones existentes en la programación, gestión, seguimiento, control evaluación e información y publicidad y como se ha reflejado anteriormente, se ha obtenido un porcentaje del 86,37%, resultado que se puede evaluar como muy satisfactorio, sobre todo por la subida de casi 10 puntos porcentuales con respecto a los resultados obtenidos en la Evaluación Intermedia. Esto refleja un esfuerzo en que los organismo gestores conozcan las obligaciones existentes así como que todos los conceptos está perfectamente asentados, lo que es lógico por otra parte, dada la fase tan avanzada en la que se encuentra el actual período de programación.

El análisis de las respuestas a las entrevistas realizadas a los Órganos Gestores y/o Beneficiarios permite identificar que uno de los factores que contribuyen a disminuir la media obtenida es la falta de participación en redes de comunicación relacionadas con los Fondos Europeos así como en la falta de difusión a través de medios electrónicos de distintas convocatorias y en la falta de información que ha de incluirse en los pliegos de condiciones de contratación y cláusulas administrativas.

- El resultado obtenido del 75,75% a la hora de calcular la **tasa de satisfacción** respecto a la información facilitada es bastante positivo, y tal y como se esperaba en la Evaluación Intermedia, esta tasa se ha incrementado en casi 5 puntos porcentuales, cumpliendo así con las recomendaciones realizadas en dicha evaluación.

Esta mejora en el resultado se interpreta que es debida a las medidas puestas en marcha con relación a los cuestionarios de satisfacción/evaluación que se efectúan una vez terminadas las sesiones formativas en los cursos anuales de Fondos Estructurales que se imparten a los organismos gestores. Se considera que se han tenido en cuenta estas opiniones emitidas para la mejora de la calidad de formación en cuanto a aspectos como la adecuación de la duración de la sesión o número de participantes. El resumen de los resultados se ha analizado gracias a la información contenida en los Informes Anuales de Ejecución, mostrándose como muy satisfactorios.

- En cuanto a la **tasa de utilidad** de las actuaciones, en lo que se refiere a si la información presentada ha servido para adecuar y/o actualizar sus conocimientos sobre los Fondos y/o su aplicación, si los contenidos presentados son de utilidad práctica y, por último, si la sesión o evento es una herramienta adecuada para informar/formar sobre los Fondos. El resultado obtenido, como se ha dicho anteriormente, ha sido una tasa de utilidad del 95,17%.

Comparando este resultado con el obtenido en la tasa de satisfacción, se observa que ésta superior en 20 puntos porcentuales, lo que permite concluir que, por una parte, los organismos gestores y/o beneficiarios valoran muy positivamente la utilidad de las reuniones, jornadas o sesiones formativas tanto en lo que se refiere a los procedimientos de gestión, control, evaluación y/o comunicación de los Fondos Europeos así como lo relacionado con los requisitos de comunicación en el nuevo periodo de programación, pero no quedan proporcionalmente satisfechos con los resultados obtenidos de su participación en estas actividades.

- En lo que se refiere el indicador de impacto que mide el grado de conocimiento de los distintos Fondos Estructurales y Fondo de Cohesión por parte de la ciudadanía y cuyo resultado obtenido es del 69,10%, si se analizan los resultados obtenidos desagregados por sexo y edad, se concluye que:
 - ✓ El grado de conocimiento de FEDER, FSE y Fondo de Cohesión no es muy elevado, con una media de un 69,10 % si se consideran los tres fondos, siendo del 71% para el caso de los hombres y del 67% para las mujeres.
 - ✓ Diferenciando por edades, el tramo que presenta una frecuencia de respuestas positivas más elevada varía según el tipo de fondo:
 - En el caso del FEDER, este porcentaje aumenta a medida que aumenta la edad de la persona entrevistada para alcanzar su máximo en las personas mayores de 75 años con un 77,05%.
 - En cambio, en el FSE, el tramo de mayor de 75 años presenta el porcentaje de respuestas positivas más bajo con un 63,68%, situándose el resto de tramos de edad en torno al 77-78%.
 - Por último, el Fondo de Cohesión ofrece los porcentajes más bajos de respuestas positivas en todos y cada uno de los tramos, sobre todo en el de los más jóvenes, que apenas alcanza un 43%.
 - Si se analizan los resultados desagregados por sexo en el FEDER las mujeres presentan mayor conocimiento en todos los casos excepto en el tramo de edad comprendido entre los 25 y los 54 años, en el FSE, también presentan mejores porcentajes las mujeres excepto en el tramo de 55 a 74 años y, por último, en Fondo de Cohesión sucede lo contrario, esto es, los hombres superan a las mujeres en todos los tramos de edad analizados.

- En el caso del último indicador de impacto que mide el **grado de conocimiento del papel desempeñado por la Unión Europea**, los resultados obtenidos son de un 79,07% que no son, en general, positivos. Estos porcentajes se pueden relacionar con los obtenidos acerca del conocimiento de los proyectos, es decir, si hay desconocimiento sobre los mismos, será más difícil obtener respuestas que reflejen la importancia que la ciudadanía concede a los Fondos Europeos. La mayor frecuencia de respuestas se sitúa en torno a Irrelevante-positivo, siendo más positivo en el caso de los hombres y más irrelevante para las mujeres.

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

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

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

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

- ☐ En cuanto a la metodología de la evaluación se recomienda que, para el próximo período, la evaluación final de la Estrategia de Comunicación tenga lugar una vez finalizado el período de programación para que, de esta forma, se pueda contemplar el conjunto de actividades relacionadas con la ejecución completa de los Programas Operativos.
- ☐ Tras el análisis del seguimiento y aplicación de las recomendaciones realizadas en la Evaluación Intermedia 2010 se concluye que se ha hecho un esfuerzo considerable por tener en cuenta todas y cada una de ellas.
- ☐ Se recomienda contemplar una posible actualización de la Estrategia de Comunicación en un momento intermedio del próximo período de programación. Desde que se aprobó el Plan de Comunicación al momento actual se han producido muchos cambios de contexto y un avance de tecnologías que han dejado obsoleto al Plan inicial en algunas de sus medidas.
- ☐ Para el próximo período se recomienda incluir en la Estrategia de Comunicación la consideración del Principio de Igualdad de Oportunidades para un mejor seguimiento y evaluación de la aplicación del mismo.
- ☐ La aplicación informática INFOCO se considera muy útil para medir las realizaciones y resultados de los indicadores de comunicación.
- ☐ Los Grupos de Discusión han ofrecido una información cualitativa relevante acerca de varios de los temas planteados como, por ejemplo, la estrategia, objetivos, mensajes, canales, instrumentos, recursos, gestión, actores, implicación y beneficio para los ciudadanos de las medidas de información y publicidad enmarcadas en el Plan de Comunicación. De la información recabada se pueden extraer las siguientes conclusiones y recomendaciones:
 - Se recomienda contemplar nuevos canales de comunicación basados en las redes sociales aprovechando las nuevas tecnologías existentes. Estos canales tienen un menor coste y además un mayor alcance hacia el público objetivo. En estas redes sociales deberían participar los agentes implicados e todos los niveles.
 - Es momento de suplir las publicaciones, folletos, dípticos, etc...que son editadas en papel por una publicación electrónica, salvo en aquellos casos que sea absolutamente imprescindible. El coste es menor así como su impacto ambiental.
 - Por definición, una de las características de las Buenas Prácticas es su capacidad para ser replicadas, ya sea a nivel local, regional, nacional o comunitario. Por este motivo, es interesante buscar este efecto imitador y que las Buenas Prácticas no se queden en la mera difusión de las mismas sino que se busquen instrumentos para poder ser aplicadas en circunstancias análogas en sitios geográficamente separados.

- Por último, y dada la importancia que han cobrado las buenas prácticas en el actual período de programación, se recomienda uniformidad entre FEDER y FSE en cuanto a la presentación de las buenas prácticas de proyectos cofinanciados. Por otra parte, se recomienda revisar los criterios de cumplimiento de forma que se permita mejorar en la argumentación de las actuaciones, ya que algunos de ellos pueden ser repetitivos y no aportar novedad alguna, característica indispensable para la identificación de buenas prácticas.

Añadir finalmente los elementos que deberá contener la futura Estrategia de Comunicación:

- a) Descripción del enfoque adoptado con inclusión de las principales medidas de información y comunicación destinadas a beneficiarios potenciales, beneficiarios, los agentes difusores y el público en general.
- b) Descripción de los materiales que se pondrán a disposición en formatos accesibles a las personas con discapacidad.
- c) Descripción de la forma en que se ayudará a los beneficiarios en sus actividades de comunicación.
- d) Presupuesto indicativo de la ejecución de la estrategia.
- e) Descripción de los organismos administrativos, con sus recursos de personal, responsables de la ejecución de las medidas de información y comunicación.
- f) Las disposiciones relativas a las medidas de información y comunicación con inclusión del sitio o el portal de Internet en los que pueden encontrarse esos datos.
- g) Indicación de la forma en que se evaluarán las medidas de información y comunicación por lo que respecta a la visibilidad y difusión de la política, los programas operativos y las operaciones, así como del papel desempeñado por los fondos y la unión.
- h) Descripción de la utilización de los principales resultados del programa operativo anterior.
- i) Actualización anual en la que se expongan las actividades de información y comunicación que se llevarán a cabo en el año siguiente.

9. BUENAS PRÁCTICAS

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

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

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

Criterios¹¹ establecidos para que cualquier actuación pueda ser considerada buena práctica de comunicación

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

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

Criterios para la selección de buenas prácticas de actuaciones cofinanciadas

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

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

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

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

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

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

En general, las Buenas Prácticas se consideran bien defendidas aunque cabría profundizar más en cada uno de los criterios tratando de poner en valor las actuaciones y el esfuerzo llevado a cabo para su

comunicación. En ese sentido, sería importante incidir en los puntos fuertes de cada una de las buenas prácticas, es decir, no tiene porque ser necesario que todos los criterios se defiendan de igual forma, pues dependiendo del tipo de actuación de comunicación, unos criterios se adecúan más que otros, como por ejemplo en el caso de actuaciones basadas en las nuevas tecnologías, sería relevante reforzar este criterio y, otro caso sería aquellas prácticas que tienen muy en cuenta el respeto por la igualdad de oportunidades.

Por otra parte, se observa que a medida que han avanzado las anualidades y la ejecución de los Programas Operativos, el nivel de la buena práctica ha ido descendiendo, sobre todo en cuanto a lo novedoso de la misma.

Destaca de forma excepcional la buena práctica incluida en el período que comprende esta evaluación, en concreto la campaña informativa y divulgativa sobre las actuaciones y resultados de las intervenciones de los Programas Operativos del FEDER y FSE llevada a cabo en 2012.

A continuación se añaden una serie de conclusiones en función de la clasificación que se ha realizado según las temáticas más reiterativas así como los organismos gestores que más y mejor han contribuido a la visibilidad y difusión de los Fondos Estructurales y a la importancia del papel desempeñado por la Unión Europea. Las conclusiones que se extraen en cuanto a las Buenas Prácticas de Comunicación son las siguientes:

- Las buenas prácticas de comunicación incluidas en los sucesivos informes anuales de ejecución han ido disminuyendo paulatinamente en número pasando de un total de 8 buenas prácticas en 2009, a 6, 5 y 4 en los respectivos informes de 2010, 2011 y 2012.
- Existe un predominio claro de buenas prácticas de comunicación en el ámbito del FEDER con un total de 13 actuaciones de este tipo en todo el período, lo que supone más del 50% del total, seguido de las del FSE así como de las conjuntas FEDER y FSE, con un total de 10, 5 en cada caso.
- Se observa como muy positivo la gran variedad de organismos que han ejecutado buenas prácticas de comunicación, destacando el Organismo Intermedio con un total de 4 actuaciones, seguido de la Autoridad de Gestión del FEDER con 3 y, por último, la UAFSE y la Confederación Hidrográfica del Duero con 2 actuaciones en cada caso.
- En cuanto a la temática de las Buenas Prácticas se observa una cierta similitud, pudiéndose realizar la siguiente clasificación en orden de supremacía:
 - En primer lugar se encuentran aquellas actuaciones que se han llevado a cabo mediante la publicación de documentación, guías, instrucciones, manuales, etc suponiendo un **40%** del total de Buenas Prácticas identificadas hasta la fecha.
 - Le sigue en porcentaje, con un **30%** respecto al total, aquellas Buenas Prácticas referidas a actuaciones de difusión a través de campañas, jornadas informativas, actos públicos, etc. Destacando en este caso, que se ha identificado una actuación de este tipo en todas y cada una de las anualidades del actual período (desde la anualidad 2009).
 - En tercer lugar se sitúan aquellas Buenas Prácticas de comunicación que han utilizado como vía principal para la difusión las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación con casi un **20%** respecto al total.
 - Con un **10%** con respecto al total están las Buenas Prácticas de comunicación que han utilizado instrumentos como placas, vallas publicitarias, carteles, etc.

- Por último, con respecto al cumplimiento de los criterios exigidos cabe señalar que en algunos casos no están todo lo suficientemente claros y se debería de incidir más siempre con el objetivo de lograr mayores porcentajes de impacto y eficacia sobre todo en el caso del Uso de nuevas tecnologías de la información.

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

- El mayor número de buenas prácticas identificadas de actuaciones cofinanciadas se produce en la anualidad 2011 con un total de 7, seguido de las 4 de 2012. Por último, en 2009 y 2010 tan solo se identificaron una y dos buenas prácticas respectivamente. Estos datos tienen cierta coherencia con lo señalado anteriormente acerca de la fecha de aprobación de los criterios para este tipo de Buenas Prácticas, consenso y aprobación que se produjo en la anualidad 2011, año en que se observa un mayor esfuerzo para la identificación de este tipo de actuaciones.
- Un 40% de estas actuaciones han sido presentadas por la Junta de Castilla y León, mientras que el resto han sido identificadas por los organismos gestores de la AGE, destacando especialmente el ICEX con tres Buenas Prácticas de actuaciones cofinanciadas, lo que supone un 25 % del total.
- En cuanto a la temática de estas actuaciones, se presenta de una gran variedad, lo que enriquece la visibilidad del Programa Operativo, si bien, las que más destacan en número son aquellas relacionadas con infraestructuras, seguidas por las que se basan en el uso de las nuevas tecnologías.
- Por último, en cuanto al grado de justificación de los criterios de cumplimiento hacer especial hincapié en que se valoraría muy positivamente que todas estas actuaciones hayan sido consideradas en algún momento del período como buenas prácticas de comunicación. Estableciendo paralelismos entre ambas, el equipo evaluador no ha encontrado el 100% de equivalencia, por lo que se recomienda para el futuro, asegurarse que una buena práctica de actuación cofinanciada siempre sea una buena práctica de comunicación, o al menos, en la práctica totalidad de los casos.

9.2. Identificación adicional de Buenas Prácticas

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

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

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

En total se han identificado cinco buenas prácticas, tres de ellas de comunicación y la dos últimas de actuaciones cofinanciadas. En primer lugar se presentan las siguientes **buenas prácticas de comunicación**:

9.2.1. BUENAS PRÁCTICAS DE COMUNICACIÓN

☉ *Página web de Patrimonio de Castilla y León*

Con esta acción de comunicación, la Dirección General de Patrimonio Cultural pretende que todo el mundo que entre a su página web, <http://www.patrimoniocultural.jcyl.es/>, pueda ver con claridad el conjunto de proyectos cofinanciados con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional consiguiendo una eficiente difusión de los Fondos Europeos y dando a conocer los proyectos más destacados del período de programación. Desde la página principal de la web, la D.G. de Patrimonio Cultural facilita un acceso visible y directo al sitio donde se encuentra la divulgación de los proyectos europeos.

De esta manera, en la parte superior derecha se ha incluido, de forma visible, la bandera de la Unión Europea junto al texto: "Proyectos Europeos sobre Patrimonio Cultural". A través de este enlace se accede a la información destacada de estos proyectos con sus principales objetivos y características.



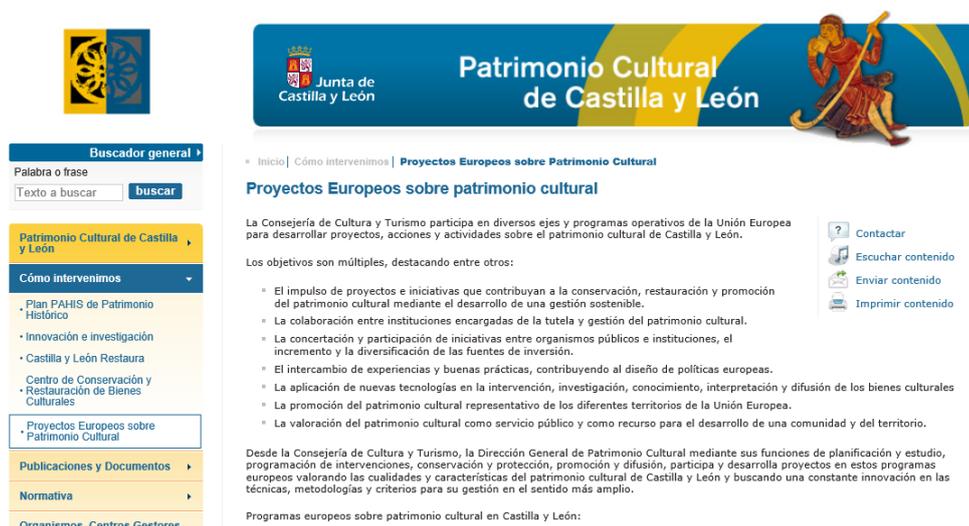
Esta actuación se ha seleccionada como "buena práctica" en materia de comunicación por el cumplimiento de los siguientes criterios:

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

Esta página web trata de acercar la información sobre proyectos europeos al público en general y para ello se vale de los recursos que ofrecen hoy en día los diferentes programas de diseño de páginas web para ofrecer esta información, no sólo desde la página principal sino también desde otros menús desplegables como, por ejemplo, "Cómo intervenimos" convirtiéndose en una forma dinámica de navegar por la web, donde también se pueden observar fotografías de los proyectos para poder ver en cualquier momento el estado de su ejecución. Además, los contenidos de la web aluden de forma explícita a la cofinanciación de FEDER, como forma de concienciación a la ciudadanía del papel que juega la Unión Europea en la mejora de su calidad de vida.

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

Mediante los contenidos mostrados en la página web, la ciudadanía puede conocer que este tipo de actuaciones son cofinanciadas y, por tanto, el papel que desempeñan los Fondos Europeos en el desarrollo de la Comunidad Autónoma de Castilla y León y más concretamente en la conservación de su patrimonio.



The screenshot shows the website for 'Patrimonio Cultural de Castilla y León'. It features a search bar at the top left, a navigation menu with options like 'Patrimonio Cultural de Castilla y León', 'Cómo intervenimos', 'Proyectos Europeos sobre Patrimonio Cultural', 'Publicaciones y Documentos', 'Normativa', and 'Organismos. Centros Gestores'. The main content area is titled 'Proyectos Europeos sobre patrimonio cultural' and includes a list of objectives such as 'El impulso de proyectos e iniciativas que contribuyan a la conservación, restauración y promoción del patrimonio cultural mediante el desarrollo de una gestión sostenible'.

Regional es un instrumento financiero de la Comisión Europea cuya finalidad es la de apoyar los territorios menos desarrollados de la Unión Europea. Son fondos gestionados directamente por las comunidades autónomas para realizar proyectos en su ámbito competencial y territorial.

○ **Incorporación de criterios de igualdad de oportunidades**

Se incorpora el criterio de igualdad de oportunidades, quedando evidenciado al tener especial cuidado en utilizar un lenguaje no sexista. Además, hay que señalar que cuenta con medidas de accesibilidad y adaptabilidad a cualquier tipo de usuario (visualización y escucha de la información).

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

La adecuación con el objetivo general de difusión de los fondos, se consigue porque es la herramienta para hacer llegar a la ciudadanía información sobre el Fondo Europeo de Desarrollo Regional y sobre el papel de Europa en la mejora de su calidad de vida. Así mismo, incorpora links con información sobre otros proyectos de la Unión Europea.

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

El alto grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción de comunicación, se ha conseguido porque el acceso a la información de los proyectos cofinanciados con el FEDER está posicionado en un lugar óptimo de la página web (a la derecha y arriba). Dicha página ya tiene de por sí una gran difusión a lo que se añade que, a la misma, se accede directamente desde la página web de la Junta de Castilla y León y al uso universal de Internet como mecanismo para que la población acceda a la información de estos proyectos. Todo esto supone un efecto multiplicador de la cobertura sobre la población objetivo que puede recibir visitas tanto de la población de la Comunidad Autónoma, como del resto de incluso a nivel mundial para todas aquellas personas interesadas en este tipo de patrimonio.



○ **Evidencia de un alto grado de calidad**

El contenido desarrollado en la página web explica de forma muy clara y muy fácil de entender por parte de toda la ciudadanía, el contenido y objetivos de los proyectos de forma que ha permitido aumentar el nivel de conocimiento sobre la política regional, mostrando así la actuación un alto grado de calidad a la vez que una gran eficacia. Así mismo, este portal está permanentemente en revisión y mejora tanto de contenidos como en la forma de exponerlos para ofrecer una mayor calidad en el nivel de información que provee a las personas que accedan al mismo.

○ **Uso de nuevas tecnologías de la información**

Desde Patrimonio Cultural, a través de su página web, se mantiene informado a todo su público objetivo, así como a la ciudadanía en general de las actuaciones relativas al Programa Operativo FEDER de Castilla y León. Incluye así mismo un buscador para obtener información concreta de cualquier proyecto encontrar e incluso un visor geográfico de bienes culturales así como un catálogo de bienes de interés cultural. Esta es una página web creada con un componente tecnológico innovador.



Cómo intervenimos

Los criterios que aplica la Junta de Castilla y León en la intervención sobre los bienes culturales se han establecido a partir de los principios estipulados en la legislación nacional y autonómica sobre patrimonio cultural, en las convenciones, cartas y recomendaciones internacionales. Estas normas y la experiencia acumulada desde que se asumieron las competencias en materia de patrimonio por la Comunidad Autónoma en el año 1983, han permitido elaborar una metodología de intervención que se refleja en los programas y proyectos ejecutados.

En los apartados siguientes se desarrollan estos planes y pautas de intervención y se recopilan las intervenciones más significativas sobre los diferentes tipos de bienes culturales en Castilla y León.

La gestión y la intervención en el patrimonio cultural no se entenderían sin una renovación constante derivada del empleo de las nuevas tecnologías y de los resultados y conclusiones aportadas por los trabajos de investigación. En este apartado se muestran alguna de esas herramientas novedosas y los hallazgos más relevantes que han posibilitado un mayor conocimiento del patrimonio cultural

- **Plan PAHIS de Patrimonio Histórico**
Programas y acciones de la Junta de Castilla y León en materia de patrimonio cultural
- **Innovación e investigación**
Aplicación de nuevas tecnologías al patrimonio cultural, programas y resultados de proyectos de investigación
- **Castilla y León Restaura**
Criterios y proyectos de intervención sobre bienes culturales
- **Centro de Conservación y Restauración de Bienes Culturales**
Funciones y objetivos del Centro. Criterios de intervención en los bienes muebles y actuaciones relevantes
- **Proyectos Europeos sobre Patrimonio Cultural**
Participación en programas para el desarrollo cofinanciados por la Unión Europea en los que intervienen varios países e instituciones con iniciativas referidas al patrimonio cultural.

▣ **Curso de Fondos Estructurales**

Con carácter anual se organiza un curso sobre la Política de Cohesión, la Programación del FEDER y del FSE y los Programas Operativos FEDER y FSE de Castilla y León 2007-2013, su gestión, seguimiento y control, dirigido al personal de la Administración Autonómica y Local de la Comunidad de Castilla y León con competencias en la gestión del Programa Operativo.

La duración del mismo es de 27 horas lectivas para FEDER y otras tantas para FSE y se compone de un total de 10 módulos por cada fondo, de los cuales se destaca como actuación de comunicación, el referido a "Información y Publicidad" impartido directamente por la persona responsable del Plan de Comunicación por parte de la Autoridad de Gestión del FEDER que se encarga de transmitir a los organismos gestores la importancia de la difusión del papel de los Fondos Europeos y del cumplimiento de la normativa comunitaria al respecto. En el caso del FSE, dicho módulo es impartido por la persona responsable en la Unidad Administradora del Fondo Social Europeo, esto es, Autoridad de Gestión del FSE.



CURSO: FONDOS ESTRUCTURALES: FEDER



|

CONSEJERÍA DE HACIENDA
C/ José Cantalapiedra, 2. Valladolid
del 23 al 26 de septiembre de 2013

La actuación se ha seleccionada como "buena práctica" en materia de comunicación por el cumplimiento de los siguientes criterios:

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

Para la impartición del curso se utilizan todo tipo de presentaciones dinámicas, ejemplos y también se cuenta con la participación activa de los asistentes al curso, tanto durante la celebración del mismo como a través de un cuestionario final para conocer la valoración de cada asistente al curso. Por lo tanto se trata de una actuación de comunicación activa por parte de los receptores de la misma donde una gran mayoría opinan que el lugar de celebración es adecuado o muy adecuado así como las condiciones de celebración del mismo.

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

Los contenidos del curso están muy dirigidos a los objetivos perseguidos pues se preparan con antelación y detalle además de ser una convocatoria concreta a un público específico. Además, al separar los cursos entre FEDER y FSE, se puede profundizar más en las particularidades de cada fondo.



DIA 26 DE SEPTIEMBRE (JUEVES)



• **MAÑANA:**

9:30 h	MODULO 9. INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD Ponente: : <i>María Angeles Gayoso Rico</i> Dirección General de Fondos Comunitarios. Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas
11:30 h	MODULO 10. LA POLÍTICA DE COHESION EN LA UNION EUROPEA 2014-2020 Ponente: <i>María José Muñoz</i> Subdirector General de Programación Territorial y Evaluación de Programas Comunitarios. Dirección General de Fondos Comunitarios. Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas.
13:30 h	CLAUSURA DEL CURSO Y ENTREGA DE DIPLOMAS

|

□

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

El curso contiene un módulo específico en esta materia, por lo que este criterio está sobradamente y específicamente cumplido.



Fin de la sesión

UNIÓN EUROPEA
FONDO EUROPEO DE
DESARROLLO REGIONAL

DÍA 24 DE SEPTIEMBRE (MARTES)



• **MAÑANA:**

9:30 h **MÓDULO 5. OBSERVANCIA DE OTRAS POLITICAS COMUNITARIAS. "LA PERSPECTIVA DE GENERO EN LAS INTERVENCIONES DEL FEDER 2007-2013".**

Ponente: Marta Castillo Charfolet.
Área de estudios de RED2RED. Asistencia Técnica de la Red de Políticas de Igualdad entre hombres y mujeres 2007-2013.

12:00 h **MODULO 5. OBSERVANCIA DE OTRAS POLITICAS COMUNITARIAS "FONDOS ESTRUCTURALES Y MEDIO AMBIENTE"**

Ponente: Jesús Ángel Díaz Vázquez
Director de Programas. Fundación del Patrimonio Natural de Castilla y León. Miembro de la Red de Autoridades Ambientales

14:00 h Comida

• **TARDE:**

16:00 h **MÓDULO 5. OBSERVANCIA DE OTRAS POLITICAS COMUNITARIAS "NORMAS DE LA COMPETENCIA: AYUDAS PÚBLICAS"**

Ponente: Juan Manuel Contreras
Subdirector adjunto de Relaciones con las AAPP. Dirección de Promoción de la Competencia. Comisión Nacional de la Competencia

19:00 h Fin de la sesión

Los Fondos Estructurales: FEDER.

3

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

Se puede decir que el objetivo de difusión se cumple doblemente, por un lado, se acomete esa labor hacia las personas que asisten al curso y, por otro lado, se estimula a estas personas responsables de la gestión a que en todas sus actuaciones traten de difundir la importancia de los Fondos Estructurales para la ciudadanía más allá del mero cumplimiento de la normativa comunitaria en materia de información y publicidad.

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

La cobertura es máxima pues se trata de una convocatoria específica y dirigida a la población objetivo de la misma, que en este caso son los organismos gestores de Fondos Estructurales. Esto no quita para que esta cobertura se amplíe a través de estos gestores hacia la ciudadanía en su conjunto.

○ **Evidencia de un alto grado de calidad**

La calidad es máxima pues está impartido por personas expertas en cada materia y explícitamente en información y publicidad a través de la Autoridad de Gestión del FEDER y del FSE, responsables del Plan de Comunicación así como de la dinamización de las distintas redes de comunicación existentes. Esto se constata, además, a través de las valoraciones del alumnado que destacan la buena exposición de los temas por parte de los ponentes, que demuestran una buena preparación y un gran control de las materias que imparten, así como el sentido práctico y la operatividad para trabajar sobre el terreno real.



○ **Uso de nuevas tecnologías de la información**

Dentro de las posibilidades que ofrecen este tipo de actuaciones en cuanto al uso de las nuevas tecnologías de la información, señalar que tanto la convocatoria del curso así como los materiales correspondientes al mismo tienen formato electrónico.

☐ **PUBLICACIÓN DE LA COMISIÓN EUROPEA EN SIETE VIDAS DE LA HISTORIA DE UN INVESTIGADOR DE CASTILLA Y LEÓN BENEFICIARIO DEL FONDO SOCIAL EUROPEO**

Las actividades del Fondo Social Europeo en Castilla y León comprenden un capítulo consagrado a la formación en el ámbito de la investigación, el desarrollo y la innovación. Dicho capítulo permite a jóvenes investigadores contribuir a aumentar el potencial investigador de la región, que se ve igualmente favorecida por la cofinanciación de actividades de creación de redes entre universidades, centro de investigación y empresas.

Por otra parte, la publicación "Siete Vidas" muestra los proyectos del Fondo Social Europeo, que siendo extraordinariamente variados en su naturaleza, magnitud y objetivos, se dirigen a amplios y diferentes sectores de la población: solicitantes de empleo jóvenes y de edad avanzada, estudiantes, emprendedores en ciernes...



Gracias a las actividades del Fondo Social Europeo en Castilla y León, se ha conseguido que en la publicación "Siete Vidas", se incluya la historia y testimonio de Carlos, un investigador en biología clínica que se ha beneficiado de la ayuda del Fondo Social Europeo para su proyecto profesional.



Se considera esta actuación como buena práctica de comunicación por el cumplimiento de los siguientes criterios:

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

El uso de recursos innovadores es patente en todos los aspectos, pues es una publicación novedosa, al incluir viñetas explicativas de la actuación y así mismo conlleva una coordinación entre diferentes agentes implicados en el Programa Operativo del FSE.

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

Es claro que los contenidos de la publicación se adecúan al máximo a los objetivos perseguidos, que es destacar la importancia que tiene el Fondo Social Europeo en la mejora de la calidad de vida así como en la materialización de los proyectos profesionales.

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

Se cuida mucho en la publicación el uso de un lenguaje adecuado, así como las personas protagonistas de Siete Vidas, al margen del investigador de Castilla y León, son en su mayoría mujeres. Por estos motivos se considera que se cumple la incorporación de criterios de igualdad de oportunidades.

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

Esta publicación se adecúa al objetivo general de difusión de Fondos Europeos y en particular, del Fondo Social Europeo a través de su inclusión en la página web <http://ec.europa.eu/esf/home.jsp?langId=es> y de su envío a los organismos implicados en la gestión de los Programas Operativos para su posterior distribución entre los beneficiarios.

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

Ligado al criterio anterior, se considera cumplido este criterio, pues la cobertura sobre la población objetivo es máxima, pues su inclusión en la web citada hace que tenga una visibilidad no solo regional ni nacional, sino también a nivel de la Unión Europea.

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

Es evidente el alto grado de calidad pues en esta publicación está implicada una necesaria coordinación con los distintos protagonistas, así como una homogeneidad en las historias que las hacen cercanas a la ciudadanía, tanto en el contenido como en el formato, pues el lenguaje es sencillo y muy humano.

The screenshot shows the website for the European Social Fund (Fondo Social Europeo). At the top, there is a navigation bar with the text 'FONDO SOCIAL EUROPEO' and 'Comisión Europea'. Below this, there are four main menu items: 'ACERCA DEL FSE', 'CAMPOS DE ACTIVIDAD', 'APOYO EN SU PAÍS', and 'MÁS INFORMACIÓN'. The main content area features a large blue banner with the title 'EDUCACIÓN MÁS COMPLETA'. To the left of the banner are three vertical images: a person in a dark hood, a person in a white coat, and a person in a white coat. The banner text includes:

- Invertir en los sistemas de educación y formación
 - Reducir el abandono escolar
- Mejorar el acceso y la calidad de la enseñanza superior
 - Promover el aprendizaje permanente
- Una educación adecuada al mercado de trabajo

 To the right of the banner is a search box labeled 'Búsqueda por texto' and a section titled 'Fondo Social Europeo' with the text: 'Cada año, el FSE ayuda a millones de europeos a adquirir nuevos conocimientos y a encontrar mejores trabajos. En definitiva, a mejorar sus vidas. Conozca el FSE: lo que hace, la clase de ayuda que ofrece y a quién beneficia.' Below this is a small graphic with the text 'European Social Fund. Investing In Your Future' and the URL 'ec.europa.eu/esf'. Below the banner are two columns of news items:

- Destacado**
 - Los resultados de la primera encuesta sobre cualificaciones de los adultos podrían orientar las prioridades del FSE para el periodo 2014-2020. El 8 de octubre la Comisión Europea, conjuntamente con la OCDE, publicó...
 - Commission approves Croatia's plan for EU cohesion policy investment. The European Commission has today approved Croatia's investment plan to use EU...
- El FSE en noticias**
 - 18/10/2013 IT for justice
 - 18/10/2013 Enterprise Estonia, Export Estonia
 - 18/10/2013 My Polish dream
 - 10/10/2013 An informal approach

 At the bottom right, there is a section titled 'MI HISTORIA' with a grid of small portraits of people.

○ **Uso de nuevas tecnologías de la información**

El diseño, la maquetación, así como la visualización de la publicación en formato de libro, donde se pueden ir pasando las páginas constata el uso de las nuevas tecnologías de la información, además de poder descargarse fácilmente de la propia web. Además, la navegación por esta publicación es ágil y sencilla, muestra de un formato pensado para cualquier persona interesada en leer los contenidos.

9.2.2. BUENAS PRÁCTICAS DE ACTUACIONES COFINANCIADAS

Se presenta la siguiente buena práctica de actuación cofinanciada que, previamente se ha señalado como buena práctica de comunicación:

☐ **Curso de Fondos Estructurales**

Con carácter anual, se celebran dos cursos Formativos, uno para FEDER y otro para FSE sobre la política de Cohesión y la programación en el periodo 2007-2013, los Programas Operativos de Castilla y León 2007-2013, su gestión, seguimiento y control. Estos cursos están dirigidos al personal de la Administración Autónoma y Administración Local de la Comunidad Autónoma de Castilla y León, con competencias en la gestión de los Programas Operativos.



**CURSO:
FONDOS ESTRUCTURALES:
FSE**



**CONSEJERÍA DE HACIENDA
C/ José Castañapiedra, 2, Valladolid
del 30 al 3 de octubre de 2013**



DIA 30 DE SEPTIEMBRE (LUNES)

- **MAÑANA**
- 9:30 h Recepción de participantes y entrega de documentación
PRESENTACIÓN DEL CURSO
Coordinadora del curso: Francisca de la Fuente López, Técnico Asesor del Servicio de Fondos Europeos, Dirección General de Presupuestos y Estadística, Consejería de Hacienda, Junta de Castilla y León.
- 10:00 h **MÓDULO 1. EL PRESUPUESTO DE LA UNIÓN EUROPEA. LA POLÍTICA DE COHESIÓN. LA PROGRAMACIÓN DE LOS FONDOS EUROPEOS EN EL PERÍODO 2007-2013.**
Ponente: *Francisca de la Fuente López*, Técnico Asesor en el Servicio de Fondos Europeos, Dirección General de Presupuestos y Estadística, Consejería de Hacienda, Junta de Castilla y León.
- 12:00 h **MÓDULO 2. EL PROGRAMA OPERATIVO FSE DE CASTILLA Y LEÓN 2007-2013.**
Ponente: *Santiago Touya García*, Director de Programa FSE, Dirección General de Presupuestos y Estadística, Junta de Castilla y León.
- 14:00 h Comida
- **TARDE:**
- 16:00 h **MÓDULO 3. SEGUIMIENTO FINANCIERO EN LA GESTIÓN DEL FSE.**
Ponente: *Santiago Touya García*, Director de Programa FSE, Dirección General de Presupuestos y Estadística, Junta de Castilla y León.
- 17:00 h. **MÓDULO 4. CONTROL FINANCIERO DE LAS AYUDAS FSE**
Ponente: *Felipe García Hernáiz*, Servicio de Control Financiero de la Admón. General, Intervención General, Consejería de Hacienda, Junta de Castilla y León.
- 19:00 h Fin de la sesión

Los Fondos Estructurales: FSE 1

Los Fondos Estructurales: FSE 2

La duración de cada curso (FEDER y FSE) es de 27 horas lectivas y su contenido es el siguiente:

- El Presupuesto de la Unión Europea, la Política de Cohesión, la Programación de los Fondos Europeos en el período 2007-2013.
- El Programa Operativo FEDER/FSE de Castilla y León 2007-2013
- Seguimiento financiero en la gestión del FEDER/FSE
- La Autoridad de certificación. La subvencionabilidad del gasto
- Sistemas de gestión y control
- El Control Financiero del FEDER/FSE
- Evaluación en los Programas Operativos FEDER/FSE
- Información y Publicidad
- Observancia de otras Políticas Comunitarias
- Normas de la Competencia: Ayudas Públicas
- Fondos Estructurales y Medio Ambiente.
- La Perspectiva de Género en las intervenciones FEDER
- La futura política de cohesión en la Unión Europea 2014-2020

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

- **Elevada difusión entre los beneficiarios, beneficiarios potenciales y el público en general.**
La celebración de estos cursos se ha identificado como buena práctica de comunicación, siendo convenientemente difundida entre todos los organismos beneficiarios y de forma indirecta, sobre el público en general.

- **Incorporación de elementos innovadores.**

En la última edición de estos cursos ya se incorporan elementos referidos a la futura política de cohesión en la Unión Europea de cara al próximo periodo 2014-2020. Así mismo, estos cursos han ido evolucionando y adaptando sus contenidos a las novedades producidas en el actual período de programación.

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

A través del análisis de las respuestas a los cuestionarios que se realizan al alumnado, se constata que los resultados que se obtienen con los cursos se adecúan a los objetivos previamente establecidos ya que el alumnado considera que el curso es adecuado para poder tener conocimiento tanto del presente como del futuro en la gestión y evaluación del FEDER y del FSE. Por otro lado, y a través de la evaluación de los Programas Operativos se aprecian cada vez un número menor de incidencias en la gestión, lo que se puede atribuir en gran parte al desarrollo y contenidos de estos cursos.

 Junta de Castilla y León Consejería de Hacienda Dirección General de Presupuestos y Estadística	 Europa Impulsa nuestro crecimiento	 UNIÓN EUROPEA FONDO SOCIAL EUROPEO	 Junta de Castilla y León Consejería de Hacienda Dirección General de Presupuestos y Estadística	 Europa Impulsa nuestro crecimiento	 UNIÓN EUROPEA FONDO SOCIAL EUROPEO
DÍA 1 DE OCTUBRE (MARTES)			DÍA 2 DE OCTUBRE (MIÉRCOLES)		
<ul style="list-style-type: none"> • MAÑANA: 			<ul style="list-style-type: none"> • MAÑANA: 		
9:30 h	1h	MÓDULO 5. LA SUBVENCIÓNABILIDAD DEL GASTO FSE Ponente: Francisco José Hermosilla Huilamo , Unidad Administradora del FSE, Ministerio de Empleo y Seguridad Social.	9:30 h	1h	MÓDULO 8. SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL Ponente: Jufo Espina Adienza Unidad Administradora del FSE (UAFSE), Ministerio de Empleo y Seguridad Social.
14:00 h	Comida		11:30 h	1h	MÓDULO 9. "LA PERSPECTIVA DE GÉNERO EN LAS INTERVENCIONES DEL FSE 2007-2013". OBSERVANCIA DE OTRAS POLÍTICAS COMUNITARIAS Ponente: María Castillo Charrolet , Área de estudios de REDRED Consultores, Asistencia Técnica de la Red de Políticas de Igualdad entre hombres y mujeres 2007-2013.
<ul style="list-style-type: none"> • TARDE: 			<ul style="list-style-type: none"> • TARDE: 		
16:00 h	1h	MÓDULO 6. "FONDOS ESTRUCTURALES Y MEDIO AMBIENTE" OBSERVANCIA DE OTRAS POLÍTICAS COMUNITARIAS Ponente: Jesús Ángel Díaz Vázquez Director de Programas, Fundación del Patrimonio Natural de Castilla y León, Miembro de la Red de Autoridades Ambientales	14:00 h	Comida	
17:30 h	1h	MÓDULO 7. LA EVALUACIÓN EN LOS PO FSE 2007-2013. Ponente: Ricardo Pedraz González Director de Área REDRED CONSULTORES Responsables de las tareas relacionadas con el seguimiento y la evaluación de las acciones cofinanciadas por el PO FSE de Castilla y León 2007-2013.	16:00 h	1h	MÓDULO 10. "NORMAS DE LA COMPETENCIA: AYUDAS PÚBLICAS". OBSERVANCIA DE OTRAS POLÍTICAS COMUNITARIAS. Ponente: Juan Manuel Contreras Subdirector adjunto de Relaciones con las AAPP, Dirección de Promoción de la Competencia, Comisión Nacional de la Competencia.
19:00 h	Fin de la sesión		19:00 h	Fin de la sesión	
Los Fondos Estructurales: FSE			Los Fondos Estructurales: FSE		
3			4		

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

Como se ha señalado en el criterio anterior, son cada vez menos los problemas derivados de la gestión, seguimiento, evaluación y control de los Programas Operativos y, por otro lado, las actuaciones cada vez están más dirigidas y centradas al desarrollo de la Comunidad Autónoma de Castilla y León en los diferentes ámbitos de actuación de los Programas Operativos debido, entre

otras cosas, a los conocimientos adquiridos por lo organismos gestores al recibir estos cursos con carácter anual unido, claro está, a la experiencia que cada uno de ellos acumula ya en el presente período de programación.

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

Este criterio se cumple sobradamente, pues recae de forma inicial sobre los beneficiarios así como también recae claramente, aunque de forma algo más indirecta, sobre la población en general.

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

Se cumple sobradamente este criterio a través de la inclusión en el programa e impartición de los módulos específicos tanto de medio ambiente como de igualdad de oportunidades.

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

Por último, en lo que respecta a este criterio, señalar que se contemplan estas sinergias a través de módulos dirigidos específicamente a la observancia de otras políticas comunitarias como Medio Ambiente, Perspectiva de Género y Normas de la Competencia: ayudas públicas.



DÍA 3 DE OCTUBRE (JUEVES)

• **MAÑANA:**

9:30 h	MÓDULO 11. INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD Ponente: <i>Mª José Gil Serrano</i> Unidad Administradora del Fondo Social Europeo (UAFSE) Ministerio de Empleo y Seguridad Social.
11:30 h	MÓDULO 12. EL FUTURO DEL FSE EN LA POLÍTICA DE COHESIÓN DE LA UNIÓN EUROPEA 2014-2020. Ponente: <i>Guzmán García</i> Unidad Administradora del FSE (UAFSE), Ministerio de Empleo y Seguridad Social.
13:30 h	CLAUSURA DEL CURSO Y ENTREGA DE DIPLOMAS

■ **Reunión informativa del OI hacia los organismo gestores de los Programas Operativos FEDER y FSE**

El Organismo Intermedio convoca a los responsables de la gestión y control de los gastos cofinanciados con el FEDER y el FONDO DE COHESIÓN, así como del FSE de la Administración de la Comunidad Autónoma de Castilla y León, del periodo de Programación 2007-2013, con el objetivo de informar sobre temas importantes relacionados con la gestión de los Fondos Europeos así como, en otras ocasiones, sobre el CONTENIDO DEL DICTAMEN Y DEL INFORME DE CONTROL DE LA ANUALIDAD correspondiente.



Así, esta reunión informativa se puede considerar una buena práctica de actuación cofinanciada por el cumplimiento de los siguientes criterios:

- **Elevada difusión entre los beneficiarios, beneficiarios potenciales y el público en general.**
La celebración de estas reuniones se ha difundido convenientemente entre todos los organismos beneficiarios y de forma indirecta, sobre el público en general y los beneficiarios potenciales.
- **Incorporación de elementos innovadores.**
Esta reunión tiene un carácter muy participativo y de puesta en común de posibles incidencias en las distintas materias que envuelven la ejecución de los Programas Operativos. De esta forma, se trata de hacer partícipes a todos los organismos gestores en los aspectos relevantes y no sólo en lo que atañe a cada uno, sirviendo de intercambio de experiencias para la mejora de cara al siguiente período de programación. Además, en estas reuniones ya se incorporan elementos referidos a la futura política de cohesión en la Unión Europea de cara al próximo periodo 2014-2020.
- **Adecuación de los resultados obtenidos a los objetivos establecidos.**
Analizando el contenido de estas reuniones informativas así como sus actas se observa que se adecúan perfectamente a los objetivo perseguidos, como son la mejora de la calidad en la ejecución todas las actuaciones conozcan la normativa que regula sus actuaciones así como sus funciones y resposiabilidades, consiguiendo una gestión eficaz.

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

Como se ha señalado en el criterio anterior, son cada vez menos los problemas derivados de la gestión, seguimiento, evaluación y control de los Programas Operativos y, por otro lado, las actuaciones cada vez están más dirigidas y centradas al desarrollo de la Comunidad Autónoma de Castilla y León en los diferentes ámbitos de actuación de los Programas Operativos debido, entre otras cosas, a los conocimientos adquiridos por los organismos gestores al celebrarse estas reuniones con carácter anual unido, claro está, a la experiencia que cada uno de ellos acumula ya en el presente período de programación.



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

El grado de cobertura es máximo pues abarca a todos los organismos gestores implicados en el desarrollo de los Programas Operativos y en las actuaciones que en se ejecutan en el marco de los mismos.

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

Se observa un cuidado en la incorporación del criterio horizontal de igualdad de oportunidades en la medida en que la actuación lo permite, esto es, tanto en el lenguaje de comunicación utilizado como en la redacción del acta de la reunión y en la participación igualitaria entre hombres y mujeres.



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

Por último, en lo que respecta a este criterio, señalar que esta actuación no es una actuación aislada sino que se incluye dentro de las labores de información a los gestores así como en el conjunto de las actividades que lleva a cabo la Dirección General de Presupuesto y Estadística en el desarrollo de sus funciones como Organismo Intermedio y con el objetivo de mejorar la gestión de los Programas Operativos, teniendo en cuenta la política de calidad en la que se encuentra certificado el Organismo Intermedio.