

RegioPlus Consulting



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE ECONOMÍA
Y HACIENDA

SECRETARÍA DE ESTADO DE
HACIENDA Y PRESUPUESTOS
SECRETARÍA GENERAL DE
PRESUPUESTOS Y GASTOS
DIRECCIÓN GENERAL DE
FONDOS COMUNITARIOS



XUNTA DE GALICIA
CONSELLERÍA DE FACENDA



UNIÓN EUROPEA

FONDO EUROPEO DE
DESENVOLVEMENTO REXIONAL
"Unha maneira de facer Europa"

Evaluación Final del Plan de Comunicación del Programa Operativo FEDER Galicia 2007-2013

Índice

1. METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN	1
1.1. Diseño técnico de la evaluación	2
1.2. Métodos y técnicas utilizadas.....	4
1.3. Valoración de lo anterior	8
2. ANÁLISIS DEL SEGUIMIENTO Y APLICACIÓN DE LAS RECOMENDACIONES REALIZADAS EN LA EVALUACIÓN INTERMEDIA DE 2010	9
3. ANÁLISIS DEL AVANCE EN EL DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN.....	18
3.1. Principales avances conseguidos respecto a la Pertinencia del Plan	18
3.2. Principales avances conseguidos respecto a la validez y consistencia interna del Plan.....	23
3.3. Adecuación de la dotación de los medios económicos, humanos y técnicos asignados a las tareas de comunicación de los Fondos	25
3.4. Consideración del Principio de Igualdad de Oportunidades en la Estrategia de Comunicación	27
4. ANÁLISIS DE LA APLICACIÓN DE LAS MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD.....	29
4.1. Avances en la ejecución de las medidas.....	31
4.2. Integración de las actividades de información y publicidad en los informes anuales de ejecución.....	45
4.3. La repercusión de los sistemas de seguimiento en la calidad de la ejecución de las medidas.....	47
5. EVALUACIÓN DE LAS INCIDENCIAS DETECTADAS EN EL PROCESO DE VERIFICACIÓN PREVIA CON RELACIÓN A LOS ASPECTOS DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD. PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS A PARTIR DE UNA MUESTRA DE OPERACIONES	54
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.....	57
7. ANÁLISIS DEL IMPACTO: LOGROS Y DESAFÍOS DE LAS ACTIVIDADES EN MATERIA INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD	60
8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES: PROPUESTAS PARA MEJORAR LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DE LOS FONDOS ESTRUCTURALES 2014- 2020	70

9. BUENAS PRÁCTICAS.....	75
9.1. Valoración de las Buenas Prácticas de Comunicación ya identificadas	75
9.2. Valoración de las Buenas Prácticas de Actuaciones Cofinanciadas ya identificadas	82
9.3. Identificación adicional de Buenas Prácticas.....	87

1. METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN

Facilitar información acerca de las acciones de la Unión Europea en los Estados miembros es una garantía de buena utilización del dinero público. Por vez primera, la normativa sobre los Fondos Estructurales impone la aplicación de un Plan de Comunicación en relación con las intervenciones estructurales. De esta forma, la gestión de las actividades de información y publicidad ha adquirido una importancia creciente en este nuevo período de programación.

En concreto, la sección primera del Capítulo II del Reglamento (CE) Nº 1828/2006, de 8 de diciembre, de la Comisión, determina las disposiciones relativas a las actividades de información y publicidad que deben llevar a cabo los Estados Miembros en relación con las intervenciones de los Fondos Estructurales. Esta normativa ha representado un avance sustancial respecto a la programación precedente del período 2000-2006, incrementando más aún su nivel de exigencia y precisión.

En respuesta a ello, la Dirección Xeral de Proxectos e Fondos Europeos(Consellería de Facenda) de la Xunta de Galicia, en colaboración con la Dirección General de Fondos Comunitarios (DGFC) del Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas (MHyAP), ha elaborado un Plan de Comunicación para el Programa Operativo (PO) regional del FEDER.

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

Con él, se pretende aumentar el conocimiento que tiene la población en general sobre la UE y los Fondos Estructurales, ya que, como se señala en el considerando del Reglamento (CE) Nº 1828/2006, *“los ciudadanos de la Unión Europea no están suficientemente informados del papel que desempeña la Comunidad en los programas de financiación destinados a reforzar la competitividad económica, crear puestos de trabajo y fortalecer la cohesión interna”*.

Esta *“falta de comunicación”* entre la Unión Europea y sus ciudadanos no es nueva: ha sido objeto de discusión en los círculos de la UE al menos desde los referendos que precedieron a la entrada en vigor del Tratado de Maastricht en 1992. En un intento de llenar los vacíos comunicativos existentes y de potenciar la integración de los ciudadanos con la marca “Europa”, la Comisión Europea puso en marcha el *Libro Blanco de la Comunicación* bajo el título “Comunicar Juntos Europa”.

Entre las soluciones que plantea para disminuir esta brecha entre los ciudadanos y los responsables políticos está ofrecer una mejor comunicación, no sólo desde las instituciones comunitarias, sino también desde los poderes públicos nacionales, regionales y locales. En consecuencia, la comunicación ha pasado a ser un factor imprescindible para el éxito de los Programas y una parte integrante de los mismos para todos los agentes comprometidos en el desarrollo de la Política de Cohesión.

Esto explica que la gestión del PO FEDER de Galicia 2007-2013 integre diversas acciones de visibilidad de las actuaciones previstas. La garantía de la realización de tales actuaciones recae, tanto sobre la Autoridad de Gestión, como sobre los Organismos Intermedios y órganos gestores del PO y los propios beneficiarios. Sólo así será posible ofrecer a la ciudadanía gallega una mayor transparencia, garantizando una amplia información sobre la dimensión que tiene la Política Regional y los Fondos Estructurales en su territorio, así como de las posibilidades concretas que les brinda.

Pero, no sólo la puesta en marcha de dichas actuaciones, sino también su seguimiento y evaluación, deben ser, como la del resto de ámbitos de gestión, especialmente cuidados. En este sentido, la evaluación de los Planes de Comunicación tiene por objeto valorar el grado de consecución de los objetivos estratégicos del mismo, esto es, medir la eficacia de las medidas de comunicación emprendidas. Como señala el artículo 4.2.c del citado Reglamento (CE) Nº 1828/2006, es necesario *“... que se evalúen los resultados de las medidas de información y publicidad en cuanto al grado de visibilidad y concienciación de los Programas Operativos, así como del papel desempeñado por la Comunidad”*.

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

1.1. DISEÑO TÉCNICO DE LA EVALUACIÓN

El diseño técnico de la evaluación de los Planes de Comunicación se ha realizado por las Autoridades de Gestión de las intervenciones estructurales en España. Ello se debe a que la Comisión Europea no ha proporcionado unas orientaciones indicativas específicas sobre la metodología de evaluación a aplicar. Su papel, en este sentido, se ha limitado a la publicación en su página Web de unas fichas metodológicas orientativas para la evaluación de las actuaciones de información y publicidad en el período de programación

2007-2013 y de una serie de documentos e informes de trabajo con la finalidad de que puedan constituirse como referencia para los países miembros¹.

En consecuencia, el Estado español ha sido el que ha establecido el desarrollo y la aplicación práctica de los principios a seguir respecto a la evaluación de la comunicación de los Fondos Estructurales. De esta forma, la Red de Responsables de Información y Publicidad (GERIP), en la que están representadas todas las Comunidades Autónomas, bajo la coordinación de la Autoridad de Gestión, ha sido el instrumento a través del cual se ha decidido el alcance, contenido y objetivos de las evaluaciones de comunicación.

Dicha Red aprobó la *Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER*, Fondo de Cohesión y FSE 2007-2013, elaborada por la DGFC, con la colaboración de la UAFSE. Para la presente evaluación final, el GERIP acordó incluir algunas consideraciones a tener en cuenta al objeto de elevar la utilidad de la misma, como el análisis de las recomendaciones efectuadas por la evaluación intermedia, un enfoque comparado de los resultados respecto al período 2007-2010 y la valoración de las buenas prácticas identificadas hasta la fecha.

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

- + Los objetivos de los Planes de Comunicación, es decir, visibilidad del Programa Operativo y concienciación de la ciudadanía acerca del papel que Europa juega, a través de la aplicación de la Política Cohesión, en la mejora de su calidad de vida.
- + El alcance de la misma a los grupos objetivo de las actuaciones de comunicación, es decir, los beneficiarios, los beneficiarios potenciales y el público en general.
- + El principio de proporcionalidad (conforme al artículo 4.3 del Reglamento (CE) Nº 1083/2006 del Consejo, por el que se establecen las disposiciones generales relativas al Fondo Europeo de Desarrollo Regional, al Fondo Social Europeo y al Fondo de Cohesión, y el Reglamento (CE) Nº1080/2006 del Parlamento Europeo y del Consejo de 5 de julio de 2006 relativo al Fondo Europeo de Desarrollo Regional y por el que se deroga el Reglamento (CE) Nº 1783/1999.

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

Su diseño se ha organizado en dos grandes fases: la elaboración de los indicadores de seguimiento y evaluación para que éstos se incluyesen y cuantificasen en los Planes de Comunicación, que debían ser aceptados por la Comisión Europea y el establecimiento de la metodología y criterios de evaluación a aplicar.

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

El **horizonte temporal** que abarca la presente evaluación comprende las medidas y actuaciones ejecutadas entre el 1 de enero de 2010 y el 10 de septiembre de 2013. El análisis de dicho período permitirá completar, así, el ya examinado en la evaluación intermedia, que comprendía el primer cuatrienio de aplicación de los fondos (2007-2010), cubriendo la totalidad del actual período de programación. Con ello se pretende, por tanto, extraer conclusiones referidas también al conjunto del período 2007-2013.

1.2. MÉTODOS Y TÉCNICAS UTILIZADAS

a) *Sistema de indicadores*

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

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

- + **Diseño:** los indicadores de seguimiento y evaluación han sido homogeneizados en su definición, de acuerdo con el Anexo 2 de la *Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER, Fondo de Cohesión y FSE 2007-2013*, atendiendo a las actividades de información y publicidad que se incluyen en cada uno de los Planes de Comunicación aceptados por la Comisión y el ámbito de actuación de los mismos (la evaluación no está vinculada al Programa Operativo y/o Fondo).
- + **Tipología:** los indicadores se dividen en indicadores de realización y de resultado. En relación con la estimación de los valores a alcanzar por cada uno de los indicadores se

ha consensuado que se realice a 2013 y se consideren las actividades ejecutadas por los responsables de los Planes de Comunicación y por los Organismos Intermedios beneficiarios y/o gestores del/los Programas Operativos a los que en ellos se haga referencia.

A ellos se unen los indicadores de impacto estimados a partir del trabajo de campo realizado en los procedimientos de evaluación. Éstos permiten medir los efectos o consecuencias más a largo plazo de las actuaciones en materia de información y publicidad y si esos efectos son atribuibles a dichas intervenciones.

En la selección de estos indicadores se ha tenido en cuenta la claridad en su delimitación, la sencillez en su aplicación y la representatividad en cuanto a los objetivos que pretende la propia evaluación. Con ellos se trata de recoger, en aquellas actuaciones dirigidas a los aspectos más directamente ligados con la información, el grado de transparencia requerida para lograr la selección de las mejores actuaciones posibles a cofinanciar a través de la Política de Cohesión.

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

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

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

- + Grado de conocimiento de los distintos Fondos Estructurales y del Fondo de Cohesión.
 - + Grado de conocimiento del papel desempeñado por la Unión Europea.
- + **Proporcionalidad:** La evaluación de las actividades de información y publicidad y de los documentos asociados para apreciar la coherencia, eficacia e impacto de la estrategia de comunicación ha respetado el principio de proporcionalidad. De esta forma, el alcance de la presente evaluación es el apropiado para avanzar en la consecución de los objetivos fijados para la misma en la citada Guía Metodológica.

b) Análisis Documental

El análisis documental ha permitido llevar a cabo el examen del marco de referencia relativo a las actuaciones en materia de Información y Publicidad. Se han consultado, de esta forma, los documentos de referencia en este ámbito, como el Reglamento (CE) Nº1828/2006, las sucesivas versiones del Plan de Comunicación del PO FEDER 2007-2013 de Galicia, la documentación emitida por las redes de comunicación europeas, nacionales y regionales existentes, la información de seguimiento (actividades de comunicación registradas en INFORM, Informes Anuales de Ejecución, buenas prácticas, etc.), Manuales de Procedimientos y guías específicas de información y publicidad.

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

c) Entrevistas

Se han llevado a cabo entrevistas, tanto directas, como realizadas a través de cuestionarios. Estas entrevistas han sido una herramienta importante para la obtención de información cuantitativa y cualitativa, permitiendo cruzar dicha información con la obtenida de los indicadores de evaluación. De esta forma, se ha podido profundizar en la estimación de 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 las Autoridades de Gestión, al Organismo Intermedio de la Xunta de Galicia (Dirección Xeral de Proxectos e Fondos Europeos) y a otros organismos en su calidad de beneficiarios y/o gestores de los fondos, con la finalidad de obtener información ligada con las propias medidas de comunicación llevadas a cabo, y con la repercusión de la información en la mejora de la propia gestión de los Fondos. Asimismo, se han realizado entrevistas a beneficiarios privados de las ayudas comunitarias, que han permitido también recoger su visión respecto a la información y publicidad de la ayuda comunitaria.

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

d) Grupos de Discusión

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

En ellos han participado los distintos tipos de agentes implicados en la gestión y desarrollo de las actuaciones en materia de información y publicidad.

En concreto, se han celebrado dos mesas redondas: sensibilización y concienciación de la ciudadanía, en la que se han analizado los canales, instrumentos, objetivos cubiertos, y principales obstáculos y éxitos identificados en el desarrollo de las tareas de comunicación; y accesibilidad y calidad en la formación e información proporcionada en materia de Información y Publicidad a beneficiarios potenciales.

e) Encuestas a la población

La evaluación ha dado lugar a un proceso de encuestación a la población gallega con el objetivo de contrastar si el público en general está concienciado del papel que la UE juega en la mejora de su calidad de vida. El colectivo investigado está constituido por las personas mayores de 15 años residentes en todo el territorio regional. La realización de estas encuestas ha permitido estimar los dos indicadores de impacto relativos al grado de conocimiento del FEDER y el FSE, así como del papel desempeñado por la Unión Europea.

El diseño muestral se ha realizado mediante una estratificación por regiones, con el fin de contribuir a la obtención de resultados a nivel nacional. El tamaño de la muestra teórica total se ha situado en 16.000 unidades. Para proceder a la afijación de las unidades en cada una de las distintas Comunidades y Ciudades Autónomas y en aras de respetar el principio de proporcionalidad se han establecido dos grupos independientes, en función de la pertenencia de cada uno de ellas al Objetivo Convergencia (Convergencia pura y Phasing-out) o al Objetivo de Competitividad (Competitividad pura y Phasing-in).

Para decidir el tamaño de la muestra en cada grupo se ha conciliado el montante de fondos europeos a percibir en el período de programación 2007-2013 y la población residente en las Comunidades y Ciudades Autónomas incluidas en cada grupo. Finalmente, los tamaños fueron de 9.000 y 7.000 unidades respectivamente. En ambos grupos se ha realizado la afijación mediante un criterio de compromiso entre la afijación uniforme y la proporcional. En el caso de Galicia, las unidades de la muestra son 1.307.

El nivel de confianza para el que se ha efectuado la encuesta es del 95%, considerando la estimación de proporciones en la peor de las hipótesis ($P=Q=0,5$).

1.3. VALORACIÓN DE LO ANTERIOR

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

Con tales fines, la selección de los métodos y técnicas a aplicar responde al propio diseño de evaluación adoptado en la *Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER, Fondo de Cohesión y FSE 2007-2013*. Todo ello ha facilitado la adopción de un enfoque centrado sobre los puntos fundamentales que debe atender la evaluación, al objeto, por un lado, de estudiar los logros conseguidos en los diversos ámbitos considerados respecto a los alcanzados hasta 2010, y, por otro, de propiciar la obtención de un valor añadido de cara a mejorar la estrategia de comunicación en el horizonte 2020.

A este respecto, las herramientas de evaluación diseñadas y los mecanismos de obtención y análisis de datos han permitido sustentar las valoraciones finales. Ello permite concluir la adecuación de la metodología para contestar, con las máximas garantías, las preguntas de evaluación y, por otro, la idoneidad de las técnicas formuladas para contribuir a la apreciación del desempeño del Plan respecto a su eficacia e impacto.

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

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*” señalaba la relevancia de las recomendaciones como un elemento básico para la obtención de “la máxima eficiencia de los Planes de Comunicación”. Así, se determinaba que en el supuesto de que las conclusiones de la evaluación pusiesen en relieve deficiencias en la planificación o ejecución de los Planes de Comunicación deberían realizarse las recomendaciones de mejora oportunas.

En respuesta a ello, la Informe de Evaluación Intermedia del Plan de Comunicación del PO FEDER de Galicia 2007-2013, recogió en su capítulo 7 las principales conclusiones y recomendaciones derivadas de los análisis efectuados en los ámbitos de *la adecuación y pertinencia de la estrategia de comunicación, la calidad de la ejecución y el seguimiento y una descripción de la situación a fecha de cierre del informe de evaluación, así como la estimación de las expectativas de cumplimiento de la planificación realizada*. Éstas ascienden a un total de once.

Dichas recomendaciones constituyen el punto de partida del presente procedimiento de evaluación, en tanto su estudio permite determinar la medida en que las debilidades detectadas han generado una respuesta por parte de los organismos responsables y el grado en que dicha respuesta ha tenido un impacto efectivo, es decir, la medida en el que han contribuido a la resolución del déficit señalado.

El ejercicio se ha sustentando en el **principio de partenariado** tanto en la fase de concreción de las definiciones como en la posterior de valoración del cumplimiento de las mismas.

Así, quedó ampliamente garantizado en el procedimiento de Evaluación Intermedia a través de la participación de los órganos gestores y los organismos económicos y sociales en las diferentes vías instrumentadas para la obtención de información cuantitativa y, sobre todo, cualitativa (entrevistas a órganos gestores de la Xunta de Galicia, corporaciones locales y organismos de la Administración General del Estado (AGE); entrevistas a empresas privadas receptoras de ayuda FEDER en el período 2007-2010 y grupos de discusión).

Además, una vez finalizado el informe de evaluación se divulgaron los resultados obtenidos a través de la web de la Planificación y Fondos de la Consellería de Facenda de la Xunta de Galicia (<http://www.conselleriadefacenda.es/export/sites/default/Economia/>

Biblioteca/Documentos/Area_Planificacion_Economica/Inf_EV_PLAN_COMUN_PO_FEDER_GA_07-13_25_04_11.pdf).

Por su parte, la evaluación de la atención a las recomendaciones ha contado, asimismo, con la participación de los agentes implicados, atendiéndose a tales cuestiones en las entrevistas realizadas a la Autoridad de Gestión, el Organismo Intermedio Regional, pero también a una representación significativa de los órganos gestores del Programa.

A partir de esta información de base, los análisis puestos en marcha en este aspecto por el equipo evaluador parten de la constancia de que el seguimiento de las recomendaciones, el conocimiento en el transcurso del tiempo de su aplicación y los resultados obtenidos como consecuencia de la misma, permitirán tener un conocimiento real de las mejoras introducidas y, en caso de considerarse necesario, contar con la posibilidad de introducir nuevos cambios en las distintas áreas.

En líneas generales, las **conclusiones de la Evaluación Intermedia** apuntan la existencia de una estrategia pertinente y coherente que responde a las necesidades de los diferentes grupos destinatarios. Su implementación en el período 2007-2010 permitió avanzar en la consecución de los objetivos marcados en el Plan de Comunicación. No obstante, se recogen **once recomendaciones o posibilidades de mejora** orientadas a mejorar la eficiencia del Plan de Comunicación.

Éstas han sido **clasificadas** en base a tres criterios directamente vinculados con los objetivos que las determinaron: la mejora en la ejecución y seguimiento de las medidas de información y publicidad; la mejora de los procedimientos de gestión relacionados con las obligaciones de comunicación; y la mejora de los resultados e impactos de las medidas de información y publicidad.

En este marco, se observa una preeminencia de las recomendaciones orientadas a la mejora de **resultados e impactos**. En concreto son cinco las identificadas (es decir, el 45,5% del total). Éstas aluden a la conveniencia de orientar en mayor medida las actuaciones de comunicación a la puesta en valor de los resultados derivados de las actuaciones cofinanciadas; adaptar tanto el mensaje como los instrumentos a los colectivos destinatarios con mayores deficiencias de información (población joven y población femenina); así como dar una mayor visibilidad al eslogan: *“Una manera de hacer Europa”*.

Por su parte, **las recomendaciones orientadas a la ejecución y el seguimiento** representan un 36,4% del total de las realizadas por el equipo evaluador. De forma específica éstas inciden en la conveniencia de realizar un seguimiento continuado y detallado de los indicadores en los que se preveían problemas, así como de los órganos gestores en los que

se detectaron incidencias en la ejecución; y la necesidad de continuar dando formación a los responsables de la gestión de fondos en materia de comunicación.

En la práctica, estas recomendaciones se traducirán en una intensificación en la actividad, así como una mejora en la calidad de las actuaciones puestas en marcha y un compromiso creciente en materia de comunicación por parte de los diferentes órganos gestores.

Finalmente, desde la perspectiva de los procedimientos de gestión se han realizado dos recomendaciones vinculadas con el seguimiento del Plan de comunicación, como son la mejora en el procedimiento de revisión de la información remitida a la Dirección Xeral de Proxectos e Fondos Europeos, proponiendo la instauración de una aplicación informática a tales efectos, y la constitución de una Red de Expertos en Información y Publicidad que se convierta en foro de discusión y cauce de propuestas para el desarrollo de los Planes de Comunicación.

Todas ellas, en cualquier caso, pueden calificarse de pertinentes, de acuerdo con los dos criterios de referencia considerados: su utilidad (es decir, la capacidad de las mismas para responder a las carencias de la estrategia de comunicación) y la aplicabilidad (o posibilidad de implementación en el período de tiempo transcurrido entre la Evaluación Intermedia y la Evaluación Final del Plan de Comunicación).

Tomando como punto de referencia las conclusiones alcanzadas en la Evaluación Intermedia, a través de las cuales queda dibujado el perfil de la comunicación del PO FEDER de Galicia para el período 2007-2013, el informe identifica los ámbitos de mejora de la estrategia de comunicación, proponiendo medidas para solventar o, en su caso, potenciar, los elementos de mejora detectados.

De acuerdo con ello, podemos concluir que existe una plena coherencia entre las necesidades de mejora (conclusiones de la Evaluación Intermedia) y las recomendaciones propuestas.

A tales efectos se han diferenciado dos tipos de conclusiones: aquéllas de las que se deriva una necesidad de intervención (que representan el 75% de las ocho realizadas por el equipo evaluador) y aquellas que constatan un resultado favorable sin asociar ninguna debilidad al mismo, con lo que no requieren de una mejora. El primero de los colectivos se caracteriza porque todas las conclusiones tienen asociada como mínimo una recomendación que persigue paliar, cuando menos, la debilidad detectada o fomentar la fortaleza deriva del análisis. De modo que las recomendaciones propuestas son coherentes y útiles como respuesta a los déficits detectados en el Informe de Evaluación Intermedia.

Por otra parte, puede considerarse que las recomendaciones tienen un elevado grado de aplicabilidad, en la medida en que se proponen medidas a través de las cuales obtener

resultados reales que, cuando menos, permitan afrontar con garantías los márgenes de mejora identificados.

Constatada la utilidad y aplicabilidad de las recomendaciones, la siguiente pregunta a responder es si éstas **han generado una respuesta práctica** por parte del organismo competente (órganos gestores, Organismo Intermedio y/o Autoridad de Gestión).

De hecho, una de las características que debe ponerse en relieve a la vista de los resultados obtenidos es la importante implicación de todos los agentes participantes en el desarrollo del PO en la política de comunicación y, por extensión, en la aplicación de las recomendaciones realizadas en el marco de la Evaluación Intermedia del Plan de Comunicación. Así, más el 54,4% de las recomendaciones afectan de forma directa tanto a órganos gestores, como al Organismo Intermedio y la Autoridad de Gestión y únicamente dos de ellas (el 18,2%) implican a un único organismo, el Organismo Intermedio.

Conviene destacar, de nuevo, la aplicación del principio de partenariado si tenemos en cuenta que el 63,3% de las recomendaciones afectan a los órganos gestores que, de acuerdo con la muestra representativa consultada, han dado una respuesta efectiva a los requerimientos de las mismas en un 56% de los casos.

La **atención de las recomendaciones** ha sido generalizada, derivando en una mejora relativa con relación a la situación de partida en el 81,8% de las ocasiones. Únicamente se han producido dos excepciones (como se recoge con mayor detenimiento a continuación): la instauración de una herramienta informática en el ámbito regional para la recopilación de la información de comunicación y su revisión y la relación entre las actuaciones y el eslogan “*Una manera de hacer Europa*” (que si bien está siendo utilizado por el 100% de los órganos gestores y Organismos Intermedios, únicamente el 34,8% de la población considera que es adecuado para reflejar la contribución de la UE al desarrollo regional en Galicia).

La **RECOMENDACIÓN 1** (*Constitución de una red regional de expertos de Información y Publicidad que se convierta en foro de discusión y cauce de propuestas para el desarrollo de los Planes de Comunicación, con la posibilidad de dar cabida a los beneficiarios privados*), se apoya en la favorable experiencia que han supuesto las redes de comunicación a nivel nacional.

En respuesta a la misma se constituyó el 19 de julio de 2012 la **Subcomisión de Información y Publicidad de Fondos Europeos**, de la que forman parte un representante de cada Consellería o entidad pública gestora de Fondos Estructurales. Su objetivo fundamental es “*lograr que la ciudadanía en general tenga un mayor conocimiento de las actuaciones cofinanciadas por FEDER y FSE y que los órganos gestores conozcan las disposiciones normativas que les afectan*”.

Las ventajas representadas por la misma se centran en la mejora de la coordinación y de la gestión integral de los Planes de Comunicación de los PO FEDER y FSE de Galicia 2007-2013, en tanto constituye un instrumento fundamental para mejorar todas las fases de su gestión (ejecución, seguimiento y evaluación). Asimismo, de cara al nuevo período de programación, constituirá un factor de coordinación en la programación de la estrategia de comunicación, facilitando la difusión de la información entre todos los agentes implicados en la programación y ejecución de los Fondos Estructurales.

No obstante, sus miembros se restringen a los organismos de la Xunta de Galicia, sin dar cabida a los beneficiarios privados, por la dificultad que entrañaría de cara a la organización y desarrollo de su actividad.

La **RECOMENDACIÓN 2** (*Realización de un estrecho seguimiento de aquellos indicadores que podrían ser objeto de posible revisión en un futuro por estar muy próximos a los valores-objetivo*), ha sido atendida de forma continuada a lo largo de los años a través del procedimiento de seguimiento, reflejado en el análisis llevado a cabo anualmente en los Informes Anuales de Ejecución. Como resultado de los mismos, de hecho, se han recuantificado algunos de los objetivos definidos inicialmente para los indicadores (tal y como queda recogido en el capítulo 3.1, donde se deja constancia de que en el 85,7% de los indicadores de realización del Plan y el 42,9% de los indicadores de resultado han sido objeto de una revisión al alza de las metas previstas para 2013 en los últimos ejercicios).

De forma específica, se requería un *seguimiento detallado del indicador de resultado de número de visitas de la página web, dado que de mantenerse el ritmo de incremento de las mismas no podrá alcanzarse la media prevista para el período* (**RECOMENDACIÓN 3**). A este respecto, señalar que se ha observado una notable mejora en la ejecución del indicador que ha pasado del 64,3% al 90,4% del objetivo previsto a 2013, lo que ha supuesto en la práctica un aumento del 40,6% del número de visitas recibidas por las páginas web de la Dirección General de Fondos Comunitarios y la Consellería de Facenda.

En consecuencia, se observa una mejora relativa en el cumplimiento del indicador que incrementa las expectativas de cumplimiento de la meta definida, aunque persiste cierta incertidumbre en su consecución definitiva.

Por su parte, como respuesta a la **RECOMENDACIÓN 4**, que prescribía la necesidad de *realizar un seguimiento específico de los organismos que no han tenido ejecución en ninguno los indicadores de comunicación*, tanto la Autoridad de Gestión como la Dirección Xeral de Proxectos e Fondos Europeoshan llevado a cabo un seguimiento de los organismos identificados, aportándoles la información necesaria en relación a la obligatoriedad de llevar a cabo las medidas de comunicación prescritas en los Reglamentos comunitarios y el Plan de Comunicación, así como de facilitar la información relativa a la ejecución de las mismas de cara a su seguimiento y evaluación. Asimismo, se

les ha facilitado, de nuevo, información acerca de los procedimientos establecidos en ambos entornos institucionales para la recopilación de dicha información.

La respuesta ha sido muy importante si tenemos en cuenta que tanto en el ámbito de la AGE como de la Xunta de Galicia todos los organismos que están ejecutando gasto en la actualidad han volcado la correspondiente información relativa a las actuaciones de información y publicidad puestas en marcha.

En definitiva todos los que han ejecutado gasto han llevado a cabo actuaciones de información y publicidad al menos de un tipo (de hecho, en el caso de los órganos gestores de la Xunta de Galicia el 82,4% han hecho al menos dos tipos de actuaciones de comunicación, de acuerdo con la información volcada en la aplicación INFOCO; porcentaje que se eleva al 91,3% para los Organismos Intermedios de la AGE).

La **RECOMENDACIÓN 5** (*Continuar avanzando en la mejora de la disponibilidad de la información cuantitativa de la ejecución de actuaciones de comunicación. De forma específica en el ámbito del Organismo Intermedio regional se trataría de continuar la tarea desarrollada por la Dirección Xeral de Proxectos e Fondos Europeos de filtración de la información para evitar la aparición de errores en la introducción y grabación de la información. Para ello sería de utilidad establecer una aplicación informática que permitiese a los Órganos gestores del tramo regional el volcado directo de la información de forma electrónica en el momento en el que se lleva a cabo la actividad*), sin embargo, es una de las que no se ha materializado en avances que permitan una mejora de la situación de partida.

La actividad de seguimiento y revisión de la información cuantitativa recopilada y volcada en la aplicación informática INFOCO se ha mantenido durante los últimos años, tanto por parte de la Autoridad de Gestión como del Organismo Intermedio Regional, lo que ha permitido mantener una línea de calidad de los indicadores constante.

Sin embargo no se ha procedido a la implementación de la aplicación informática propuesta, como consecuencia de las restricciones presupuestarias a las que se ha venido enfrentando la Xunta de Galicia en los últimos ejercicios fiscales.

Desde otra perspectiva y dado que uno de los elementos destacados en el proceso de Evaluación Intermedia fue la importancia y calidad de la formación dada a los órganos gestores, se incidía en la *conveniencia de ampliar la misma a través de módulos de Información y Publicidad de carácter horizontal, integrados en los cursos, jornadas, seminarios, etc. celebrados por el Organismo Intermedio* (**RECOMENDACIÓN 6**), la actividad mantenida por la Autoridad de Gestión en el apoyo a la formación en materia de comunicación ha sido permanente. A lo que se une que desde la anualidad 2010, la Xunta de Galicia viene incluyendo en todas aquellas jornadas, seminarios, etc. que versan sobre gestión, control,

seguimiento y evaluación de FEDER y/o de FSE un módulo que incluye la normativa de información y publicidad y la de los indicadores.

Como resultado de ello, el 82,2% de los órganos gestores del PO FEDER de Galicia 2007-2013 han participado en alguna jornada en la que se ha informado acerca de las obligaciones reglamentarias sobre comunicación y/o de los aspectos operativos sobre cómo dar respuesta a las mismas.

De este modo, se trata de mejorar el conocimiento de los gestores en materia de comunicación, incrementando el compromiso con la misma y garantizando una mayor calidad en la ejecución de las actuaciones.

En lo relativo a la **RECOMENDACIÓN 7**, que recogía la conveniencia de *establecer una mayor orientación de la publicidad realizada hacia los resultados obtenidos con los proyectos cofinanciados, incidiendo en la transmisión de un mensaje simplificado y directo que facilite la comprensión entre la población en su conjunto. Para ello el recurso a la prensa, radio y televisión se han manifestado como el instrumento con mayor impacto sobre el conjunto de la sociedad*, se han de diferenciar dos aspectos claros: por una parte, lo relativo al contenido de las actuaciones de comunicación y, por otra, las vías para su instrumentación.

En relación con el contenido, el avance en la ejecución de los proyectos hace que cobren una mayor relevancia la exposición de los resultados de las actuaciones cofinanciadas, en detrimento de la información inicial relativa a la licitación, lanzamiento, etc. de las mismas, por lo que puede concluirse que se ha producido un avance positivo en este sentido por la propia dinámica de desarrollo del Programa Operativo.

Desde el punto de vista de las herramientas, el recurso a los medios de comunicación, por su parte, ha sido significativo en los últimos años, tanto por parte de la Autoridad de Gestión que, desde el año 2011 y de forma regular, ha venido realizando inserciones en prensa, cuñas en radio y espacios en televisión sobre proyectos cofinanciados con FEDER en España; como de la propia Xunta de Galicia (con la realización de campañas publicitarias), o de otros Organismos Intermedios, como son el Consejo Superior de Cámaras de Comercio, Industria y Navegación de España, INCYDE o, de forma muy activa, el Ayuntamiento de Ferrol, entre otros.

Las **RECOMENDACIONES 8 y 9** dejaban constancia de la *conveniencia de llevar a cabo actuaciones de información y publicidad específicamente orientadas a la población más joven y la población femenina, para paliar los déficits de conocimiento detectados entre tales colectivos*.

En lo que respecta a la población más joven, esta propuesta se ha tenido en cuenta en el diseño de las campañas de comunicación quedando recogido en los pliegos de

características técnicas la necesidad de priorizar las actuaciones orientadas a la población más joven; así como en el diseño de la difusión de determinadas actuaciones, en las que se trató de impulsar la accesibilidad a la información para dicho colectivo con su difusión en las redes sociales.

En lo que respecta a las mujeres, en el marco de los Fondos Estructurales se han puesto en marcha muchas actuaciones de información y publicidad de proyectos cofinanciados orientadas a la población femenina, lo que ha permitido incrementar la información aportada al colectivo en materia de fondos estructurales. No obstante, en su mayoría, dichas actuaciones se enmarcan en el PO FSE de Galicia 2007-2013.

En consecuencia, pese a que las propuestas de mejora realizadas en la Evaluación Intermedia han generado entre las Autoridades del Programa Operativo y los propios órganos gestores un mayor compromiso para adaptar las actuaciones a aquellos colectivos con mayores necesidades de información, en la práctica el camino por recorrer es aún muy significativo.

Finalmente, y también en lo relativo al impacto de las actuaciones puestas en práctica, el Informe recogió la conveniencia de *situar en un primer plano las actuaciones dirigidas a la ciudadanía, en particular las relativas a operaciones de carácter intangible (I+D+i y Sociedad de la Información), cuyos resultados y efectos son más complicados de transmitir y de dar a conocer, instrumentando tales medidas, de forma prioritaria a través de los medios de comunicación (RECOMENDACIÓN 10).*

En respuesta a la misma, por una parte han cobrado mayor importancia las actuaciones orientadas al conjunto de la población en las fases de ejecución y finalización del PO y del Plan de Comunicación (en tanto aquéllas más vinculadas a beneficiarios y beneficiarios potenciales contaron con un mayor peso relativo en la fase de lanzamiento del programa). Con ello gana en importancia la puesta en valor de los resultados derivados de las actuaciones cofinanciadas.

Pese a que la I+D+i sigue situándose entre las áreas de intervención del FEDER menos conocidas por parte de la ciudadanía gallega, se ha experimentado cierta mejoría con respecto a 2010 (ver capítulo 7). Ello es consecuencia de la mayor actividad por parte de los organismos responsables, como el caso de la Subdirección General de Fomento de la Sociedad de la Información o de la Agencia para la Modernización Tecnológica de Galicia (AMTEGA).

Desde el punto de vista del recurso a los medios de comunicación ha sido, como se ha señalado previamente, significativo.

Finalmente, la **RECOMENDACIÓN 11** que propugnaba *incidir en la relación entre las actuaciones cofinanciadas y el eslogan “Una manera de hacer Europa”, de modo que la*

población asocie, de forma inmediata, el mismo con la ayuda del FEDER, ha tenido una respuesta efectiva tanto entre los órganos gestores y Organismos Intermedios como entre los beneficiarios privados que utilizan correctamente el eslogan en el 100% y el 87% de los casos, respectivamente.

Sin embargo, la sensibilidad de la población ante este eslogan no sólo no ha mejorado sino que se ha visto notablemente reducida. Así, únicamente el 34,8% de la población considera que éste lema constituye un reflejo adecuado del papel de la UE en el desarrollo regional en Galicia (frente al 57,1% del año 2010).

En conclusión, y a la vista de los elementos señalados anteriormente, podemos inferir que el seguimiento realizado a las recomendaciones del informe de la Evaluación Intermedia del Plan de Comunicación del PO FEDER de Galicia 2007-2013 (realizada en 2010) ha sido muy significativo. Aspecto que cobra especial relevancia si tenemos en cuenta el marco en el que se ha producido, en el que la consolidación fiscal ha llevado a priorizar la cofinanciación de actuaciones frente a la adopción de medidas de comunicación.

No obstante, persisten algunos elementos en los que las medidas adoptadas han sido insuficientes, como pueden ser la atención prioritaria a determinados colectivos con particulares necesidades de información (a la luz de los resultados obtenidos en las encuestas a la población), la introducción de mejoras en la recopilación y tratamiento de la información cuantitativa de información y publicidad por parte de la Xunta de Galicia o la aproximación de la población al lema “Una manera de hacer Europa”.

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

En un marco en el que ha venido cobrando una importancia creciente la comunicación de la Política de Cohesión, la estrategia de comunicación del Plan del PO FEDER de Galicia 2007-2013 persigue mejorar la calidad y la eficacia de las medidas de información y publicidad.

Para ello, la estrategia se ha estructurado en un árbol de objetivos (con un objetivo central, dos objetivos intermedios y la especificación de los mismos para las diferentes fases de desarrollo del Plan de Comunicación) que derivan en una mayor transparencia y visibilidad de la Unión Europea, la Política de Cohesión y las actuaciones cofinanciadas en el marco del PO, así como en la identificación del público destinatario de las acciones (público en general, beneficiarios potenciales y beneficiarios y órganos gestores).

El procedimiento de Evaluación Intermedia desarrollado durante la anualidad 2010 permitió poner de manifiesto la validez, pertinencia y coherencia de esta estrategia como un punto primordial para el fortalecimiento de las relaciones económicas, políticas y sociales de la UE y el Estado con todos los agentes implicados en la Política Regional Comunitaria y con la población en su conjunto.

En este contexto, y siguiendo las orientaciones consensuadas en el seno del GERIP, en los epígrafes siguientes se tratará de identificar los cambios observados desde entonces y la repercusión que los mismos han tenido sobre los diferentes elementos de la estrategia del Plan de Comunicación.

3.1. PRINCIPALES AVANCES CONSEGUIDOS RESPECTO A LA PERTINENCIA DEL PLAN

Como respuesta a la preocupación creciente por la falta de comunicación entre la Unión Europea y la ciudadanía, que desconoce en gran medida la labor desarrollada por los Fondos estructurales, de modo particular del FEDER, y la actividad realizada por la Unión Europea, se ha diseñado una estrategia que responde a las necesidades de información de los diferentes colectivos objetivo (público en general, beneficiarios potenciales, beneficiarios y órganos gestores), pudiendo ser calificada como válida, pertinente y coherente, de acuerdo con las conclusiones de la Evaluación Intermedia del Plan de Comunicación del PO FEDER de Galicia 2007-2013.

La implementación de las medidas recogidas en el Plan de Comunicación ha permitido, desde su origen, el fortalecimiento de las principales características detectadas en la evaluación intermedia y que permitieron obtener esta valoración claramente positiva.

Desde el año 2010 y hasta 2013 se ha producido una adaptación de la estrategia de comunicación, así como un significativo avance en el desarrollo de las medidas en que se instrumenta la misma. Aspectos ambos que han incidido en esta tendencia hasta consolidar una estructura de objetivos clara y adecuada, avanzando en la consecución de unos objetivos altamente correlacionados y propiciando el aprovechamiento de las sinergias positivas.

Los avances observados se producen en diversos ámbitos: la programación de la comunicación, la gestión operativa del Plan y el seguimiento y la evaluación del mismo.

Así, con relación a la **programación de la comunicación** formulada para el actual período 2007-2013, hay que señalar que la jerarquía de objetivos establecidos en la estrategia se ha visto aún más reforzada. Ello se debe al incremento en la previsión de los valores objetivo en el 85,7% de los indicadores de realización del Plan y el 42,9% de los indicadores de resultado.

La Evaluación Intermedia efectuada y, particularmente, el seguimiento continuo realizado de las acciones de información y publicidad, han aconsejado adecuar la cuantificación de dichas metas. De esta forma, puede afirmarse que [la estrategia de comunicación del Plan es más pertinente al ajustarse en mayor medida a la realidad de la ejecución.](#)

En concreto los cambios, aprobados en los correspondientes Comités de Seguimiento del PO FEDER de Galicia, han consistido en:

- + Un incremento en el número de actos y actividades públicas que ha pasado del 395 a 600, a lo que se une un incremento paralelo del número de participantes previstos, manteniendo más o menos constante la asistencia media en relación con las expectativas iniciales. Ello representa un síntoma del interés creciente por los temas vinculados a la Unión Europea, la Política Regional y el FEDER, materializado en una importante capacidad de convocatoria.
- + Los actos de difusión (spots de televisión, anuncios en prensa, cuñas en radio, "banner" en Internet, notas de prensa, etc.) son uno de los indicadores que más ha incrementado sus previsiones de ejecución, con un incremento del 160%. Como resultado de tal variación, el número total de actos de difusión previstos se eleva hasta 2.300, frente a los 885 previstos inicialmente. De este modo se potencia uno de los instrumentos con mayor repercusión sobre el conjunto de la población, tal y como se desprende del análisis de impacto realizado en la Evaluación Intermedia.
- + Las publicaciones externas previstas se han elevado en un 92,9%. Esta variación favorece, además, la diversificación de las publicaciones (libros, folletos, revistas, CD, DVD, videos...), incrementado con ello el impacto previsto de las mismas.

- + El valor esperado respecto a la utilización de los distintos soportes con fines publicitarios (pósteres, carteles, placas, expositores, stands y/o vallas) también se ha multiplicado por más de dos (101,4%). Teniendo en cuenta que el 39% de las personas consultadas durante el proceso de Evaluación Intermedia del Plan de Comunicación realizado en 2010 reconocieron que habían tenido conocimiento de las actuaciones cofinanciadas a través de la cartelería, este aumento supone un incremento potencial del impacto real no despreciable.
- + El indicador que ha experimentado un mayor impulso en sus previsiones ha sido el de las comunicaciones internas (208,6%). Este notable incremento representa un elemento fundamental en la mejora de la eficiencia de la programación, la gestión, la verificación y el seguimiento y evaluación del Programa Operativo, al tiempo que contribuyen a la mejora en la transparencia, consolidándose como un instrumento prioritario de comunicación entre la Autoridad de Gestión de los PO, los Organismos Intermedios, los Organismos Gestores y los propios beneficiarios de las operaciones cofinanciadas.
- + Finalmente, se ha incorporado entre las metas de número de redes de información y publicidad la constitución de una red regional: la creación de la Subcomisión de Información y Publicidad de Fondos Europeos en el ámbito de la Xunta de Galicia ha permitido incidir en la difusión de la cultura de la comunicación entre los órganos gestores, logrando una transmisión de la información actualizada más eficaz, así como un compromiso más patente con la estrategia de comunicación.

Desde la perspectiva de la **gestión operativa del Plan**, la valoración de la pertinencia se evalúa también de forma muy satisfactoria. Las razones que motivan esta apreciación fortalecen las apuntadas por la Evaluación Intermedia.

El papel del GERIP y el GRECO-AGE se ha consolidado como un elemento clave para favorecer una gestión eficiente y coordinada de las actuaciones de información y publicidad con relación a la Política de Cohesión.

Prueba de ello son los últimos logros alcanzados, que evidencian la adecuada aplicación práctica del conjunto de los Planes de Comunicación. Entre ellos, cabe reseñar:

- + La definición de unos criterios comunes para la selección y presentación de Buenas Prácticas de actuaciones cofinanciadas, que permiten cerrar el círculo de la comunicación, poniendo en relieve las actuaciones llevadas a cabo con la ayuda comunitaria. En concreto, se han establecido siete criterios de selección: adecuada política de comunicación, uso de recursos innovadores, adecuación a los objetivos perseguidos, avance en la resolución de un problema de la región, alto grado de

cobertura de la población objetivo, incorporación de criterios de igualdad y medio ambiente y existencia de sinergias positivas con otras políticas de la UE.

- + Los informes de presentación de las Buenas Prácticas seleccionadas se han recopilado en una base de datos creada a tal efecto por la Autoridad de Gestión y disponible en la página Web de la Dirección General de Fondos Comunitarios (www.dgfc.sggp.meh.es/sitios/dgfc/es-ES/ipr/fcp0713/c/bp/ac/Paginas/Inicio.aspx), así como en la página web de la Conselleria de Facenda en el área de Publicidad e Información Comunitaria (www.conselleriadefacenda.es/web/portal/boas-practicas).

La publicación en ambos portales web facilita el acceso de los órganos gestores, Organismos Intermedios y diferentes autoridades del Programa Operativo y a la propia Comisión Europea a los casos de éxito. Pero también mejora la visibilidad de las actuaciones cofinanciadas para el conjunto de la población, mejorando de forma significativa la visibilidad de los logros de la Política de Cohesión.

Adicionalmente, debe tenerse en cuenta el impacto positivo de la Subcomisión de Información y Publicidad de Fondos Europeos en la Xunta de Galicia, que será mayor a medio y largo plazo.

Además, la participación de los responsables nacionales de comunicación en las distintas reuniones celebradas de la red europea de comunicación INFORM sigue siendo un factor positivo en la interpretación de la información y la legislación publicitaria, favoreciendo, por tanto, la adopción de las mejores soluciones para el caso de España.

En último lugar, la evaluación de la pertinencia, desde la óptica del **seguimiento y la evaluación**, es igualmente muy positiva.

En relación con el seguimiento, el procedimiento se ha visto favorecido por varios factores. Entre ellos destaca la resolución de las dificultades iniciales en la estimación del montante financiero de las acciones de comunicación, que permite valorar la eficacia financiera del Plan de Comunicación a través de la definición de unos criterios homogéneos aprobados en el seno del GERIP.

Además, como ya se ha apuntado, los indicadores de realización y resultados definidos se han mostrado eficaces, tanto para medir el avance en la aplicación del Plan de Comunicación (eficacia física), como para plantear la necesidad de llevar a cabo una revisión del mismo ante la aparición de desajustes.

Asimismo, desde una perspectiva más instrumental, se han producido algunas mejoras en la aplicación informática de seguimiento INFOCO, relacionadas con la frecuencia del

volcado de los indicadores, las posibilidades de un seguimiento de las mismas por gestores y la seguridad en el acceso a la información.

En GERIP y GRECO-AGE se han sentado las bases para el volcado continuado de los indicadores de comunicación, estableciendo (de acuerdo con el Acta del Comité de Seguimiento del GERIP celebrado el 27 de octubre de 2011) el volcado de los indicadores cuando menos en dos veces al año (en los meses de octubre y marzo).

Por otro lado, se han ampliado las posibilidades de hacer un seguimiento particularizado por organismo gestor, lo que ha permitido, a su vez, elevar su capacidad de reporte, facilitando, por tanto, la explotación de la información.

Finalmente, se ha vinculado el acceso a la aplicación al uso del correspondiente certificado digital, lo que permite autenticar y garantizar la confidencialidad de la información, personalizando el acceso, de modo que únicamente el ciudadano habilitado puede acceder a los datos, evitando suplantaciones.

Asimismo, en materia de evaluación el procedimiento se ha definido en torno a 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*, que ya sirvió para aclarar el alcance, contenido y trabajos a desarrollar de la Evaluación Intermedia, es también ahora el referente fundamental a tener en cuenta en esta Evaluación Final.

No obstante, dado que el ejercicio de evaluación es un proceso dinámico, la red GERIP, en su reunión de 22 de enero de 2013, acordó adecuar el contenido de la Evaluación Final para elevar la utilidad de la misma.

Con esta finalidad se propuso y aprobó incluir un análisis del seguimiento de las recomendaciones de la Evaluación Intermedia, así como de los principales avances registrados desde entonces (desde la perspectiva de la estrategia, la ejecución, la verificación o la igualdad de oportunidades) y del conjunto del período (2007-2013). Además, se han introducido algunos cambios en las entrevistas realizadas a los órganos gestores y las Autoridades de los Planes, con la finalidad de poner en relieve los avances experimentados entre 2010 y 2013 y reforzar el carácter final del actual proceso de evaluación.

De acuerdo con todos los elementos anteriores, el equipo evaluador está en disposición de concluir la *consolidación de una estrategia de comunicación válida, pertinente y coherente a través de los avances producidos en los ámbitos de la programación, la implementación práctica y el seguimiento y la evaluación del Plan de Comunicación del PO FEDER de Galicia.*

3.2. PRINCIPALES AVANCES CONSEGUIDOS RESPECTO A LA VALIDEZ Y CONSISTENCIA INTERNA DEL PLAN

Las conclusiones alcanzadas en la Evaluación del Plan de Comunicación llevada a cabo en 2010 señalaban la existencia de un modelo de comunicación construido en torno a un esquema informativo eficiente y dinamizador de las posibilidades de comunicación en torno al PO FEDER Galicia 2007-2013, así como a las operaciones que engloban, el cual garantiza la máxima visibilidad de la contribución europea.

En este sentido, la validez del Plan queda garantizada en la medida en que los objetivos perseguidos y las medidas programadas ofrecen una respuesta a las necesidades de los diferentes colectivos que, además, están directamente relacionadas con el déficit detectado en el período anterior.

En definitiva, se constata la existencia de una elevada consistencia interna que, desde 2010 se ha visto corroborada, e incluso intensificada, como consecuencia del incremento en el número esperado de actuaciones de comunicación que permite pensar en un aumento, a su vez, en las posibilidades de alcanzar los objetivos del Plan.

A este respecto, la reprogramación al alza de los indicadores de comunicación ha reforzado las posibilidades de obtención de los dos objetivos intermedios que el Plan establece y, por ende, de su objetivo central.

Así, el incremento del número de acciones relacionadas con la distribución de documentación interna, así como de determinados actos y eventos relacionados con la Política Regional, facilitan, sobre todo, la consecución del objetivo de *poner a disposición de los distintos agentes participantes en la gestión del PO la información necesaria para el desempeño de sus funciones y la mejora de la visibilidad a la actuación de la UE*.

Sin embargo, el objetivo más favorecido es el relacionado con la *puesta en conocimiento de la ciudadanía gallega de la Política Regional Europea, los Fondos Estructurales y el PO, así como la puesta en valor de sus logros y resultados*. A tales efectos contribuyen, de forma prioritaria, el aumento de la celebración de actos públicos, acciones de difusión y de ciertas publicaciones externas.

Por consiguiente, la validez y consistencia de la estrategia de comunicación se ha intensificado, en la medida en que se prevé una mayor cantidad de actuaciones dirigidas a conseguir los objetivos fijados en el Plan.

Otro de los elementos que ha contribuido a reforzar la consistencia del Plan a partir de la Evaluación Intermedia, desde un punto de vista más formal, es el mayor esfuerzo realizado por todos los organismos involucrados en el Programa en asignar las diversas

actuaciones de información y publicidad realizadas al indicador correspondiente y precisar de forma más exhaustiva la descripción de tales acciones.

De este modo, cada indicador recoge las tipologías de acciones de información y publicidad que comprende, reflejando mejor las realizaciones y resultados, así como los recursos ejecutados en cada tipo de actividad y estableciendo una mayor correspondencia entre el diseño de la estrategia de comunicación formulada y el examen de su ejecución.

Además de la consolidación de la estrategia que esto representa, también tiene una repercusión directa sobre la eficiencia del sistema de seguimiento, en la medida en que la aplicación INFOCO constituye un instrumento más exacto de las actuaciones realizadas, lo que aporta mayores dosis de coherencia al Plan de Comunicación.

Desde la óptica de los **destinatarios de las medidas de información y publicidad**, la efectiva implementación de la estrategia ha permitido observar unos resultados muy positivos en la respuesta a sus necesidades. De forma general, a 10 de septiembre de 2013, el 93,3% de las medidas previstas en el Plan se han finalizado o están en proceso de ejecución, restando únicamente dos medidas que requieren para su realización de la finalización de las actuaciones cofinanciadas y/o el cierre del PO.

Así, las medidas destinadas a beneficiarios potenciales, beneficiarios y órganos gestores han sido ejecutadas o están en proceso de ejecución en su totalidad, facilitando el acceso y aplicación de los Fondos gocen de unos elevados niveles de transparencia. Han sido abundantes las actuaciones efectuadas durante todo el período de formación e información relativas a los mecanismos y procedimientos de gestión de las ayudas comunitarias (jornadas y seminarios de formación, elaboración de guías y manuales, etc.).

Por otro, se han llevado a cabo múltiples actividades destinadas al público en general para aumentar la visibilidad y notoriedad del Programa Operativo y de la Unión Europea en su propósito de impulsar el crecimiento económico y la cohesión social y territorial. Sin duda, tales actuaciones han tratado de mejorar la percepción de la Política de Cohesión de la Unión Europea, así como consolidar el conocimiento de sus principales logros.

No obstante, en este caso, la propia dinámica de desarrollo del Programa Operativo ha marcado el ritmo de ejecución resultando que el 88,9% de las medidas planificadas ya han sido realizadas o están en proceso de realización, quedando el resto pendiente de la ejecución de las actuaciones cofinanciadas.

Consecuentemente, la validez y consistencia del Plan también se puede ratificar por la aplicación de las medidas previstas para lograr sus objetivos en términos de alcanzar el público deseado y proporcionar los resultados buscados, aportando un valor añadido a las actividades de comunicación emprendidas por los organismos gestores, como es la

cofinanciación y la suma de esfuerzos a favor de fines compartidos por todas las instituciones afectadas.

Esta dimensión tiene una clara vinculación con el desarrollo del PO desde una perspectiva temporal (coherencia temporal). Los principales avances registrados en este sentido tienen que ver con la implementación, hasta la fecha, de todas las actuaciones contempladas en el Plan de Comunicación en las fases de lanzamiento y ejecución, dirigidas, tanto a los potenciales beneficiarios y/o participantes en el Programa y a los beneficiarios u organismos gestores, como al público y al conjunto de la ciudadanía en general.

Si en los primeros años de aplicación del Plan, ya se pusieron en marcha las medidas tendentes a interesar a los posibles beneficiarios e informarles de las obligaciones derivadas de su participación en el Programa, desde entonces han aumentado las orientadas a divulgar la existencia del Programa Operativo y el contenido de sus intervenciones, difundir información sobre su evolución, acercar el papel de estos Fondos a la ciudadanía e informar al público de la ayuda obtenida del FEDER.

A su vez, el compromiso adoptado en las redes GERIP y GRECO-AGE de cargar la ejecución de indicadores de forma continuada o, como mínimo, en dos momentos a lo largo del año ha proporcionado una mayor consistencia temporal al seguimiento del Plan de Comunicación, ya que eleva la capacidad de respuesta del indicador a los propósitos que motivaron su selección, es decir, a su posibilidad de utilización en los momentos clave de seguimiento y evaluación del Plan.

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

La Evaluación Intermedia del Plan de Comunicación del PO FEDER de Galicia 2007-2013, en el análisis de la dotación de recursos abordó tanto la disponibilidad y suficiencia de los recursos financieros como de los recursos humanos. Las conclusiones en los dos ámbitos fueron significativamente diferentes.

En lo relativo a la **dotación presupuestaria**, la Evaluación Intermedia se realizó en un momento que podría calificarse de “transitorio o de adaptación”, dado que el GERIP estaba llevando a cabo un proceso de ajuste en la metodología para la determinación del presupuesto estimativo del Plan de Comunicación, así como la adopción de una solución consensuada para adaptar el mismo a las posibilidades reales de desarrollo de la estrategia de comunicación de los diferentes Planes.

Tal proceso partía de la necesidad de tener en cuenta dos elementos fundamentales que en un primer momento no habían sido tomados en consideración como son el ámbito subjetivo de aplicación del Plan y la integración de actuaciones no cofinanciadas con Fondos Estructurales dentro del presupuesto indicativo del Plan de Comunicación.

A resultas de ello se ha producido una revisión del presupuesto inicial que en la actualidad se sitúa en los 2,9 millones de euros. Cifra notablemente más realista si tenemos en cuenta la trayectoria observada de la ejecución del Plan de Comunicación, que sitúan la eficacia financiera del Plan en el 111,9% a 10 de septiembre de 2013, lo que supondría el 726,8% del presupuesto inicial (de 446.340 euros).

Tomando lo anterior en consideración, podemos concluir que las orientaciones aprobadas en el GERIP han posibilitado una **adaptación presupuestaria del Plan de Comunicación a las posibilidades reales de la estrategia definida en el mismo, de acuerdo con la experiencia que han supuesto los primeros años de implementación de la misma, incrementando con ello la coherencia financiera del Plan.**

Por otra parte, la Evaluación Intermedia dejó patente la necesidad de mejorar la capacidad de seguimiento de las actuaciones de comunicación del FEDER en Galicia, para lo que se proponían dos posibles soluciones: disponer de un equipo más amplio que permitiese agilizar la marcha de los trabajos y/o ahondar en la formación e información a los responsables de comunicación con la finalidad de mejorar la eficiencia en la recogida de los indicadores de comunicación.

En este contexto, la evolución de los últimos años ha tomado en consideración los aspectos mencionados en la Evaluación Intermedia a través de la concienciación creciente de los distintos organismos implicados en la gestión de las actuaciones cofinanciadas de la relevancia de la comunicación y la experiencia de los responsables de comunicación.

En la práctica la continuidad en el tiempo del equipo de trabajo en el equipo coordinador de la Autoridad de Gestión y del Organismo Intermedio es un elemento clave en esta evolución, en la medida en que ambos han aprovechado su experiencia para mejorar la eficiencia de los recursos humanos, al tiempo que han venido trabajando de forma continuada en el apoyo a los Organismos Intermedios y órganos gestores en el desarrollo de sus funciones.

Asimismo, se ha continuado avanzando en la formación de los responsables de comunicación y otros agentes implicados, así como en su coordinación, también en la Xunta de Galicia, a través de la creación de una red de responsables de comunicación en los Fondos Estructurales.

Todos los elementos señalados se han traducido, en la práctica, en claros avances en el compromiso de desarrollo de la política de comunicación, así como en la calidad de las

actuaciones implementadas y las posibilidades de llevar a cabo un seguimiento cada vez más eficiente. Y este es un aspecto, además, que abarca también a los beneficiarios privados que, en su totalidad, han aplicado correctamente los requisitos reglamentarios en materia de comunicación, de acuerdo con los resultados derivados de la encuesta.

Finalmente, en relación con los medios técnicos, ya se han referido anteriormente (apartado 3.1) las mejoras introducidas en la aplicación informática INFOCO que garantizan la disponibilidad de información ajustada y actualizada en todo momento. A ello hay que unir, además, un avance en lo que respecta a la seguridad en el acceso a la información: en concreto se ha vinculado el acceso a la aplicación al uso del correspondiente certificado digital.

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

La consideración del Principio de Igualdad de Oportunidades puede calificarse de adecuada en lo que respecta al contenido (tanto en el establecimiento de los objetivos estratégicos del Programa, como en la selección de las actuaciones y la suficiencia en la propuesta de actuaciones de información y publicidad), pero también en lo que se refiere a la forma (a través de un lenguaje inclusivo y la transmisión de mensajes neutros).

Sin embargo, la importancia concedida a la Igualdad de Género ha hecho que dicha consideración haya estado presente no sólo en la fase de planificación de la estrategia de comunicación, sino también en el período de ejecución de la misma, habiéndose consolidado a lo largo del tiempo a través de dos elementos básicos.

Por una parte, se han realizado acciones de información y publicidad que van especialmente dirigidas a la población femenina (como la documentación interna generada en torno a las acciones formativas “*Pintora y Mantenedora*” de la Casa de la Mujer del Urban Ferrol), así como aquéllas cuyo objetivo prioritario es poner en valor la igualdad de oportunidades, fundamentalmente en el marco de los Fondos Estructurales (como son los actos celebrados por la Red de Políticas de Igualdad en los Fondos Estructurales y de Cohesión 2007-2013 o la inclusión en la web de la Consellería de Facenda, de un apartado específico relativo a la igualdad de oportunidades en los Fondos Estructurales –<http://igualdade.xunta.es/es/content/igualdad-en-los-fondos-europeos>).

Ambos tipos de acciones han permitido avanzar en el logro de una mayor visibilidad de las actuaciones de la Unión Europea entre las mujeres y, de forma específica, en la relevancia concedida por la Unión Europea a garantizar la igualdad de oportunidades y de trato entre ambos sexos y en luchar contra toda discriminación. Aspecto que responde, directamente

a las recomendaciones realizadas en el informe de Evaluación Intermedia de 2010 y permite mejorar la dimensión de género de la estrategia de comunicación.

Adicionalmente, la concienciación de la importancia que supone el uso de un lenguaje sensible al género o lenguaje inclusivo en la expresión verbal y redacción escrita de comunicaciones, se ha trasladado a todos los órganos implicados en el desarrollo de la política de comunicación.

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

La aplicación de las medidas de información y publicidad relacionadas con el PO FEDER Galicia 2007-2013, se ha sustentado en dos principios fundamentales: el objetivo de maximizar la eficiencia en la implementación de la estrategia recogida en el Plan de Comunicación y los principios más amplios relativos a la comunicación institucional de la Xunta de Galicia.

En este contexto, se han consolidado los positivos resultados observados en el período 2007-2010 analizado en el procedimiento de Evaluación Intermedia, abundando en la ejecución eficaz de las medidas y la maximización de su impacto para el conjunto del período.

Así, en línea de lo señalado en el Informe de Evaluación Intermedia, se observan los elementos positivos derivados de la ejecución de las medidas tanto en el ámbito de la comunicación como en la mejora de la gestión del propio Programa Operativo.

- + En relación con la información y el desarrollo general del Programa Operativo, supone un instrumento muy útil para la consolidación de los cauces de comunicación entre las partes, facilitando la resolución de dudas y conflictos; así como la mejora de la eficiencia en la ejecución de las actuaciones, simplificando los procedimientos y reduciendo la aparición de incidencias.
- + En relación con la publicidad de las posibilidades y, en estas fases avanzadas del desarrollo del Plan de Comunicación, particularmente con los resultados de las actuaciones cofinanciadas, afecta a todas las acciones relacionadas con la Política Regional Europea, por lo que constituye un elemento que valoriza el trabajo de todas las partes implicadas en el Programa Operativo, desde la Autoridad de Gestión y la propia Dirección Xeral de Proxectos e Fondos Europeos, hasta los órganos gestores y los beneficiarios.

La principal fuente de información para la evaluación de dicha ejecución la constituye el sistema de indicadores. Éste recoge dos tipos de indicadores: los indicadores de seguimiento (realización y resultado), así como los indicadores de evaluación o de impacto.

El sistema de indicadores, tal y como se desprende del ejercicio de la Evaluación Intermedia ha permitido, tanto en las tareas de seguimiento, como en la evaluación, llevar a cabo un análisis basado en la lógica de la acción, aportando información desde el nivel más inmediato (los gastos efectivos y las actividades realizadas), al ámbito más amplio (los efectos producidos por las acciones de publicidad).

La definición del sistema de indicadores ha contado con una participación activa de las autoridades responsables, aplicando el principio de partenariado. Así, su elaboración, en el seno del GERIP, ha contado con las aportaciones realizadas por los miembros de la red durante el proceso de preparación de los Planes y de las observaciones efectuadas posteriormente para su mejora y adecuación a la naturaleza de las actividades de información y publicidad previstas en los mismos.

Esta formulación de indicadores de comunicación supone un salto cualitativo de gran magnitud por cuanto es la primera vez que se lleva a cabo un ejercicio de este tipo en el ámbito de la información y la publicidad de los Fondos Estructurales en España.

Sin embargo, este planteamiento no ha estado exento de complicaciones. Una de ellas tiene que ver con las dificultades que se han producido, sobre todo en los primeros momentos de puesta en práctica de los indicadores, con la correcta interpretación de algunos de ellos. Esta circunstancia fue objeto de una profunda reflexión en el marco del GERIP, donde se precisaron los criterios a seguir y se analizó el comportamiento interno de los indicadores más problemáticos.

Otra carencia se relaciona con los indicadores de resultados, puesto que algunos de ellos requieren de un trabajo de campo específico que permita ofrecer información fiable. En este sentido ha resultado de gran utilidad el trabajo de concreción metodológica y posterior formación llevado a cabo por el GERIP, en primera instancia, y por la Autoridad de Gestión y la Dirección Xeral de Proxectos e Fondos Europeos (Consellería de Facenda) de la Xunta de Galicia, posteriormente.

En concreto, la información y formación a los órganos gestores ha permitido adecuar la cuantificación tanto de los objetivos como de los valores de ejecución a la realidad del Plan de Comunicación.

- + Los **Indicadores de Seguimiento** agrupan la información relativa a realización y resultados y están recogidos en la **aplicación informática INFOCO**.

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

- + Los **Indicadores de Evaluación** están orientados a medir el impacto del Plan de Comunicación (ver capítulo 7), a través de la medida del avance en el cumplimiento de los objetivos de la estrategia de comunicación. Su obtención requiere el desarrollo de un trabajo de campo específico, a través de entrevistas a Órganos gestores y beneficiarios y de encuestas a la ciudadanía. En este sentido, los distintos objetivos

finales de información y publicidad están recogidos por alguno de los indicadores de impacto del Plan, alcanzándose un adecuado grado de cobertura. Esto permite afirmar que el nivel cualitativo de los mismos es satisfactorio y adecuado para el seguimiento de los objetivos fijados por el Plan.

De acuerdo con todo ello se puede concluir que la valoración global del sistema de indicadores, pese a la existencia de algunas deficiencias, es claramente positiva, constituyendo una herramienta potente para la implementación de los procedimientos de seguimiento y evaluación del Plan de Comunicación.

4.1. AVANCES EN LA EJECUCIÓN DE LAS MEDIDAS

En este apartado se examina la ejecución de las medidas de información y publicidad llevadas a cabo en el marco del Plan de Comunicación del PO FEDER Galicia 2007-2013 para el conjunto del período estableciendo dos *ítems* temporales.

- + Por una parte el período posterior a la Evaluación Intermedia del Plan de Comunicación, comprendido entre el 1 de enero de 2010 y el 10 de septiembre de 2013.
- + Y, por otra, el conjunto del período que abarca desde el 1 de enero de 2007 hasta el 10 de septiembre de 2013.

El **avance en términos financieros**, una vez superada la dificultad inicialmente detectada en la Evaluación Intermedia (relacionada con la necesidad de considerar el ámbito subjetivo de aplicación del Plan y la integración de actuaciones no cofinanciadas con Fondos Estructurales dentro del presupuesto indicativo del Plan de Comunicación), puede medirse a través del cálculo de la eficacia financiera.

Este indicador trata de comparar el gasto ejecutado en relación con el previsto en el Plan de Comunicación, de modo que si el valor resultante se sitúa por debajo del 100% podríamos hablar de una ejecución insuficiente en tanto si ésta es igual o está próxima a dicho referente la eficacia financiera sería elevada, poniendo de manifiesto la relevancia que la comunicación ha adquirido en la Comunidad Autónoma en los últimos años.

A 10 de septiembre de 2013, el montante ejecutado estimado asciende a 3.244.076 euros, lo que supone un 111,9% del presupuesto indicativo del Plan de Comunicación. No obstante, esta cifra debería verse minorada ligeramente si tenemos en cuenta que en la cuantificación del coste de algunos eventos se ha incorporado la totalidad del montante destinado a su celebración cuando en la práctica se han tratado en el mismo tema que van más allá de la comunicación de los Fondos Estructurales y la Unión Europea. Éste es el caso, por ejemplo de algunos eventos celebrados por INCYDE (como *el Encuentro de*

Transferencia de la Innovación del Sector Aeroespacial a las PYMES, cofinanciado por FEDER, y cuyo objetivo principal es dar a conocer los avances en I D+i y en transferencia tecnológica a las PYMES en el sector).

El gasto realizado en comunicación en el marco del Plan ha experimentado un importante impulso en los últimos años si tenemos en cuenta que la ejecución entre el 1 de enero de 2010 y el 10 de septiembre de 2013 representa el 70,8% del montante estimado ejecutado para todo el período.

Dicha ejecución supone que por cada millón de ayuda FEDER recibida en Galicia se realiza una comunicación que asciende a prácticamente 1.500 euros.

De forma específica, el montante se ha concentrado, fundamentalmente, en dos tipos de actuaciones que representan el 73,1% del coste total estimado:

- + las *acciones de difusión*, donde existe una importante diversidad: la mayor parte de los actos (en concreto, el 82,6% de las actuaciones) corresponden a notas de prensa, publicaciones en boletines oficiales, noticias en prensa escrita y digital, banners, webs, etc. cuyo coste efectivo es cero. Sin embargo, se incluyen también actuaciones con un elevado coste, como son las campañas publicitarias en prensa o las emisiones en radio y televisión (con un coste medio próximo a los 5.300 euros).
- + y *los soportes publicitarios* que, por otra parte, son los ámbitos en los que se ha ejecutado un mayor número de acciones.

Por otra parte, las partidas a las que corresponde en menor coste son aquellas en las que, pese a mantener una actividad significativa, se han llevado a cabo acciones cuyo montante estimado es muy reducido. Es el caso, fundamentalmente, de:

- + las *web de la Autoridad de Gestión y el Organismo Intermedio*, que de hecho han tenido un coste cero;
- + la distribución de *documentación interna*, donde menos del 6% de las actuaciones tienen un coste mayor que cero, correspondiendo con la elaboración y distribución de manuales de procedimientos, guías, planes de comunicación, informes de evaluación; impresión y distribución de diplomas, etc.;
- + y las *redes de comunicación*, donde el coste se remite a la celebración de las reuniones que, en media, asciende a 265 euros.

Estas actuaciones han recibido una valoración muy positiva en lo que se refiere a sus resultados, lo que nos permite concluir su notable eficiencia tanto en el logro de una

mayor transparencia en la gestión del FEDER como en la mejora de la visibilidad del PO y sus resultados.

En una situación intermedia se encuentran la *celebración de actividades y actos públicos* (que representan el 14,1% del coste estimado total), pese a que la mayor parte de los actos celebrados tienen un coste cero (el 65,9%) el importe medio por actuación de en torno a 844 euros; y las *publicaciones externas* (que suponen el 11,9% del total) y donde el montante medio por publicación alcanza los 1.436 euros.

Por su parte, los avances desde una perspectiva física permiten concluir la positiva situación del Plan de Comunicación en la medida en que prácticamente todas las actuaciones de información y publicidad previstas en el mismo ya han sido puestas en marcha, con la única excepción de aquellas que se programaron para la finalización del Programa Operativo, difundiéndose los resultados alcanzados en el mismo.

En la fase iniciada en 2010, como se ha señalado, cobran mayor relevancia las medidas orientadas a la introducción de una mayor transparencia en la ejecución de las actuaciones y la difusión de los resultados, particularmente el ritmo de ejecución en las medidas orientadas a la población en su conjunto se ha visto incrementado en la medida en que comienzan a desarrollarse actuaciones para la presentación de los resultados de los proyectos y, aunque en menor medida, también del Programa en su conjunto.

Ello supone, en consecuencia, la consecución de avances efectivos en los dos objetivos del Plan de Comunicación, introduciendo una mejora relevante tanto en términos de transparencia como de visibilidad.

Tales avances pueden constatarse a través de los indicadores del Plan y, de forma particular en lo que respecta a los indicadores de realización y resultado en los que se ha detectado una considerable mejoría en dos aspectos:

- + La cuantificación de los mismos, tanto en lo que respecta a su programación como a su seguimiento. En relación con este último aspecto, se han detectado progresos en los ámbitos de mejora detectados en 2010. En concreto:
 - + La descripción de la actuación y la vinculación de la misma con el FEDER resulta más clara e inmediata. No obstante, aún persisten incidencia en la información volcada por muchos organismos, como ADIF, Aguas de la Cuenca del Norte, Confederación Hidrográfica del Miño-Sil, Consejo Superior de Cámaras, ICEX, INCYDE o Turespaña (entre los organismos de la AGE); las Consellerías de Medio Ambiente, Territorio e Infraestructuras, de Medio Rural y del Mar, de Economía e Industria o la Presidencia (en el ámbito de la Xunta de Galicia); o los Ayuntamientos en lo que respecta a las corporaciones locales.

- + Se han corregido en su práctica totalidad los valores anómalos detectados en los indicadores cuya unidad de medida se expresa en porcentajes, con dos únicas excepciones correspondientes a la Dirección General de Coordinación de Competencias con las Comunidades Autónomas y las Entidades Locales y la Dirección General de Programación Económica y Presupuestos en el ámbito de los organismos cubiertos en la distribución de documentación interna.
 - + Se ha observado una mejor interpretación de la metodología de cómputo de las acciones en las categorías correspondientes, reduciéndose de forma muy significativa los errores observados. No obstante, aún persisten algunos en los que el error puede estar más en la descripción insuficiente de la actuación, con lo que una mejora de la misma resolvería la incidencia.
- + La ejecución ha alcanzado en los últimos años una velocidad notable. Ello ha permitido incrementar de forma significativa los resultados, particularmente en lo que respecta al número de publicaciones externas, las acciones de difusión y los soportes publicitarios. En todos estos casos la ejecución entre el 1 de enero de 2010 y el 10 de septiembre de 2013 se ha situado por encima del 70% (Tabla 1), lo que ha permitido superar las expectativas iniciales, y en muchos casos ha impulsado, incluso, un incremento de los objetivos previstos y evaluados en 2010 (ver apartado 3.1).

De forma global, para el conjunto del período, la ejecución del Plan de Comunicación puede considerarse notable si tenemos en cuenta que, para todos los indicadores considerados, se ha alcanzado una ejecución superior al 87%, con un 71,4% de los mismos por encima del 90% de ejecución. Partiendo de estos datos y tomando en consideración que aún resta un cuatrimestre de ejecución para la finalización de la programación, podemos aventurar que las previsiones de ejecución de los indicadores son muy favorables.

En concreto, los análisis de prospectivas realizados prevén el cumplimiento a finales de 2013 de los objetivos en todos los indicadores de mantenerse la evolución observada a lo largo del período. Únicamente se plantea alguna duda en el caso de los indicadores de resultado de número de visitas a las páginas webs y de las redes de información y publicidad. En relación con este último, el buen funcionamiento de las redes de comunicación a lo largo de todo el período ha hecho, en la práctica, innecesario llevar a cabo el número de reuniones inicialmente previsto. En consecuencia, y pese a que tras la aprobación del PO FEDER de Galicia para el período 2014-2020 todo hace prever que se incrementará el número de reuniones, existen dudas fundadas sobre la consecución del 100% de los objetivos.

TABLA 1. EJECUCIÓN DEL PLAN COMUNICACIÓN DEL PO FEDER GALICIA 2007-2013 DESDE EL 01/01/2010 HASTA EL 10/09/2013

Tipo Actividad	Indicador realización	Programación	Ejecución	%	Indicador Resultado	Programación	Ejecución	%	Montante estimado
1	Nº actividades y actos públicos	600	360	60%	Nº de asistentes	45.000	36.707	81,60%	398.387
2	Nº de acciones de difusión	2.300	1.827	79,40%					999.907
3	Nº de publicaciones externas realizadas	270	213	78,90%	% publicaciones distrib / editadas	100%	97,10%		265.586
					Nº puntos de distribución	144	127	88,20%	
4	Nº de páginas Web	2	2	100%	Nº de Visitas	96.000	103.772	108,10%	0
5	Nº de soportes publicitarios	1.400	1.000	71,40%					620.277
6	Nº de documentación interna distribuida	750	501	66,80%	% de organismos cubiertos	100%	99,30%		5.952
7	Nº de redes de información y publicidad	4	4	100%	Nº reuniones	63	28	44,40%	7.049
					Nº asistentes	124	114	92,10%	

TABLA 2. EJECUCIÓN DEL PLAN COMUNICACIÓN DEL PO FEDER GALICIA 2007-2013 DESDE EL 01/01/2007 HASTA EL 10/09/2013

Tipo Actividad	Indicador realización	Programación	Ejecución	%	Indicador Resultado	Programación	Ejecución	%	Montante estimado
1	Nº actividades y actos públicos	600	543	90,50%	Nº de asistentes	45.000	41.990	93,30%	458.401
2	Nº de acciones de difusión	2.300	2.306	100,30%					1.512.004
3	Nº de publicaciones externas realizadas	270	269	99,60%	% publicaciones distrib/ editadas	100%	97,20%		386.358
					Nº puntos de distribución	144	130	90,30%	
4	Nº de páginas Web	2	2	100%	Nº de Visitas	96.000	85.482	89%	0
5	Nº de soportes publicitarios	1.400	1.284	91,70%					859.811
6	Nº de documentación interna distribuida	750	671	89,50%	% de organismos cubiertos	100%	99%		12.902
7	Nº de redes de información y publicidad	4	4	100%	Nº reuniones	63	55	87,30%	14.600
					Nº asistentes	124	109	88,10%	

Las peculiaridades por tipo de actividad marcan el interés por un análisis particularizado del estado de situación y la evolución reciente (entre las anualidades 2010 y 2013), que se aborda a continuación.

Respecto a las **actividades y actos públicos (Indicador 1)**, hay que señalar que se han celebrado hasta 543 eventos en los que se ha tratado el tema de la Unión Europea o, de modo más particular, del FEDER, de alguna forma, es decir, el 90,5% de los previstos para todo el período. A ellos han asistido 41.990 personas (lo que supone una ejecución de la previsión para todo el período del 93,3%).

Destaca el importante incremento observado en el número de asistentes que ha permitido aumentar el número de participantes en cada evento en media de los 55 en los primeros años hasta a los 77 para el conjunto del período (superando incluso la programación que preveía una asistencia media de 75 personas a cada uno de los actos).

El contenido de actividades y actos públicos desarrollados se ha diferenciado en función de la fase de desarrollo del PO. Así, en la etapa inicial (recogida en la evaluación intermedia del Plan) la temática se centraba, particularmente, en la información acerca de las obligaciones que supone la participación en el PO (teniendo como público destinatario a los beneficiarios potenciales y órganos gestores) y la presentación de los mismos a la población en general.

Sin embargo, en el período comprendido entre 2010 y 2013 cobran mayor relevancia las vinculadas con el propio desarrollo de los proyectos (como jornadas técnicas, cursos, reuniones, etc.) o con el cierre o finalización de los mismos (inauguraciones, entrega de diplomas, etc.).

Así, la mayor parte de estos eventos han sido responsabilidad de la Dirección General de Fondos Comunitarios del Ministerio de Economía y Hacienda (23,3% para la totalidad del período considerado), si bien ésta ha perdido representatividad en el período 2010-2013 (16,1%).

Su papel, como Autoridad de Gestión, le obliga a desarrollar múltiples jornadas, conferencias, cursos, etc. para facilitar la coordinación con todas las entidades gestoras de fondos de España, aspecto que resulta de especial relevancia en los primeros años de implementación del Plan de Comunicación. A ello hay que añadir su necesaria participación en aquellas reuniones de Comisiones de Trabajo, Redes Sectoriales, en las que ostenta la presidencia de tales Grupos, o ante la propia Comisión Europea, como representante máximo del Estado español.

En la misma línea, ha correspondido a la Dirección Xeral de Proxectos e Fondos Europeos, en tanto Organismo Intermedio, la puesta en práctica 32,4% de los actos realizados por la Xunta de Galicia.

Independiente de las Autoridades del Programa Operativo, destacan, en los distintos niveles administrativos, otros organismos especialmente dinámicos en la organización de actividades públicas durante este período:

- + La Dirección General de Coordinación de Competencias con las Comunidades Autónomas y las Entidades Locales, en el marco de la Administración General del Estado, que ha realizado tanto jornadas de presentación de las posibilidades de cofinanciación como de los resultados de los proyectos ya iniciados, particularmente concentrados en la anualidad 2009. Asimismo la Dirección General de Política de la PYME ha mantenido una importante actividad centrada, de forma prioritaria, en la celebración de jornadas de trabajo en la que se ha puesto de manifiesto los avances y oportunidades de la Política de la PYME con los Fondos Estructurales como referente en las diferentes Comunidades Autónomas españolas. Sin embargo, algunas de estas jornadas no están claramente especificadas, por lo que su interpretación adolece de una cierta debilidad.
- + Los Ayuntamientos de Ferrol y Lugo, en el contexto de la Iniciativa Urbana. En este caso las actuaciones se han centrado en dos ámbitos fundamentales: la difusión de las ayudas y las reuniones de trabajo realizadas entre los diferentes colectivos implicados.
- + El ente público Portos de Galicia, por lo que se refiere a la Administración Regional, ha mantenido, asimismo una importante actividad de comunicación centrada, esencialmente, en actos de inicio y presentación de los proyectos y visitas a obras.

Le sigue en importancia, la Consellería de Medio Ambiente, Territorio e Infraestructuras con la inauguración de ocho infraestructuras. No obstante, los registros recogidos en la aplicación INFOCO por parte de esta adolecen de una debilidad en tanto no se identifica la contribución del FEDER.

Desde una perspectiva temporal, se aprecia una relativa aceleración en la organización de actos y eventos relacionados con la Política Regional. De hecho, si en 2007 la ejecución fue de 34, desde 2009 se ha observado una tendencia constante en torno a las 100 actuaciones anuales. Asimismo, se observa una diversificación en cuanto a la temática y los organismos responsables: El avance en el desarrollo de los proyectos cofinanciados y el sucesivo arranque de nuevas operaciones ha abierto las posibilidades de realización de actos relacionados con la publicidad e información de los objetivos específicos de estas actuaciones y los primeros resultados obtenidos, así como de una mayor diversificación de los gestores implicados (mientras que entre 2007 y 2009 los organismos que organizaron alguna actuación ascendieron a 18, en el conjunto del período estos se han incrementado hasta un total de 35).

Esta circunstancia ha posibilitado que, con el paso del tiempo, la iniciativa y el impulso inicial de la Dirección General de Fondos Comunitarios y la Dirección Xeral del Proxectos y

Fondos Europeos vayan dando paso a los Órganos gestores de proyectos. Además, se ha podido llegar a un público cada vez más numeroso, de modo que el promedio de asistentes a actos públicos a lo largo del año, que había sido de 1.761 entre 2007 y 2009, ha ascendido a 11.744 entre 2010 y 2013.

Respecto a las **acciones de difusión en medios de comunicación (Indicador 2)**, la ejecución ha resultado muy significativa, permitiendo alcanzar el objetivo definido para el conjunto del período. El número de acciones de difusión hasta septiembre de 2013 asciende a 2.306, lo que supone el 100,3% del valor programado. La observación realizada en la Evaluación Intermedia que instaba a incrementar el objetivo ha resultado eficaz en la estimación, quedando recogidas las posibilidades reales de ejecución de este tipo de actividades en el Plan de Comunicación.

Desde el punto de vista institucional el reparto de las actuaciones entre los organismos de la AGE, las Corporaciones Locales y los organismos de la Xunta de Galicia ha sido muy equilibrado (con porcentajes de 36,7%, 35,8% y 27,5%, respectivamente).

En lo relativo a las herramientas utilizadas, la mayor parte de estas actuaciones ha correspondido a la publicación en los correspondientes Diarios Oficiales y/o perfiles/plataformas de contratación de las operaciones cofinanciadas que se han tenido que licitar (46,3%), recurso que ha sido especialmente notorio en el caso de los organismos de la Xunta de Galicia, llegando a alcanzar el 76% del total de registros realizados en el conjunto del período.

Le siguen en importancia las noticias en prensa, incluida la digital, banners o publicaciones en noticias en webs de los propios organismos responsables. Éstas han supuesto el 38% del total de las actuaciones realizadas, representando el recurso prioritario en el caso particular de las corporaciones locales (con un porcentaje que se eleva hasta el 64,3%).

En el extremo opuesto, corresponde a las emisiones en radio y televisión el menor número de operaciones (con un total de 68, es decir el 3% de las realizadas). Sin embargo, éstas destacan por su significativo coste que en media se sitúa en torno a los 5.300 euros, lo que supone, de modo agregado, un 26% del coste total de las actividades de difusión en medios de comunicación.

En el ámbito particular de la Xunta de Galicia, el mayor dinamismo en la publicidad realizada en los medios de comunicación ha correspondido a la Dirección Xeral de Proxectos e Fondos Europeos que en el proceso de presentación del Programa Operativo ha llevado a cabo una importante tarea de difusión tras la aprobación del mismo, a lo que se une con posterioridad la importante actividad difusora a través de notas de prensa y anuncios de la importancia de la Política de Cohesión y sus resultados en Galicia.

Asimismo, la temática medioambiental ha tenido una notable relevancia, en el marco de la actividad de la Consellería de Medio Ambiente, Territorio e Infraestructuras (mediante la publicación de los anuncios y resoluciones en los correspondientes boletines oficiales), con especial significación de la Secretaría Xeral de Calidade e Avaliación Ambiental.

La evolución temporal de la ejecución de estas actividades se ha mantenido a un buen ritmo desde el comienzo del período, destacando el repunte experimentado en 2009, como consecuencia de la puesta en marcha de un volumen creciente de proyectos que han repercutido en publicaciones en los boletines oficiales, pero también en la aparición de noticias y notas de prensa a medida que se ha ido obteniendo resultados de las mismas.

El tercer tipo de actividades de información y publicidad que recogen los indicadores de seguimiento y evaluación es el relativo a **publicaciones editadas (Indicador 3)**. En este sentido se han realizado un total de 269 publicaciones con la finalidad de dar a conocer entre la ciudadanía la UE y sus políticas, especialmente la Política Regional Comunitaria y el PO del FEDER Galicia 2007-2013. En definitiva, la práctica totalidad de las previstas (99,6%).

La distribución de las publicaciones realizadas por tipo de instituciones implicadas tiene cuatro protagonistas fundamentales que aglutinan en conjunto prácticamente el 39% del total de las publicaciones realizadas a 10 de septiembre de 2013.

- + Corresponde a las Iniciativas Urbanas el mayor recurso a este tipo de instrumentos dado que representan el 32,7% de las publicaciones realizadas. La dimensión de su actividad resulta especialmente patente si tenemos en cuenta que únicamente les corresponde el 1,46% de la ayuda FEDER programada.

De forma particular, son los Ayuntamientos de Ferrol y Santiago de Compostela los más activos en este sentido, con una marcada prioridad para la edición de folletos, dípticos y trípticos, aunque en el caso de la Iniciativa Urbana de Santiago de Compostela conviene destacar el mayor uso de los recursos digitales (como boletines electrónicos o DVDs).

- + En el ámbito de la Administración General del Estado el organismo más activo ha sido la Dirección General de Coordinación de Competencias con las Comunidades Autónomas y las Entidades Locales. Sus actuaciones se han centrado en la presentación de proyectos (a través de la publicación de folletos, dípticos y trípticos), la edición de material para el desarrollo de los proyectos (libros, catálogos, guías o unidades didácticas) y la presentación de los resultados de los mismos (guías y CDs de buenas prácticas).

- ✦ Por su parte, de forma global, la Xunta de Galicia ha editado un total de 73 publicaciones, correspondiendo el 30,1% de las mismas a la Dirección Xeral de Proxectos e Fondos Europeos. Además de la edición de publicaciones para la presentación del PO, y posteriormente de trípticos que facilitan el seguimiento del mismo, destaca, por su relevancia y periodicidad, la edición de las revistas Gallega de Economía y Ultraia. Particularmente en el caso de esta última su importancia adquiere un carácter cualitativo, en la medida en que su contenido se centra en temas de actualidad, opiniones y proyectos relacionados con los Fondos comunitarios, bien sean estructurales (FEDER-FSE) o sectoriales (FEADER-FEP) y abarca los Objetivos europeos de Convergencia y de Cooperación Territorial.

Los efectos de estas actuaciones, medidos a través de los indicadores de resultado, ponen de manifiesto el compromiso de todas las entidades en la distribución del material publicable elaborado tanto en lo relativo al uso del máximo volumen de puntos de distribución (con un total de 130, es decir el 90,3% de los previstos) como del porcentaje de las publicaciones distribuidas (el 97,2%).

En ambos casos la evolución reciente ha sido positiva. Si bien resulta especialmente relevante el incremento observado en los puntos de distribución (que en la Evaluación Intermedia se situaba en el 61,8%), lo que ha permitido ampliar de forma significativa el público destinatario de las publicaciones, así como el impacto territorial en toda la Comunidad Autónoma.

En lo relativo a la distribución de las publicaciones ésta puede considerarse muy eficiente, en la medida en que se han repartido prácticamente todos los ejemplares editados. Existe, sin embargo, alguna excepción que cabe tener presente: las publicaciones realizadas por Dirección Xeral de Conservación da Natureza en 2012 únicamente han sido distribuidas entre un 20% y un 50%. No obstante, cabe pensar que este dato, tiene un carácter provisional en el momento del volcado y que en la actualidad la distribución haya alcanzado porcentajes más significativos.

Las ediciones que se han publicado a lo largo de todo el período han mantenido las tendencias observadas en 2010: Así, el mayor recurso corresponde a la edición de folletos, dípticos, trípticos y catálogos (66,8% del total). Resultan también significativas, aunque lejos de las anteriores, las publicaciones electrónicas (9,9%), la edición de revistas (8,8%) y la publicación de manuales u otros materiales para el asesoramiento (6,9%).

Por gestores, varios son los rasgos característicos: Por una parte, son múltiples los gestores que han concentrado su actividad en este ámbito en la publicación de folletos, dípticos, trípticos y catálogos. Por otra parte, la Xunta de Galicia, en su conjunto, se ha caracterizado por la diversificación de los soportes empleados. Dicha diversidad es consecuencia directa de la actuación de la Dirección Xeral de Proxectos e Fondos Europeos

que ha editado revistas y folletos, dípticos, etc., pero también manuales o material de asesoramiento, CDs, publicaciones electrónicas y otras publicaciones externas.

Además, el desarrollo de la estrategia de comunicación de PO FEDER Galicia 2007-2013 ha motivado la creación diversas **páginas Web (Indicador 4)**, que dan soporte a numerosas actuaciones de difusión de la Política de Cohesión y su aplicación en la región. Destacan entre dichas páginas las de la Autoridad de Gestión y el Organismo Intermedio regional.

Con ellas, se ha dado la máxima transparencia a la aplicación de los recursos procedentes de la Política Regional Europea y se ha garantizado el conocimiento del papel jugado por la UE a la hora de ayudar a impulsar los avances en aquellas áreas que cofinancia el FEDER.

Ambas comparten tres características fundamentales: su objetivo (lograr la máxima transparencia en la definición e implementación de la Política Regional Europea y garantizar el conocimiento del papel jugado por la UE en el impulso de los avances en aquellas áreas que cofinancian los Fondos Estructurales); su dilatada trayectoria (llevan en funcionamiento desde el anterior período 2000-2006); y la revisión constante de los contenidos, lo que las convierte en una herramienta de referencia en la obtención de información actualizada de la Política de Cohesión en España y, de forma particular, en Galicia.

Además, en ambos casos, y en relación con la estrategia de comunicación, se han habilitado espacios específicos relativos a la información y publicidad comunitarias, en las que se recoge información detallada acerca de Planes de comunicación y guías para su seguimiento y evaluación; actos de comunicación y buenas prácticas. A ello se unen elementos particulares en cada una de ellas como la información relativa a las redes de comunicación en el caso de la Dirección General de Fondos Comunitarios y la información sobre el uso de logos y la celebración de jornadas y cursos en la Consellería de Facenda.

La cobertura lograda por estas páginas web, medida a partir del número de visitas que han tenido en media, ha sido significativa, alcanzando las 85.482 consultas al año. Este dato, si bien resulta muy positivo, particularmente si tenemos en cuenta el incremento experimentado en relación con la Evaluación Intermedia, donde no llegaba a las 62.000 visitas anuales, no alcanza el objetivo establecido en el Plan de Comunicación que se sitúa en las 96.000 visitas (representando únicamente el 89%).

Una de las herramientas tradicionales para la publicidad de los Fondos Estructurales es la **cartelería (Indicador 5)** –que incluye vallas, placas, carteles, entre otros soportes–, a través de la cual se da visibilidad a las operaciones cofinanciadas. La Evaluación Intermedia dejó constancia de que, pese a que desde el inicio del desarrollo del Plan de Comunicación, la cartelería había resultado un instrumento de referencia, este tipo de soportes cobraría mayor significación con el avance en el desarrollo del propio PO. En

efecto, durante los años 2010-2013 se han realizado el 71,4% del número de soportes publicitarios previstos.

Sin embargo, se observa un cambio significativo en lo relativo a los organismos protagonistas con respecto a 2010. La Administración Regional es la que concentra, para el conjunto del período 2007-2013, la mayor parte de los soportes publicitarios generados (58,5%), superando a la Administración General del Estado (26,6%) que ostentaba el protagonismo durante los primeros años.

Particularizando el análisis por Órganos gestores, además, se observa otro elemento a destacar: la diversificación que se plasma en un incremento del número de organismos ejecutores (37,5%). Entre ellos es necesario subrayar la actividad llevada a cabo por los encargados de ejecutar las obras de infraestructuras en la región gallega, así como proyectos territorialmente más cercanos al individuo y de cooperación local:

- + Por lo que se refiere a las actuaciones vinculadas a la Administración y la cooperación locales destacan, como no puede ser de otra manera, la Dirección General de Coordinación de Competencias con las Comunidades Autónomas y las Entidades Locales en lo que se refiere a la Administración General del Estado, la cual ha aglutinado el 30,9% del total de las actuaciones llevadas a cabo por organismos de la misma, tras la reestructuración de la información llevada a cabo a raíz de las recomendaciones realizadas en el proceso de evaluación. Además, la descripción realizada de las actuaciones cuentan con una especificación de la contribución del FEDER en la mayor parte de los casos, lo que facilita la visualización de la Política Regional Europea en Galicia en el ámbito de las tareas de seguimiento y evaluación.

Por el lado de la Xunta de Galicia, la Dirección Xeral de Administración Local, a la que ha correspondido el 34% de las actuaciones puestas en marcha por la Xunta de Galicia.

- + El Ayuntamiento de Ferrol, en el contexto de la Iniciativa Urbana ha mantenido, asimismo, una importante actividad en lo que a cartelería se refiere, correspondiéndole el 47,1% de las actuaciones desarrolladas, de forma específica, por las Corporaciones Locales, observándose entre las mismas una menor concentración. Además, la información disponible en INFOCO está actualizada (recogiendo actuaciones hasta el mes de septiembre de 2013), aspecto que permite aportar una perspectiva considerablemente amplia de la consecución de los objetivos para el total del período.

La sexta categoría de actividades de información y publicidad en las que se organiza el sistema de indicadores del Plan de Comunicación tiene que ver con las **instrucciones emitidas hacia los participantes del Programa Operativo (Indicador 6)**. Esta actividad se refiere a la distribución de toda la documentación hacia los organismos gestores y beneficiarios de las ayudas comunitarias con el fin de conseguir la máxima transparencia

de las actuaciones a cofinanciar y facilitar la información necesaria para una eficiente ejecución de la ayuda FEDER.

Los importantes resultados obtenidos en este sentido deben valorarse desde dos puntos de vista: el importante incremento que se ha producido en las expectativas inicialmente recogidas en el Plan de Comunicación y el grado de consecución de tales objetivos.

En relación con la revisión de las previsiones iniciales de distribución de documentación interna (ver apartado 3.1 del presente informe), ésta se ha multiplicado por más de tres. De hecho, es el indicador que mayor incremento ha experimentado en lo relativo a sus objetivos desde 2010, lo que pone de manifiesto la preocupación de las Autoridades del Programa y del resto de Organismos Intermedios en las tareas de facilitar la gestión, mejorar la eficiencia y maximizar la transparencia.

Desde la perspectiva práctica, se han distribuido un total de 671 documentos que han posibilitado un mejor conocimiento de las obligaciones en todos los ámbitos de la gestión de los fondos, incluidos los aspectos de comunicación, lo que supone el 89,5% del objetivo para 2007-2013. Este resultado se ha visto favorecido por el notable impulso experimentado entre los años 2010 y 2013 (durante los que se han realizado el 66,8% de las actuaciones), con un protagonismo creciente de los Organismos Intermedios y/u órganos gestores.

Sin duda, el compromiso por la Autoridad de Gestión del PO en este sentido ha sido muy destacado, elaborando y haciendo llegar diversos documentos de trabajo a todos los participantes en el proceso de la aplicación del Fondo, en su función coordinadora, mayoritariamente en los años iniciales. Así, entre 2007 y 2009 corresponde a la Dirección General de Fondos Comunitarios el 35,3% de la documentación emitida, entre 2010 y 2013 este porcentaje se ve reducido al 7,3%.

Este mismo papel de coordinación corresponde, en el ámbito de la Xunta de Galicia, a la Dirección Xeral de Proxectos e Fondos Europeos. Sin embargo, en este caso, las funciones del Organismo Intermedio regional se han materializado en una emisión más o menos constante de documentación interna desde 2009, con un ligero incremento en el año 2010 (si bien sería necesario concretar con mayor precisión la descripción de alguna referencia en la que se recoge la celebración de cursos cuando debería especificarse la entrega de instrucciones específicas en los mismos).

De forma paralela, también ha ejercido un papel de coordinador la Dirección General de Política de la Pequeña y Mediana Empresa (habiendo emitido un 13% de las instrucciones de la AGE). El tipo de documentación difundida ha sido, fundamentalmente, cartas, actas, notificaciones, información en torno a las Mesas de Directores Generales, manuales e información sobre resoluciones. Desde una perspectiva temática las instrucciones en torno al Programa Innoempresa son las que tienen una mayor representatividad.

Asimismo, la Confederación Hidrográfica del Miño ha realizado un esfuerzo notable por distribuir instrucciones con relación a los acuerdos y decisiones procedentes de la Autoridad de Gestión, en los distintos foros y encuentros. Esta actividad, que ya se puso en relieve en la Evaluación Intermedia, se ha intensificado, particularmente, en las anualidades 2012 y 2013, con la distribución de oficios y proyectos.

Respecto a la cobertura lograda de organismos que han accedido a dicha información ésta asciende prácticamente a la totalidad (99%). De hecho la diferencia con respecto al 100% se debe a dos elementos:

El error en el volcado de la información localizado en algunos registros (el Plan de comunicación del proyecto Marisma realizado por el Ayuntamiento de Redondela –en el marco de la actividad de la Dirección General de Coordinación de Competencias con las Comunidades Autónomas y las Entidades Locales–; y recordatorio de medidas de publicidad del PO FEDER de Galicia e indicaciones para nota de prensa, de la Dirección General de Programación Económica y Presupuestos) que recogen una cobertura de organismos del 1%.

Por otra parte, también condicionan estos resultados los reducidos niveles de cobertura recogidos en muchas de las actuaciones de la Subdirección General de Fomento de la Sociedad de la Información –que se sitúan entre el 38% y el 60%–. No obstante, la evolución temporal ha permitido observar una tendencia a la mejora en la eficiencia de la distribución, en la medida en que la práctica totalidad de los registros correspondientes a los años 2009 a 2012 tienen una cobertura del 100% (con una única excepción).

Por último, el indicador de número de **redes existentes de información y publicidad (Indicador 7)** para facilitar la puesta en marcha e implementación práctica de la estrategia de comunicación diseñada asciende a 4, tras la reciente consideración de la Subcomisión de Información y Publicidad de Fondos Europeos, creada en julio de 2012 con la finalidad de facilitar la coordinación y la gestión integral de los Planes de Comunicación de los PO FEDER y FSE de Galicia 2007-2013.

Esta incorporación permite recoger en el indicador la triple dimensión de las redes de comunicación instauradas a nivel regional (la referida Subcomisión de Información y Publicidad de Fondos Europeos de la Xunta de Galicia); a nivel nacional (GERIP y GRECO-AGE) y a nivel comunitario (INFORM).

Hasta la fecha, se han celebrado 55 reuniones por el total de redes de comunicación. La actividad de las redes se ha mantenido relativamente constante a lo largo del tiempo, con una ligera disminución de las redes nacionales en los últimos años, como consecuencia del adecuado funcionamiento de los mecanismos instaurados y, por consiguiente, de la menor necesidad de celebración de reuniones a lo largo del año tanto en el GERIP como en el GRECO-AGE, que ha sido compensada por el inicio de la actividad de la red regional.

No obstante, se prevé que en los próximos meses, con la aprobación de los Reglamentos del período 2014-2020 y de los correspondientes Programas Operativos y la necesidad de definir la estrategia de comunicación que deberá ser aprobada en la primera reunión del Comité de Seguimiento, se incrementará el número de convocatorias de las redes, particularmente en el ámbito nacional, aproximando en mayor medida el cumplimiento del objetivo.

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

El sistema de seguimiento de las medidas del Plan de Comunicación está orientado a cumplir con lo establecido al respecto en el artículo 4 del Reglamento (CE) Nº 1828/2006. Su objetivo es garantizar que se dispone en todo momento de la información necesaria para atender los requerimientos de la normativa comunitaria.

De acuerdo con dicho sistema, son dos los principales elementos establecidos para el seguimiento del Plan de Comunicación: la aportación de información periódica sobre su aplicación al Comité de Seguimiento y la inclusión en los informes anuales de y final de detalle sobre actuaciones de comunicación desarrolladas, el cumplimiento de las responsabilidades de la autoridad de gestión y los cambios incluidos en el Plan de Comunicación.

- + **Comunicación de información al Comités de Seguimiento.** Las reuniones del Comité de Seguimiento de los PO FEDER de Galicia celebradas hasta la fecha han recibido información de la Autoridad de Gestión y el Organismo Intermedio sobre el Plan de Comunicación y los avances en su aplicación; las medidas del Plan llevadas a cabo; los medios de comunicación utilizados y el grado de ejecución física y financiera del Plan, a partir de los indicadores de seguimiento establecidos. Asimismo, también se ha explicado, desde 2009, ejemplos de buenas prácticas de comunicación que han permitido destacar los casos más relevantes en materia de información y publicidad.
- + **Inclusión de información en los informes anuales de ejecución de los Programas Operativos.** Estos informes han contenido un capítulo dedicado a presentar los avances en la aplicación del Plan de Comunicación, ofreciendo información cualitativa y cuantitativa sobre las medidas de información y publicidad llevadas a cabo en el marco del Plan de Comunicación; los medios de comunicación utilizados; las disposiciones relativas a la publicación, electrónica o por otros medios, de la lista de

beneficiarios, operaciones y fondos públicos asignados²; el grado de ejecución física y financiera de las medidas del Plan (indicadores de seguimiento), además de los casos de buenas prácticas.

Los informes han desarrollado de forma particular las **actuaciones realizadas por la Autoridad de Gestión** en respuesta a lo recogido en el artículo 7 del Reglamento (CE) Nº 1828/2006. Además, de la actividad informativa relativa a la publicidad del lanzamiento de los PO, es responsable de la organización de las siguientes medidas de información y publicidad:

- ✦ Una **actividad informativa anual importante**, de acuerdo con lo establecido en el Plan de Comunicación, en la que se presenten los logros del programa o programas operativos, incluidos, en su caso, los proyectos importantes. Los Actos Anuales de Política Regional y Fondos Europeos en España organizados desde el término de la Evaluación Intermedia han sido los siguientes:
 - ✓ En 2010, la DGFC, como Autoridad de Gestión del FEDER, organizó el Acto Anual en las instalaciones de la Universidad de Alcalá los días 25 y 26 de noviembre. A ella asistieron beneficiarios y potenciales beneficiarios de las ayudas comunitarias y representantes del mundo académico, para informar y debatir de los avances en las actuaciones llevadas a cabo y del futuro de la Política de Cohesión, abriendo, a su vez, la posibilidad de enseñar al público en general las mejores actuaciones cofinanciadas.
 - ✓ En 2011, el evento organizado por la Autoridad de Gestión del FEDER tuvo lugar los días 28 y 29 de noviembre en la sede de la Universidad Complutense en Aranjuez. En el mismo, además de difundir los logros alcanzados ese año por la Política Regional en España, se reflexionó acerca de su futuro, marcado por la aprobación de la Estrategia Europa 2020.
 - ✓ En 2012, el Acto Anual que organizó la DGFC en Sevilla se hizo coincidir con la jornada sobre “Estrategias de investigación e innovación para la Especialización Inteligente (RIS3) 2014-2020 en España”, debido a la gran relevancia que este tipo de actuaciones están tomando en el final del actual periodo de programación y, sobre todo, de cara al próximo 2014-2020.

² La publicación, electrónica o por otros medios, de la lista de los beneficiarios, los nombres de las operaciones y la cantidad de fondos públicos asignada a las operaciones constituye un deber de la Autoridad de Gestión, recogido en el artículo 7.2.d) del Reglamento (CE) Nº 1828/2006 y se plasmará en la publicación al menos en la página Web de la autoridad de gestión. El Plan de Comunicación del PO FEDER de Galicia ha tenido en cuenta este imperativo de la normativa comunitaria, previendo la publicación de dicha lista en la actuación 3 de las medidas destinadas al público en general.

- + **Izamiento de la bandera de la Unión Europea** durante una semana, a partir del 9 de mayo, delante de los locales de las autoridades de gestión. Esta obligación reglamentaria se ha cumplido rigurosamente, tanto por la Dirección General de Fondos Comunitarios del Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas, como por UAFSE y la Dirección Xeral de Proxectos e Fondos Europeos (Consellería de Facenda) de la Xunta de Galicia, reportándose al respecto en los Informes Anuales. De hecho, con ocasión del Día de Europa se han organizado diversos actos y celebraciones que han permitido aumentar la visibilidad de la UE y los Fondos.
- + **Publicación, electrónica o por otros medios, de la lista de beneficiarios**, los nombres de las operaciones y la cantidad de fondos públicos asignada a las operaciones. En este sentido, la decisión adoptada en el GERIP fue, por una parte, que la citada lista apareciese en la página Web de las Autoridades de Gestión y que los Organismos Intermedios estableciesen enlaces con la misma y, por otra, que dicha lista se elaborase a partir de la información contenida en cada momento en las aplicaciones FONDOS 2007 y FSE 2007. La información contenida en la citada lista se actualiza continuamente.

Asimismo a partir de la anualidad 2009 los Informes Anuales de los Programas Operativos presentan también la *ejecución basada en indicadores*, así como *ejemplos de buenas prácticas en comunicación* puestas en marcha en el marco de este Plan de Comunicación, que quedan recogidas y analizadas en detalle en el capítulo 9 del presente Informe.

Finalmente, desde el año 2011 se han incorporado también *buenas prácticas de actuaciones cofinanciadas*. Este elemento constituye un eslabón más dentro de la política de comunicación, dado que permite destacar en los informes anuales las actuaciones más representativas cofinanciadas con el FEDER en la región gallega.

En consecuencia, se puede afirmar que los Informes Anuales contienen una información muy completa y de calidad sobre las actividades de información y publicidad, que debe servir de referencia para el próximo período de programación 2014-2020.

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

De acuerdo con lo planteado en el apartado 4.2 y, previamente, en la Evaluación Intermedia, el sistema de seguimiento de la ejecución de las medidas de comunicación, se basa en la recopilación y registro informatizado de indicadores, la identificación de buenas prácticas y el reporte de los avances logrados a este respecto en los correspondientes Informes Anuales de Ejecución del PO para su presentación a los Comités de Seguimiento.

De forma complementaria, se dispone de tres elementos básicos que han contribuido a su efectividad: la existencia de un responsable de comunicación en cada uno de los Organismos Intermedios del PO; la definición de los procedimientos y la generación de documentos e instrucciones para su implementación eficiente; y la actividad de las redes de comunicación (Subcomisión de Información y Publicidad de Fondos Europeos, GERIP y GRECO-AGE).

Dichos elementos han continuado su proceso de mejora y consolidación desde 2010, en los siguientes términos:

- + La figura del responsable de comunicación en el ámbito de los Fondos Estructurales ha cobrado una dimensión significativa entre los organismos de la AGE y las corporaciones locales.

Sin embargo, en el marco de la Xunta de Galicia se observa una mayor deficiencia en este sentido, dado que únicamente el 39% de los órganos gestores reconoce contar con un responsable específico en materia de información y publicidad de los Fondos Estructurales.

La reciente creación de la Subcomisión de Información y Publicidad de Fondos Europeos constituye un instrumento de utilidad para solventar esta situación. En la misma participan los representantes de los órganos gestores en materia de comunicación, por lo que se recomienda realizar una labor de concienciación entre los órganos gestores en cuanto al papel representado por estos responsables.

De este modo se favorecería una definición más clara de las responsabilidades, dando con ello respuesta a uno de los ámbitos que, de acuerdo con la opinión de los órganos gestores, podría mejorarse de cara al nuevo período de programación.

- + La labor de comunicación ha afectado a todas las parcelas de la gestión del FEDER. De hecho, prácticamente el 82,4% de los órganos gestores que participan en el PO reconocen haber recibido instrucciones específicas e información actualizada para un mejor seguimiento y gestión de las actuaciones desde 2010.

Asimismo, la emisión de instrucciones hacia los beneficiarios finales de las ayudas por parte de los Organismos Intermedios u órganos gestores ha sido notable, puesto que el 97% de los aquellos que no son beneficiarios declaran haber distribuido instrucciones específicas a los mismos.

Estos documentos e instrucciones han consolidado los elevados niveles de transparencia que ha caracterizado la gestión de los recursos comunitarios del PO FEDER de Galicia.

- + La relevancia del papel desempeñado por las *redes de comunicación* (Subcomisión de Información y Publicidad de Fondos Europeos, GERIP y GRECO-AGE) es reconocida ampliamente por todos los implicados en el desarrollo de la estrategia. De hecho resulta muy bien valorado entre los diferentes órganos gestores y, de forma particular, entre los organismos de la Administración General del Estado (que en un 94% considera que el trabajo en partenariat, a través de las redes de comunicación creadas es uno de los elementos que mejor ha funcionado dentro del Plan de Comunicación del PO FEDER de Galicia 2007-2013).

En el seno de GERIP y GRECO-AGE las decisiones se adoptan en estrecha colaboración entre la Autoridad de Gestión y todos los Organismos Intermedios regionales de los Programas Operativos. Dicha cooperación ha estado presente desde la fase de programación de las actuaciones y se ha extendido posteriormente para acordar los mecanismos de ejecución, seguimiento, evaluación y selección de buenas prácticas (tanto de comunicación, como de proyectos cofinanciados).

El GERIP que se ha configurado como el foro principal de discusión en materia de comunicación (abarcando todas las tareas que definen el procedimiento desde la programación hasta la evaluación final, pasando por la ejecución y el seguimiento). En ella vienen participando de forma muy activa, como ya se ha comentado, los responsables de comunicación de las Autoridades de Gestión y de las Comunidades Autónomas. Por su parte, GRECO-AGE se ha instaurado en un instrumento fundamental para la coordinación del desarrollo del Plan de Comunicación entre los organismos de la AGE, constituyendo un elemento fundamental para la formación, intercambio de información, etc.

Como ya aseveraba la Evaluación Intermedia, entre las principales ventajas que la mayor implicación de estas redes de actores ha tenido sobre los dispositivos de seguimiento, cabe reconocer por un lado, el mejor conocimiento de los aspectos de publicidad del PO (recursos disponibles, estrategia y objetivos, medidas a realizar, etc.); y por otro, la legitimidad para poder coordinar y asesorar a todos los beneficiarios del Programa en materia de información y publicidad de Fondos Estructurales.

Tales ventajas se han trasladado, desde 2012, al ámbito regional, si bien la escasa trayectoria de la Subcomisión de Información y Publicidad de Fondos Europeos hace que los positivos resultados aún no sean tan manifiestos.

Con todo ello se da sobrado cumplimiento a la recomendación de la Comisión Europea de potenciar el trabajo en red durante este período de programación. Aspecto que deberá tener continuidad en el período 2014-2020, de acuerdo con lo recogido en el artículo 107 de la *propuesta de Reglamento por el que se establecen disposiciones comunes relativas al FEDER, al FSE, al Fondo de Cohesión, al FEADER y al FEMP,*

incluidos en el Marco Estratégico Común, y por el que se establecen disposiciones generales relativas al FEDER, al FSE y al Fondo de Cohesión, que promueve la creación de una red nacional de comunicación de los Fondos. Si bien las actuales deberá ampliarse para dar cabida a los órganos gestores de los Programas de Cooperación.

Desde una perspectiva instrumental también se han producido avances en los referentes fundamentales que permiten concluir en la mejora de la calidad del sistema establecido.

- + El sistema de indicadores es válido para la observación del grado de eficacia de la ejecución, como ya probaba la Evaluación Intermedia.

De hecho es el elemento del Plan de Comunicación mejor valorado en todos los niveles de la Administración (tanto entre los organismos de la AGE, como de la Comunidad Autónoma y entre las Corporaciones Locales).

En este sentido, las dificultades iniciales detectadas para la interpretación de algunos indicadores se han resuelto significativamente, aunque aún persisten algunos errores (ver apartado 4.1) por lo que sería recomendable, de cara al nuevo período de programación, arrancar el seguimiento de las actuaciones de comunicación con una formación específica en relación con los mismos a todos los órganos implicados, capitalizando el proceso de aprendizaje en 2007-2013.

- + El sistema de evaluación se ha distinguido por su excelencia desde el inicio de la programación. No en vano, se ha reconocido como una buena práctica y se ha convertido en un referente a escala comunitaria. Además, los resultados de la Evaluación Intermedia han servido para mejorar la gestión de las actividades de información y publicidad y procurar elevar el impacto de las mismas (ver capítulo 2).

Al igual que el sistema de indicadores, el procedimiento de evaluación se ha destacado como uno de los elementos de mayor calidad del Plan de Comunicación, particularmente entre los organismos pertenecientes a la AGE.

- + Los procedimientos de verificación han sido, igualmente, útiles para asegurar la certificación regular del gasto realizado, como se desprende del análisis realizado en el capítulo 5 del presente Informe y en el trabajo de campo, en el que los órganos gestores dejan constancia en la práctica totalidad de que no se han producido incidencias relevantes en materia de información y publicidad detectadas en las tareas de control previo de los gastos realizados, al tiempo que garantizan el cumplimiento de los requisitos en materia de comunicación a través de la conservación de una prueba documental de los mismos resulta imprescindible. No obstante, para evitar los casos marginales en los que pudiera darse alguna incidencia en este sentido, sería conveniente incidir en la necesidad de conservar la pista de auditoría para dar cumplimiento a los requisitos de comunicación.

Pese a esta valoración general positiva, existen algunas cuestiones en las que aún existe cierto margen de mejora. En concreto, los órganos gestores y/u Organismos Intermedios señalan las relacionadas con la integración de las aplicaciones informáticas para la gestión de las actividades de comunicación, una definición más clara de las responsabilidades y, en menor medida, también una mayor flexibilidad y simplificación de ciertos procesos.

En síntesis, *la valoración de la calidad de los procedimientos establecidos es favorable, puesto que facilita el cumplimiento de las obligaciones existentes en esta materia, permite detectar posibles problemas y resolver las dificultades identificadas, al tiempo que garantizan una correcta difusión de una imagen homogénea y clara en las acciones de comunicación de todas las actuaciones cofinanciadas durante el periodo 2007-2013.*

Además, se ha detectado una novedad en la temática de las actuaciones de comunicación que se amplía para recoger la información general relativa al próximo período de programación, las propuestas de Reglamento de los Fondos del Marco Estratégico Común (MEC) actualmente en negociación y un conjunto de documentos de trabajo sobre determinados aspectos a tener en cuenta de cara al 2014-2020. Toda esta documentación está accesible en la página Web de la Dirección General de Fondos Comunitarios (<http://www.dgfc.sggp.meh.es/sitios/dgfc/es-ES/ipr/fcp1420/Paginas/inicio.aspx>), así como en la web de la web de la Dirección Xeral de Proxectos e Fondos Europeos (<http://www.conselleriadeconomia.es/web/facenda/areas-tematicas/planificacion-e-fondos/periodo-2014-2020>).

En cuanto a la **asignación y adecuación de los recursos destinados a la comunicación**, la dotación de recursos humanos y materiales para la implementación del Plan de Comunicación del Programa Operativo se ha evaluado en el apartado 3.3 del presente Informe.

Allí ya se señalaba que el *presupuesto* de 2,9 millones de euros previsto por el Plan se considera apropiado para el cumplimiento de los objetivos establecidos. A septiembre de 2013, el gasto total ejecutado en actuaciones de comunicación de los diferentes organismos involucrados en el PO ha ascendido a 3.244.076 euros. Esta cantidad supone el 111,9% de los recursos asignados.

Tras la revisión del presupuesto realizada después la Evaluación Intermedia, y teniendo en cuenta la notable consecución de los objetivos tanto en los indicadores de realización como de resultado (como se ha señalado en el apartado 4.1), se puede concluir que los medios financieros asignados al desarrollo de la estrategia de comunicación han sido adecuados, permitiendo un eficiente desarrollo de la misma.

Por lo que respecta a *los equipos de trabajo* dedicados a los temas de comunicación del FEDER, hay que señalar que su dotación se ha mantenido inalterada en lo relativo a los responsables del Plan de Comunicación y, en general, siempre existe, al menos, una

persona encargada de las cuestiones de información y publicidad en cada Organismo Intermedio, habiéndose incrementado, además, el número de órganos gestores que cuentan con esta figura en el ámbito regional.

Sin embargo, se han producido cambios puntuales en algunos de ellos desde 2010, como consecuencia de la rotación de personal, lo que en algún caso se ha traducido en una falta de conocimiento de las actuaciones desarrolladas con anterioridad a su incorporación. Ello pone de manifiesto la *necesidad de elaborar y redactar procedimientos de comunicación en todos los órganos gestores y Organismos Intermedios* que faciliten la asunción de funciones en la materia sin necesidad de amplios períodos de aprendizaje.

Otro de los elementos fundamentales que afecta a la calidad de la ejecución de las medidas es la disponibilidad y organización de **aplicaciones informáticas**. En este sentido, desde el primer momento se ha contado con la aplicación informática INFOCO, que posibilita el almacenamiento adecuado de la información.

INFOCO ofrece importantes ventajas para el desempeño óptimo del Plan de Comunicación:

- + Permite examinar cuantitativamente datos de ejecución, lo que aporta información sobre el desarrollo y la implementación del Plan, y facilita la definición de objetivos de la estrategia. Adicionalmente, y dada la posibilidad de atribuir a cada agente sus logros, facilita el ajuste y la adecuación de los objetivos asignando la cuota de responsabilidad atribuible a cada uno de los agentes encargados de su cumplimiento.
- + Ofrece una visión objetiva de los recursos disponibles, así como de la administración de los mismos, aportando elementos para estimar su rendimiento. Con esta información existen mayores posibilidades de propugnar un uso eficiente de los recursos, estimulando un mejor aprovechamiento de los mismos.
- + Mejora la coordinación de las iniciativas que se plantean y la eficacia de las actuaciones a llevar a cabo en materia de información y publicidad.

Hay que señalar que el potencial de esta herramienta depende de la colaboración de todos los organismos gestores de actuaciones cofinanciadas y el cumplimiento de los criterios metodológicos en torno a los indicadores, para que la información esté disponible y satisfaga las necesidades que precisan las tareas de seguimiento y evaluación.

En este sentido, se han detectado dos ámbitos en los que es necesario continuar mejorando:

- + La ubicación de las actuaciones en el indicador correspondiente y la adecuada descripción de los mismos, detalladas en el apartado 4.1 del presente informe. Pese a

los avances experimentados en este sentido tras la asunción de las recomendaciones realizadas en el marco de la Evaluación Intermedio, persisten algunas deficiencias en este sentido que sería conveniente afrontar de cara al arranque del nuevo período de programación.

- + Aunque se ha producido una cierta mejora, al aprobarse, en el seno del GERIP, el compromiso de grabar indicadores un mínimo de dos veces al año, es preciso señalar que su acatamiento no ha sido extensible a todos los organismos, y aún existe una cierta tendencia a concentrar la carga de indicadores en los meses previos a la elaboración de los Informes Anuales de Ejecución.

Por otra parte, tal y como se ha planteado en el capítulo 2, no se ha implementado una aplicación en el ámbito regional, pese a que el 54% de los órganos gestores sitúan éste como un elemento a considerar.

Por último, en lo que se refiere a la **comunicación y coordinación con otros órganos**, las cuestiones de información y publicidad del PO han formado parte de la agenda de trabajo de otras instancias relacionadas con el seguimiento y la evaluación de las intervenciones. Así, se han mantenido cauces de información muy fluidos, tanto con los Comités de Seguimiento del PO, como con el Comité Consultivo de Seguimiento Estratégico y Evaluación y el Grupo Técnico de Evaluación para el FSE.

Esta coordinación a nivel interno también se ha extendido con los servicios de la Comisión Europea. Así, la comunicación se ha convertido en un tema habitual de discusión, no sólo en el marco de las redes comunitarias constituidas al efecto (INFORM e INIO), en las que han seguido participando representantes de las Autoridades de Gestión, sino también en los propios Encuentros Anuales. En este sentido, se ha destacado la importancia dada a la visibilidad de los fondos en este período de programación, así como la necesidad de crear una base de datos de buenas prácticas y que ésta se hiciese visible a todos los interesados y a la ciudadanía en general.

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

La Evaluación Intermedia del PO FEDER de Galicia constató que las herramientas diseñadas para la comprobación del cumplimiento de las obligaciones de información y publicidad resultaban eficaces. La cumplimentación de las listas de control del artículo 13 del Reglamento (CE) Nº 1828/2006 incluye una serie de *ítems* referidos exclusivamente a la verificación de los aspectos de comunicación relacionados con la certificación del gasto realizado en el marco de las distintas operaciones cofinanciadas.

En concreto se concluía que *“los procedimientos de revisión interna y de verificación, con el alcance y contenidos establecidos en los Reglamentos. Ello ha posibilitado la comprobación de las actuaciones aprobadas que se han efectuado y su adecuación tanto a la normativa de aplicación sobre información y publicidad en particular, como a los principios de una buena gestión en general, identificando problemas y dificultades, así como su incidencia efectiva en el cumplimiento de las obligaciones”*.

Con el fin de obtener una medida del grado de cumplimiento observado de las exigencias reglamentarias en materia de comunicación del FEDER, se ha diseñado una muestra de operaciones siguiendo los criterios determinados, a este respecto, por el GERIP:

- + Consideración del 30%, como mínimo, de los organismos gestores del Programa. En la práctica, constituyen la muestra seleccionada un 35,1% del total de los organismos gestores del PO.
- + Distribución de dichos beneficiarios seleccionados entre los Ejes del PO, con la excepción del relativo a Asistencia Técnica.
- + Selección de los beneficiarios dentro de cada Eje en función del peso de cada uno de ellos en la programación financiera del mismo.
- + Selección aleatoria de operaciones certificadas correspondientes a los distintos beneficiarios escogidos. Dichas operaciones representan más del 7% del gasto total programado para todo el período, lo que contribuye a determinar la representatividad de las conclusiones.

En este marco, las actuaciones elegidas de forma aleatoria han sido un total de treinta y siete (de veinte de los gestores participantes en el Programa), de acuerdo con la siguiente distribución:

- + Cuatro pertenecen al Eje 1, enmarcadas en los temas prioritarios 10 y 11, con un gasto elegible total de 14.415.753,98 euros.
- + Ocho se circunscriben al Eje 2 y se desarrollan en las categorías de gasto 08 y 09. El gasto elegible total de dichos proyectos asciende a 3.497.303,44 euros.
- + En el Eje 3 se han seleccionado, asimismo, un total de 8 operaciones desarrolladas en el marco de los temas prioritarios 45, 46, 51 y 53, las cuales representan un gasto elegible de 18.277.228,49 euros.
- + Al Eje 4 corresponde el gasto elegible revisado más elevado, 148.689.895,88 euros, que se distribuye en 7 operaciones de las categorías de gasto 17, 23, 29 y 30.
- + Las operaciones elegidas en el Eje 5 han sido un total de 6, que representan un gasto elegible de 2.878.068,93 euros y están distribuidas entre las categorías 57, 59 y 61.
- + Finalmente, pertenecen al Eje 6 las cuatro últimas operaciones analizadas, desarrolladas en el marco de los temas prioritarios 75 y 77 y que representan un total de 6.042.365,23 euros.

En cada uno de los casos se ha procedido al análisis de las listas de verificación específicas en materia de información y publicidad y/o las conclusiones recogidas en los informes de verificación sobre la materia, así como a las correspondientes a las verificaciones sobre el terreno que incluyen cuestiones vinculadas con la comunicación.

Las conclusiones obtenidas son muy positivas, en la medida en que ponen de manifiesto la atención a los requerimientos normativos y el mantenimiento de la pista de auditoría en materia de comunicación y publicidad. Así:

- + Se han cumplido las medidas de Información y Publicidad establecidas en los artículos 8 y 9 del Reglamento 1828/2006.
- + Se ha comunicado al beneficiario la cofinanciación con FEDER, la obligación de cumplir con la normativa regional, nacional y comunitaria y el hecho de que la aceptación de la ayuda implica la aceptación de su inclusión en una lista pública de beneficiarios.
- + Se ha constatado que las actividades de promoción y difusión (publicaciones, folletos, notas, webs, reuniones, etc.) han llevado una indicación visible de la participación del FEDER, incluyendo el emblema europeo y se ha dejada constancia de ello en cualquier soporte que permita su conservación.
- + Se ha constatado que el anuncio de licitación publicado en el DOUE, cuando procede, incluye una mención a la cofinanciación europea.

Los resultados ponen de manifiesto la inexistencia de incidencias cuantificables en materia de comunicación que no dan lugar a una corrección financiera (como la identificación de las facturas o documentos originales del gasto mediante sello, troquel u otro medio similar de forma que figure su condición de gasto cofinanciado por el FEDER). En tales casos se recoge la correspondiente recomendación en torno a la cual se ha procedido a la subsanación de la incidencia en cuestión.

Esta conclusión ha resultado, por otra parte, constatada a través del trabajo de campo realizado, del que se desprende que únicamente se han producido incidencias importantes en materia de información y publicidad en el contexto de las tareas de control previo de los gastos realizado en cuatro organismos. Y, en todos los casos, se ha optado por la subsanación de las mismas o, en su caso, por la no cofinanciación del proyecto afectado.

Así, el 100% de los órganos gestores y/u Organismos Intermedios aplica correctamente las características técnicas exigidas reglamentariamente para las medidas de información y publicidad, realizan un uso adecuado del eslogan “Una manera de hacer Europa” y han mencionado la participación del FEDER en las convocatorias y/o resoluciones de ayudas, al tiempo que recopilan y archivan el material de comunicación derivado de las operaciones cofinanciadas (con una única excepción en el ámbito de la Xunta de Galicia).

En conclusión, se aprecia un grado óptimo de seguimiento en el cumplimiento de los requisitos normativos en el ámbito de la comunicación, observándose que las actuaciones en las que se detectan incidencias tienen un carácter marginal y se enmarcan dentro de las denominadas incidencias no cuantificables (que únicamente dan lugar a una recomendación) o han sido objeto de subsanación.

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

La evaluación intermedia del presente Plan de Comunicación determinó que las medidas de información y publicidad sobre el PO FEDER de Galicia 2007-2013 y las correspondientes operaciones que el mismo engloba han tenido presente el principio de igualdad de oportunidades.

Ello se justificó, en primer lugar, tanto desde la perspectiva de los objetivos de comunicación establecidos, como de la selección de los colectivos destinatarios, como ya se ha apuntado en el apartado 3.4. En la medida en que la estrategia inicialmente diseñada continúa estando plenamente vigente, las anteriores conclusiones siguen siendo válidas, por cuanto que:

- + Las actuaciones de comunicación se han dirigido con total transparencia a todos los agentes interesados en el PO, ya sean beneficiarios, beneficiarios potenciales o población en su conjunto, y los proyectos que apoyan, facilitando un acceso igualitario a la información generada.
- + Los organismos de promoción de la igualdad entre hombres y mujeres han formado parte desde el inicio de los destinatarios fundamentales del Plan de Comunicación, lo que ha asegurado que los mismos dispusieran puntualmente de la información existente sobre las características del PO, las oportunidades que ofrece y los resultados derivados de la implementación de los proyectos cofinanciados.

A lo anterior hay que sumar, además, la incorporación de un criterio relacionado con la aplicación del principio de igualdad de oportunidades en las operaciones cofinanciadas por el FEDER para su selección como casos de buenas prácticas.

Todo ello hace que **la valoración respecto a la integración de este principio horizontal de la Política de Cohesión en la estrategia de comunicación del FEDER en Galicia sea adecuada**, gracias a la formulación de unos objetivos y destinatarios que constituye una garantía para la definición de contenidos no contrarios a la igualdad de oportunidades.

En cuanto a los mecanismos instrumentados para la obtención de los fondos, los procedimientos de contratación llevados a cabo han asegurado la libre concurrencia y los procesos de evaluación de las solicitudes de ayuda se han regido siempre bajo criterios de excelencia técnica y organizativa que otorgan igualdad de oportunidades a hombres y mujeres.

En consecuencia, esta Evaluación Final concluye que **se ha dado igualdad de trato en la selección de los proyectos puestos en marcha en este PO**, al basarse en elementos de calidad y no discriminatorios.

Por otra parte, se ha proseguido con la aplicación del enfoque de género en toda la documentación producida, que ha procurado mantener un **lenguaje no sexista** que se ha extendido, a su vez, en las propias manifestaciones institucionales relacionadas con los beneficiarios. En este sentido, se han seguido las orientaciones disponibles, a este respecto, para dar el tratamiento más apropiado posible a las actividades de comunicación.

De la misma forma, el contenido de los documentales de divulgación y del material audiovisual ha evitado proyectar una imagen con estereotipos sexistas que no se corresponden con la sociedad actual. Incluso, en la confección de los asistentes a actos públicos para informar sobre cualquier aspecto relacionado con la Política Regional se ha perseguido una asistencia y participación equilibrada por sexos.

Por otra parte, se han llevado a cabo actuaciones específicas vinculadas a la temática de género en el marco del FEDER que han permitido una mayor concienciación de la población sobre la lucha contra la discriminación. Esto resulta especialmente patente en el caso de las Iniciativas Urbanas, donde se han implementado diversas actuaciones vinculadas a la igualdad de género con una amplia difusión entre la ciudadanía.

Desde la óptica de los efectos de las medidas de comunicación respecto a las necesidades de información de la población femenina, la metodología de evaluación definida para este período de programación 2007-2013 se dotó de los instrumentos necesarios para detectar las posibles brechas de género existentes en el grado de conocimiento de los Fondos Estructurales y del papel desempeñado por la Unión Europea, a través de la realización de encuestas a la población. Sin duda, **esta cuestión se estima muy positivamente**

Así, en 2010 la Evaluación Intermedia puso de relieve el menor grado de conocimiento observado entre las mujeres, que se cifró en 3,8 puntos porcentuales inferior al de los hombres, en lo que se refiere al conocimiento de la contribución de la UE al desarrollo regional. Los resultados obtenidos en 2013 muestran la ampliación de dicha brecha hasta los 10,9 puntos, alcanzando unos niveles del 14,4% respecto al conocimiento del FEDER (frente al 11,3% anterior).

Desde una perspectiva temática, se observan dos cuestiones diferentes: por una parte el importante desconocimiento del conjunto de la población gallega sobre la contribución de los Fondos Estructurales a la disminución de las desigualdades sociales y entre hombres y mujeres que, además, se ha visto reducido en los últimos años.

Sin embargo, la brecha de género existente en lo que respecta a la información sobre el tipo de ayuda que representan los Fondos Europeos, y nos centramos en la segunda de las cuestiones referidas, se ha visto disminuida en prácticamente todos los casos (salvo en los de la propia desigualdad social y de género y en las ayudas a empresas).

En conclusión, *la valoración global puede considerarse favorable en la medida en que se han tomado en consideración las cuestiones de género tanto desde una perspectiva estratégica, como instrumental y de contenido en las actuaciones de información y publicidad, observándose una implicación creciente de los diferentes organismos en los últimos años.*

Sin embargo, el tiempo transcurrido no ha permitido observar avances en términos de impacto, dado que se ha incrementado la brecha de género existente en lo que respecta al conocimiento de la Política de Cohesión y disminuye el conocimiento que la ciudadanía gallega tiene de la contribución de los Fondos Estructurales a la desigualdad social y entre hombres y mujeres.

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

La evaluación del grado de avance en la consecución de los objetivos finales requiere establecer una medida rigurosa de los efectos de carácter más permanente que las actividades de comunicación efectuadas han tenido sobre los principales destinatarios del Plan o, lo que es lo mismo, de un análisis del impacto de las actividades de comunicación.

Ello se traduce, en el marco de la Evaluación Final del Plan de Comunicación del PO FEDER de Galicia, en una doble finalidad:

- + Valorar los cambios acontecidos en los últimos años como resultado de la implementación de la estrategia de comunicación. Para ello se procederá a la comparación entre los diferentes indicadores en 2010 y en 2013.
- + Valorar el impacto global de la estrategia para el conjunto del período, evaluando las causas que hayan podido condicionar el cumplimiento de los objetivos y las posibilidades de continuar avanzando de cara al nuevo período de programación.

El impacto de las actividades de información y publicidad adquiere una doble dimensión, en función del colectivo de destinatarios sobre el que se trata de intervenir. De esta forma, la evaluación pretende estimar los efectos del Plan de Comunicación sobre el conjunto de los organismos gestores y/u Organismos Intermedios que participan en el PO y los beneficiarios de las ayudas, por un lado, así como sobre la población en general, por otro.

En primer lugar, la estimación del impacto de las acciones de comunicación sobre los Organismos Intermedios, órganos gestores y beneficiarios de las ayudas se estructura sobre tres indicadores de impacto:

- + El grado de conocimiento de las obligaciones de información y publicidad.
- + El grado de utilidad concedido a las jornadas o sesiones formativas desarrolladas.
- + El grado de satisfacción de dichas sesiones formativas.

En segundo término, la estimación del impacto de las acciones de comunicación sobre el conjunto de la ciudadanía gallega se estructura en dos indicadores de impacto:

- + Grado de conocimiento de los distintos Fondos Estructurales por parte de la ciudadanía.

- + Grado de conocimiento del papel desempeñado por la Unión Europea por parte de la ciudadanía.

Los resultados obtenidos en la Evaluación Intermedia pusieron de relieve el elevado nivel de conocimiento existente entre los organismos gestores de las obligaciones de información y publicidad a satisfacer, así como entre el conjunto de la población, situándose la Comunidad Autónoma de Galicia entre aquellas que mejores resultados presentaban en relación con este último aspecto.

En el marco de la Evaluación Final del Plan de Comunicación se ha procedido a la cuantificación de los referidos indicadores para la anualidad 2013, tomando como referencia la información obtenida en el amplio trabajo de campo desarrollado (fundamentado en cuatro pilares básicos: entrevistas a la Autoridad de Gestión, Organismos Intermedios y órganos gestores; entrevistas a beneficiarios privados; encuestas al conjunto de la ciudadanía y grupos de trabajo) –Tabla 3–.

La valoración comparada de los resultados con respecto a los obtenidos en la Evaluación Intermedia destaca dos elementos fundamentales: la consolidación de la política de comunicación entre los actores implicados en el desarrollo del PO FEDER de Galicia 2007-2013 (que se ha traducido en una mejora del conocimiento y de la satisfacción y la utilidad concedida a la información recibida) y los importantes efectos que la crisis socio-económica por la que pasa la economía española y, por ende, la gallega, ha tenido sobre la percepción que la ciudadanía tiene de la recepción de fondos comunitarios por parte de la región y, de modo particular, del FEDER.

TABLA 3. RESUMEN DE LOS INDICADORES DE IMPACTO

INDICADOR	2010	2013
GRADO DE CONOCIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES EXISTENTES	86,8%	88,9%
TASA DE SATISFACCIÓN RESPECTO A LA INFORMACIÓN FACILITADA	57,5%	71,3%
TASA DE UTILIDAD DE LAS ACTUACIONES	69,0%	76,0%
GRADO DE CONOCIMIENTO DEL FEDER	59,1%	56,2%
GRADO DE CONOCIMIENTO DEL PAPEL DESEMPEÑADO POR LA UE	76,3%	68,4%

Fuente: *Elaboración propia de Regio Plus a partir de la explotación de los cuestionarios destinados a órganos gestores y beneficiarios y de las encuestas realizadas al conjunto de la población*

En primer lugar, la estimación del impacto de las acciones de comunicación sobre los **Organismos Intermedios y/u órganos gestores** recoge el grado de conocimiento de las obligaciones existentes, la tasa de satisfacción respecto de la información facilitada y la tasa de utilidad de las actuaciones realizadas. En todos los casos los resultados recogen una mejora relativa con respecto a la situación precedente (evaluada en 2010).

El indicador del grado de conocimiento de las obligaciones de información y publicidad para 2013 alcanza el **88,9%**. Este dato se sustenta, fundamentalmente, en la mejora de la implementación práctica del conocimiento sobre las obligaciones de información y publicidad.

Los principales avances se han producido en el conocimiento del Plan de Comunicación que se amplía, así como a la participación en el procedimiento de Evaluación y el conocimiento de las recomendaciones derivadas del mismo y la participación de los órganos gestores en las redes de información y publicidad. En relación con estas últimas se percibe una mayor concienciación de la relevancia de las redes de comunicación de las que son conscientes de formar parte en el ámbito nacional y la aparición de la red regional que, pese a que aún no tiene una dimensión suficiente y muchos de los órganos gestores de la Xunta de Galicia no la identifican como una red de comunicación, comienza a dejar notar sus efectos positivos.

La formación e información derivada tanto del trabajo realizado en las redes como de la difusión de la Evaluación Intermedia del Plan de Comunicación ha tenido una repercusión directa en el conocimiento más aplicado que se ha traducido en una mejora las acciones de comunicación que se han integrado en todas las fases de la gestión de las ayudas, desde la aprobación de los proyectos, su ejecución y seguimiento, hasta el cierre y terminación de los mismos.

Todo ello ha favorecido que los resultados en términos de una aplicación correcta de las medidas de información y publicidad sean muy satisfactorios. Prueba de ello es que existe un convencimiento absoluto de que se están respetando las características técnicas exigidas reglamentariamente para las medidas de información y publicidad, se está utilizando el eslogan acordado en el Plan de Comunicación, tanto en la documentación generada, como en los soportes empleados, se está mencionando siempre la contribución del FEDER en las convocatorias y resoluciones de las ayudas, convenios, etc., y archivando todo el material de comunicación.

Además, se reconoce que se ha dado la máxima transparencia a los procesos de contratación y concesión de ayudas, en muchos casos con una difusión a través de procedimientos electrónicos (70%, lo que supone una ligera mejora con respecto a 2010, en tanto hay cuatro gestores nuevos que recurren a la difusión electrónica de los procedimientos), en los que se ha proporcionado información acerca de los criterios de selección de los proyectos, los mecanismos de examen de las solicitudes y sus tiempos.

Respecto al impacto producido por la información facilitada a los órganos gestores y beneficiarios, se han estimado los dos indicadores definidos en la *Guía Metodológica para la Evaluación de los Planes de Comunicación*.

Por un lado, la **Tasa de Satisfacción**, que mide la adecuación de la información transmitida en los seminarios y jornadas organizados para mejorar los conocimientos de los asistentes y, por tanto, el grado en que se han cubierto sus expectativas. El **71,3%** de los organismos gestores ha valorado positivamente la información recibida, lo que supone una mejora de 13,8 puntos porcentuales con respecto a los resultados obtenidos en la Evaluación Intermedia.

En consecuencia, se aprecia el esfuerzo creciente por trasladar la información de una forma adaptada a las necesidades de los beneficiarios. La labor coordinada a partir de las redes de comunicación (GERIP, GRECO-AGE y Subcomisión de Información y Publicidad de Fondos Europeos) ha permitido identificar los principales problemas a los que se han ido enfrentando los diversos organismos gestores, y ello ha facilitado, a su vez, el estudio y tratamiento de las mismas para ofrecer posibles soluciones y respuestas a los interrogantes existentes en las distintas actividades informativas llevadas a cabo.

Como resultado de ello, y en respuesta a la necesidad especialmente patente en el ámbito regional que fue detectada en la Evaluación Intermedia, la Dirección Xeral de Proxectos e Fondos Europeos ha desarrollado una serie de cursos y jornadas sobre la gestión y aplicación de los Fondos Estructurales y la elegibilidad del gasto. Esta actividad ha tenido un claro impacto en la valoración realizada por los organismos de la Xunta de Galicia a las Jornadas en las que han participado desde 2010.

En concreto, los asistentes a este tipo de sesiones consideran que los contenidos presentados en las mismas han servido para actualizar sus conocimientos, valorándose con una puntuación ligeramente por encima de 3 sobre un máximo posible de 4. El elemento que recibe una menor valoración (2,8) es el relativo a la duración de la sesión/evento.

Por otro lado, la **Tasa de Utilidad**, que mide el efecto de las actividades de información desarrolladas sobre la mejora en la aplicación de las medidas de comunicación que deben llevar cabo los Órganos Gestores y beneficiarios del FEDER, se ha situado en el **76%**, frente al 69% registrado en 2010.

Este resultado consolida los avances observados hasta la mitad del período de programación, con un significativo avance en la resolución de los elementos más débiles. De hecho, se comparte mayoritariamente que este tipo de actividades son un buen instrumento para la obtención de información y la consulta para la resolución de cuestiones y dudas, en tanto responde adecuadamente al objetivo, no solamente de incrementar las actuaciones de difusión y promoción de los fondos, sino también de mejorar la propia gestión de las ayudas, resolviendo muchas de las dudas relativas a los cambios que se han producido en la normativa que regula las obligaciones de información y publicidad.

Además, tanto la Autoridad de Gestión como el Organismo Intermedio Regional han complementado esta actividad formativa con otros canales complementarios de información, como la difusión de instrucciones que tratan de orientar la gestión de los Fondos Estructurales y el establecimiento de canales directos para la solución de posibles dudas, como la realización de reuniones bilaterales o la aportación de información y realización de consultas vía telefónica o a través de los sitios Web oficiales.

En conclusión, en lo relativo a los órganos gestores y/o beneficiarios públicos se constata la existencia de un elevado nivel de conocimiento tanto de los Fondos Estructurales en general, como de las obligaciones de comunicación vinculados a la obtención de la ayuda FEDER. En parte, este conocimiento es consecuencia de la información y formación aportada por unas jornadas que tienen una valoración creciente tanto en términos de satisfacción como de utilidad.

El resultado inmediato de todo ello ha sido la integración de la comunicación en las tareas de gestión del FEDER como un elemento más, en un marco de compromiso creciente.

No obstante, se ha observado una mayor dificultad para alcanzar e interesar a los beneficiarios privados, sobre todo pequeñas y medianas empresas, con actuaciones de difusión que respondan a este formato.

Aunque en líneas generales el conocimiento es menor, se advierte una **conciencia creciente sobre la necesidad de dar cumplimiento a los requisitos normativos de información y publicidad**. A este respecto, se ha dado un salto cualitativo enorme en comparación con el anterior período 2000-2006.

Así, el 67% de las empresas beneficiarias de ayudas señala que conocen el Plan de Comunicación del Programa. Sin duda, ello se ha visto facilitado por diversos factores. Entre los más importantes está la labor de los Órganos Gestores de regímenes de ayuda, que han trasladado información a los beneficiarios de las mismas sobre sus obligaciones (el 97% de los mismos ha distribuido instrucciones específicas y/o un manual de requisitos de comunicación dirigido a los beneficiarios). Algunos ejemplos de ellos son las instrucciones emitidas por el Ayuntamiento de Lugo como recordatorio de las obligaciones de los beneficiarios en el ámbito de las convocatorias de ayudas a empresas en la Zona Urban (en 2013), el resumen de responsabilidades de los beneficiarios relativos a las medidas de información y publicidad realizado por la Diputación de A Coruña en 2009 o los correos electrónicos con información sobre las normas de información y publicidad de la ayuda FEDER remitidas por la fundación INCYDE a los beneficiarios también en 2009.

Pero, también, la aceptación de los beneficiarios a formar parte de la *Lista de Beneficiarios* es un elemento que favorece una mayor sensibilización y del cual han informado la práctica totalidad de los organismos implicados.

Ello se ha traducido en una mayor sensibilización y compromiso de los beneficiarios privados (paralelo al mostrado por parte de los Órganos Gestores del PO), que han dado respuesta a los requisitos reglamentarios, fundamentalmente, a través del recurso a la colocación de placas, adhesivos y otros elementos que informan de la contribución del FEDER al desarrollo del proyecto.

Pese a ello el colectivo sigue manifestando la existencia de una elevada dificultad en la interpretación de la información recibida que, a menudo, ha llevado a la externalización de la tramitación de la ayuda, aspecto que, en la práctica, condiciona el conocimiento más detallado de los requisitos de comunicación.

En consecuencia, se plantea la necesidad de trasladar a los beneficiarios privados una información adaptada a las necesidades efectivas, en la que se consideren posibles vías alternativas de participación en la política de comunicación del FEDER en Galicia, dado que el recurso a instrumentos de comunicación no obligatorios ha sido menos habitual. Así, únicamente el 26,7% de los beneficiarios ha remitido notas de prensa y el 40% ha realizado alguna actuación de publicidad para hacer ver los logros conseguidos en actuaciones cofinanciadas con FEDER.

Por su parte, el impacto de las actividades de información y publicidad sobre la población está en gran medida condicionado por la sensibilidad de la ciudadanía a los negativos efectos derivados de la actual crisis económica que se ha traducido en un desinterés manifiesto tanto por la actividad política, en general, como por todo lo relacionado con la Unión Europea, como se ha puesto en relieve en los Grupos de Discusión celebrados.

Esta situación se ha visto, además agravada por la priorización en los medios de comunicación de las noticias de cariz negativo relacionadas con la coyuntura económica y la UE que a menudo han dejado en un segundo plano la información relacionada con los logros derivados de la Política Regional Europea. A ello contribuye el hecho de que existen incentivos, por parte de las Administraciones nacionales y regionales, de arrogarse, en la información que transmiten, los beneficios de las inversiones realizadas con la ayuda de los fondos, y de atribuir a Bruselas, sin embargo, la adopción de medidas antipopulares como consecuencia de los recortes y ajustes presupuestarios aplicados.

Así, en muchos casos la UE se presenta actualmente como una válvula de escape de la frustración y la decepción que han generado las medidas de austeridad impuestas entre la población.

Y ello se refleja en la obtención de unos resultados mucho menos alentadores entre el conjunto de la población gallega que entre los beneficiarios directos de las actuaciones cofinanciadas y los propios Órganos Gestores. Así, las encuestas dirigidas a la ciudadanía muestran que un **68,4% de la población regional tiene conocimiento de la percepción por**

parte de la región de fondos comunitarios para contribuir al progreso económico y social. La evolución ha sido a la baja en relación con los datos de 2010 (con una caída de 7,9 puntos porcentuales).

Dicho conocimiento es mayor en el caso de los hombres (74,1%) frente a las mujeres (63,2%), así como entre el segmento de edad de de 25 a 54 años (74,9%), situándose el de más de 75 años en el extremo opuesto (44,9%), al igual que sucedía en 2010.

En consecuencia, es en el conjunto de la población donde se percibe una mayor desafección en los términos señalados con anterioridad. Una muestra clara de ello es que únicamente el 4% cree que el papel desempeñado por los Fondos en la región ha sido absolutamente crucial (frente al 5,1% que representaba en 2010), y el 54,2% lo juzga de manera positiva o muy beneficiosa (frente al 66,8%).

Esta caída en la confianza de la población gallega en la importancia de la Política de Cohesión tiene que ver con las dificultades por las que está atravesando la economía española, en su conjunto, y la gallega, en particular. No en vano, el porcentaje de personas que piensa que su importancia para el desarrollo regional ha sido irrelevante ha aumentado en 7,2 puntos, pasando del 17% en 2010 al 24,2% actualmente.

En la misma línea, la sensibilización en relación con la contribución del **FEDER** ha resultado afectada, observándose un retroceso en el porcentaje de personas que han oído hablar de este instrumento conociendo la recepción de recursos comunitarios por parte de la región para su desarrollo socio-económico (que se sitúa en el 56,2%, con un retroceso de 2,9 puntos porcentuales con respecto a 2010).

Esta tendencia es el resultado de la menor atención prestada, fundamentalmente, por la población femenina a dicho instrumento (con una reducción del porcentaje de 4,5 puntos porcentuales, frente a los 1,4 de la población masculina).

Diferencias que agravan la brecha de género incipiente de 2010. Así el diferencial entre el porcentaje de hombres y mujeres que han oído hablar del FEDER se ha incrementado desde los 11,3 puntos porcentuales hasta los 14,4 puntos porcentuales de 2013.

Pese a esta evolución, condicionada en gran parte por factores externos, destaca la aparición de dos efectos positivos:

- + Pese a que existen disparidades entre los diferentes tramos de edad, se ha detectado un avance en la cercanía de la población más joven al FEDER. De hecho, son el único colectivo en que se ha producido esta evolución positiva (mejorando en casi 5 puntos porcentuales la proporción de jóvenes de entre 15 y 24 años han oído hablar del FEDER). Aún cuando el ámbito de actuación continua siendo significativo –dado que únicamente el 46,2% de los jóvenes han oído hablar del FEDER–, las actuaciones

puestas en marcha (como la orientación de las campañas de comunicación en mayor medida a la población más joven o la difusión de la información a través de las redes sociales) han tenido una repercusión positiva.

- + Entre la población que ha oído hablar del FEDER el conocimiento sobre las áreas en las que actúa el mismo es más profundo, habiéndose incrementado la “popularidad” de la contribución del FEDER tanto a la dotación de infraestructuras y equipamientos, como los proyectos de I+D+i y la Sociedad de la Información y las ayudas a empresas (permaneciendo prácticamente constante la sensibilización en este sentido en relación con el medio ambiente). La relevancia de los distintos campos mantiene las conclusiones alcanzadas en la Evaluación Intermedia.

Las inversiones llevadas a cabo que han sido más percibidas por la población son las relativas a la mejora de la *dotación de infraestructuras*. Así, el 71,5% de los/as encuestados/as que han afirmado conocer algún tipo de Fondo Europeo tienen conciencia de la participación de la UE en este tipo de proyectos de la región.

Dicha relevancia queda justificada si tenemos en cuenta este tipo de inversión aglutina una parte significativa de la ayuda comunitaria tanto en el PO FEDER Galicia 2007-2013, como en los programas previos. Además, los ejercicios de evaluación de éstos han puesto de relieve que se trata de proyectos eficientes que han permitido que el stock de infraestructuras crezca a una tasa acumulativa anual del 3,42% (1,7 puntos porcentuales por encima de las previsiones en caso de no existir dicha ayuda) durante el período 1999-2006.

Le siguen en importancia las operaciones relacionadas con *actuaciones ambientales*, visibles para el 55,4% de la población conocedora de los Fondos Estructurales. Tales operaciones han permitido alcanzar notables logros en relación con la gestión de los recursos hídricos (abastecimiento, saneamiento y depuración de aguas residuales); la gestión de residuos; y en materia de medio natural. En todos los casos se trata de políticas con una alta sensibilidad social, en la medida en que afectan de forma directa a necesidades básicas de la población (abastecimiento de agua) o a aspectos en torno a los cuales existe una concienciación creciente (protección del medio ambiente).

La actual situación de crisis económica, donde el número de altas de empresas ha experimentado en la economía española una caída de 19% desde 2008, ha impulsado el crecimiento de la visibilidad de las *ayudas a empresas*, hasta situar el porcentaje de la población que las conoce en el 50,7%. Pese a ello, su repercusión entre la ciudadanía parece insuficiente si tenemos en cuenta que el número de empresas beneficiadas por el PO FEDER de Galicia entre 2007 y 2012 ha ascendido a un total de 11.679.

Esta escasa repercusión puede deberse a que a menudo la información difundida tiene como colectivo-objetivo a los beneficiarios potenciales, con la finalidad de

garantizar la transparencia en los procedimientos de concesión de las mismas y facilitar su gestión en el marco de la cofinanciación de los fondos Estructurales.

Finalmente, la percepción de la contribución de la UE es notablemente más reducida en el caso de *proyectos de I+D+i*, situándose en el 39,8%.

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

Sin embargo, la comparativa con respecto a los resultados de la Evaluación Intermedia recoge un incremento de 0,7 puntos porcentuales, como resultado de las actuaciones puestas en marcha por los principales órganos gestores de tipo de actuaciones. Es el caso, por ejemplo, de la Subdirección General de Fomento de la Sociedad de la Información que después de la evaluación intermedia ha incrementado su actividad de comunicación en un 14,3% con respecto al período anterior; o de la Agencia para la Modernización Tecnológica de Galicia (AMTEGA)³, que inicio su actividad comunicativa en 2010 y en los últimos años ha realizado un total de 87 actuaciones.

La importancia creciente de este tipo de proyectos de cara al período de programación 2014-2020 y la consideración de las inversiones en capital tecnológico, en tecnologías de la información y de las comunicaciones y en formación como elementos clave para la mejora de la competitividad de la economía gallega hacen prever un incremento significativo dicho impacto en los próximos años.

Desde una perspectiva instrumental, los datos refuerzan los obtenidos en la Evaluación Intermedia: el principal canal de información para la mayor parte de la ciudadanía gallega son los medios de comunicación social que además han visto incrementada su importancia: el 88,2% reconocen haber accedido a información sobre la UE y los Fondos Estructurales a través de anuncios en televisión, prensa o radio, incrementándose su importancia relativa cuanto mayor es la edad de los/as encuestados/as.

Asimismo, se considera el poder de la comunicación interpersonal, como forma de acceso a la información relacionada con los Fondos y la Política Regional, configurándose como un elemento multiplicador de la visibilidad de los proyectos. Así, aparece como la segunda vía, después de los medios de comunicación, a través de la cual se ha tenido conocimiento de la cofinanciación de la UE, con un 52,2% de las personas encuestadas que afirmaban conocer la existencia de los Fondos Estructurales, lo que supone un incremento de esta vía de 9,4 puntos porcentuales con respecto a los datos de 2010.

³ La Axencia para la Modernización Tecnológica de Galicia (AMTEGA) absorbió, no obstante, competencias de la Secretaría Xeral de Modernización e Innovación Tecnológica.

Pierden sin embargo eficacia como instrumentos de comunicación de los Fondos Estructurales los carteles y los folletos.

De forma particular, destaca la relevancia que adquiere la propia asistencia a cursos de formación entre la población con 25-64 años (que ha sido la vía para la obtención de la información en el caso del 27,6% de dicho colectivo), lo que incide en la importante tarea de difusión realizada en el marco de los mismos y señalada con anterioridad; y de Internet como vía de comunicación entre la población más joven (el 51% de los encuestados reconocen haber accedido a la información sobre las actuaciones cofinanciadas a través de esta fórmula).

En este último caso, se ha manifestado como un recurso eficiente por las posibilidades de calidad que ofrece y el reducido coste que supone en la mayor parte de los casos. La utilización de las páginas Web facilita una comunicación multimedia y concisa, de una manera amigable, lo que hace más atractivos los mensajes.

De todo lo anterior podemos obtener dos conclusiones fundamentales:

- + La implicación creciente de los Órganos gestores en la estrategia de comunicación y la importante diversidad de canales de información empleados, facilitan la disponibilidad de un volumen suficiente de información de calidad para la población gallega. Sin embargo, el impacto real que dicha información tiene es reducido y, además, se ha visto minorado en los últimos años, en gran medida como consecuencia de la crisis económica que sufre la economía española.

En este contexto, el equipo evaluador considera que para mejorar el impacto sobre el conocimiento de la población sería conveniente orientar las actuaciones puestas en práctica con el objetivo de incidir más en la comunicación que en la publicidad. Es decir, trascender la puesta a disposición de la información para los colectivos destinatarios, tratando de que dicha información tenga una incidencia real en los mismos.

Para ello resulta imprescindible fomentar la participación de los beneficiarios en la aplicación de los fondos en la región y concentrar los esfuerzos en los próximos años en poner en valor los proyectos cofinanciados (objetivos, beneficiarios, inversión realizada, resultados obtenidos, etc.).

- + No obstante, entre la población que tiene constancia de la existencia de los Fondos Estructurales, se ha visto incrementado desde 2010 el conocimiento en torno a cuales son las principales áreas de actuación del FEDER, lo que pone en relieve el interés existente en la materia cuando se genera cierta sensibilización en torno a la misma.

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

El procedimiento de Evaluación definido a través 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*” ofrece una respuesta completa y eficiente a los requerimientos reglamentarios en materia de evaluación de los Planes de Comunicación, que ha permitido concretar en una batería de conclusiones y recomendaciones los principales elementos del proceso.

El presente capítulo recoge las conclusiones derivadas de los análisis realizados y propone una serie de recomendaciones que permitan, por un lado, avanzar en la superación de los elementos críticos identificados, y por otro, ayudar a preparar la estrategia de comunicación del próximo período de programación 2014-2020.

Conviene tener presente, no obstante, que las consideraciones recogidas a continuación no tienen un carácter exhaustivo, siendo precisa la lectura íntegra del Informe de cara a una mejor comprensión de las mismas, así como a una visión más completa de la situación actual de la información y publicidad relativa a las intervenciones cofinanciadas por el FEDER en el marco del PO.

Las principales **conclusiones** a destacar de la Evaluación Final del Plan de Comunicación del PO FEDER de Galicia son:

- + El período 2007-2013 ha instaurado la “cultura de la comunicación” en la gestión de los Fondos Estructurales. Este salto cualitativo ha sido posible gracias a la formulación de una estrategia de comunicación coordinada con todos los agentes involucrados en la aplicación de los PO.
- + Los fundamentos que inspiraron inicialmente el diseño del Plan de Comunicación del PO FEDER de Galicia 2007-2013 que se habían determinado coherentes y eficientes en la Evaluación Intermedia se han ido consolidando progresivamente. Prueba de ello es que los objetivos marcados para 2013 han sido reforzados con un significativo incremento de los valores de ejecución previstos por los indicadores.
- + Se ha apreciado una implicación creciente por parte de los órganos gestores de las ayudas, que se traduce en una ampliación del número de organismos que llevan a cabo algún tipo de actuación y eleva hasta el 80% el volumen de organismos que han llevado a cabo al menos diez actuaciones a lo largo de todo el período y prácticamente el 60% ha empleado tres tipologías diferentes de actuaciones.

El papel desempeñado por las redes de comunicación (GERIP, GRECO-AGE y, desde 2012, la Subcomisión de Información y Publicidad de Fondos Europeos) han favorecido la gestión eficiente y coordinada de las actuaciones de información y publicidad con relación a la Política de Cohesión.

- + Los mecanismos de gestión y seguimiento de las actuaciones de información y publicidad también se han perfeccionado en estos últimos años. Así, se han realizado mejoras en el funcionamiento de INFOCO, se han establecido pautas para la imputación del gasto asociado a la comunicación y se han acordado criterios para la identificación de buenas prácticas de operaciones cofinanciadas.
- + El enfoque de género se ha integrado en el planteamiento estratégico de la comunicación, y se ha ido incorporando en los sucesivos avances conseguidos en la aplicación de la estrategia, fundamentalmente a través de la comunicación en torno a actuaciones orientadas a la población femenina. Destaca particularmente su inclusión como uno de los criterios para la selección de buenas prácticas, tanto de comunicación, como de proyectos.
- + El nivel de ejecución alcanzado ha sido muy positivo. La mayoría de los indicadores se encuentran muy próximos a los objetivos previstos, habiendo superado el 71,4% el 90% de ejecución a 10 de septiembre de 2013. Los análisis de prospectivas realizados prevén el cumplimiento a finales del período en todos los indicadores de mantenerse la evolución observada, con dos únicas excepciones, en el caso de los indicadores de resultado del número de visitas a las páginas web y del número de reuniones de redes de información y publicidad, así como su número de asistentes, en torno a los cuales se generan algunas dudas.
- + Los organismos que han mostrado una mayor capacidad de difusión del mensaje de la contribución de la UE por Administraciones Públicas han sido: en el ámbito de la AGE la Dirección General de Fondos Comunitarios y la Dirección General de Coordinación de Competencias con las Comunidades Autónomas y las entidades Locales; en el ámbito de la Xunta de Galicia, la Dirección Xeral de Proxectos e Fondos Europeos (fundamentalmente por el carácter formativo y coordinador de sus acciones), la Dirección Xeral de Administración Local y la Consellería de Medio Ambiente, Territorio e Infraestructuras; y en el ámbito de las Corporaciones Locales los Ayuntamientos de Ferrol y Lugo. De forma global tales organismos han ejecutado en torno al 50% de las actuaciones puestas en marcha en el marco del Plan de Comunicación.

En el extremo opuesto los organismos en los que la integración de la comunicación como un elemento más de la gestión de la ayuda FEDER ha resultado menos evidente son la Dirección General de Comercio Interior y el Instituto para la Diversificación y Ahorro de Energía, en el caso de la AGE, y Aguas de Galicia y Turgalicia en el caso de la Xunta de Galicia.

- + Se aprecia un grado óptimo de seguimiento en el cumplimiento de los requisitos normativos en el ámbito de la comunicación, observándose que las actuaciones en las que se detectan incidencias tienen un carácter marginal y se enmarcan dentro de las denominadas incidencias no cuantificables (que únicamente dan lugar a una recomendación) o han sido objeto de subsanación.
- + El impacto de las actuaciones de comunicación sobre los beneficiarios públicos de las ayudas se estima muy favorablemente, debido al importante conocimiento que tienen de las obligaciones de información y publicidad (88,9%), así como a la elevada utilidad que otorgan a las jornadas o sesiones formativas desarrolladas, y al grado de satisfacción ocasionado por las mismas. A ello se une, además, la mejora observada en todos los ámbitos desde la realización de la Evaluación Intermedia.

Sin embargo, persiste una mayor dificultad para alcanzar e interesar a los beneficiarios privados. Pese a la creciente concienciación sobre su papel activo en la política de comunicación y el cumplimiento a los requisitos reglamentarios siguen manifestando la dificultad en la interpretación de la información recibida y la ausencia de actuaciones de carácter voluntario.

- + El impacto de las actuaciones de comunicación sobre la población en general se considera notable (68,4%), a pesar de los negativos efectos observados como consecuencia de la desafección de la ciudadanía hacia la política y, de forma particular, la Unión Europea en el actual contexto de crisis económica. Pese a estos condicionantes destacan dos elementos positivos que permiten prever una evolución positiva en la visibilidad de la Política de Cohesión entre la población gallega de cara al futuro: el interés por los campos de intervención del FEDER entre la población que ha oído hablar del mismo y la aproximación progresiva de la población más joven a la Política Regional Europea y sus fórmulas de intervención.

Respecto a las **recomendaciones** que se desprenden de la presente Evaluación, hay que distinguir las dirigidas a facilitar un cierre adecuado del Plan de Comunicación 2007-2013, por una parte, de las propuestas para mejorar la formulación de la futura estrategia de comunicación 2014-2020, por otra.

Así, en cuanto a las recomendaciones específicas a considerar en lo que resta del actual período de programación, hay que destacar las siguientes:

- + **RECOMENDACIÓN 1.** Incrementar los esfuerzos destinados a la presentación de buenas prácticas de operaciones cofinanciadas, justificando de forma motivada, el cumplimiento de todos los criterios establecidos. Ello reforzaría la visibilidad de la contribución del PO FEDER de Galicia 2007-2013 al desarrollo de la Comunidad Autónoma.

- + **RECOMENDACIÓN 2.** Proseguir en el volcado de los indicadores de comunicación de las actividades de información y publicidad realizadas hasta la aprobación de la nueva estrategia de comunicación para 2014-2020, lo que permitirá alcanzar los valores objetivos previstos para el conjunto del período de programación. En este sentido, se aconseja efectuar la grabación con una antelación suficiente para su análisis de cara al próximo Informe Anual de Ejecución a presentar ante el Comité de Seguimiento.
- + **RECOMENDACIÓN 3.** A pesar de los avances conseguidos en la mejora de la descripción de las actuaciones vinculadas a los correspondientes indicadores, es preciso insistir en la importancia de seguir mejorando en este sentido, con el fin de favorecer una adecuada identificación e interpretación de las realizaciones mejorando su descripción y la contribución de la ayuda FEDER. De forma específica, se recomienda la revisión de las actuaciones ADIF, Aguas de la Cuenca del Norte, Confederación Hidrográfica del Miño-Sil, Consejo Superior de Cámaras, ICEX, INCYDE o Turespaña (entre los organismos de la AGE); o las Consellerías de Medio Ambiente, Territorio e Infraestructuras, de Medio Rural y del Mar, de Economía e Industria o la Presidencia (en el ámbito de la Xunta de Galicia).
- + **RECOMENDACIÓN 4.** Trasladar a los beneficiarios privados una información adaptada a sus necesidades efectivas en la que se consideren posibles vías de participación en la política de comunicación del FEDER en Galicia tanto en el cierre del actual período como, particularmente de cara al nuevo período de programación.
- + **RECOMENDACIÓN 5.** Continuar trabajando en la mejora del impacto de las actuaciones de comunicación puestas en marcha a través de la orientación de las mismas más hacia la comunicación que hacia la publicación, es decir, trascender la puesta a disposición de la información para los colectivos destinatarios, tratando de que dicha información tenga una incidencia real en los mismos.

Asimismo, se debería incidir en la particularización del mensaje emitido con la finalidad de interesar a los colectivos con una menor sensibilización hacia la Política Regional Europea.

De forma particular, y dado el escaso reflejo que la población concede al eslogan del Plan de Comunicación en lo relativo a la contribución del FEDER al desarrollo regional se recomienda la homogeneización de los lemas empleados utilizando únicamente uno, independientemente de la Administración que pone en marcha la actuación y la consideración de su revisión contando con la participación de la ciudadanía en la realización de propuestas (por ejemplo a través de propuestas a través de la web, concurso, etc.).

En cuanto a las recomendaciones de cara a la definición de la estrategia de comunicación del próximo período de programación, se estima conveniente:

- + RECOMENDACIÓN 6. Formular una estrategia de comunicación conjunta para los PO FEDER y FSE de Galicia para el futuro período 2014-2020, que permita aprovechar las economías de escala y mejorar la eficiencia tanto en lo relativo a la propia gestión como al seguimiento y la evaluación de la misma.
- + RECOMENDACIÓN 7. Iniciar los trabajos de preparación de la futura estrategia de comunicación 2014-2020 en el marco de la red GERIP, así como de la Subcomisión de Información y Publicidad de Fondos Europeos, garantizando, de esta forma, la aplicación del principio de asociación y partenariado.
- + RECOMENDACIÓN 8. Capitalizar las lecciones positivas del actual período en materia de comunicación, conservando los actuales mecanismos para el seguimiento y la evaluación de los Planes, en particular los indicadores y los criterios para la selección de buenas prácticas. Asimismo, arrancar el seguimiento de las actuaciones de comunicación con una formación específica en relación con los mismos a todos los órganos implicados.
- + RECOMENDACIÓN 9. Adoptar nuevos enfoques y soluciones de comunicación adaptadas a las actuaciones de carácter intangible, cuyo peso dentro de la programación de los fondos 2014-2020 va a aumentar en el marco de la concentración temática propugnada por los reglamentos comunitarios, pero cuya visibilidad es, sin embargo, más reducida.

9. BUENAS PRÁCTICAS

La selección y presentación de buenas prácticas en el ámbito de la comunicación de la Política de Cohesión ha constituido una herramienta de referencia desde la anualidad 2009.

Su objetivo prioritario es destacar y dar a conocer las acciones de los organismos implicados en el desarrollo de los Programas Operativos (desde las Autoridades de Gestión a los beneficiarios, pasando por los órganos gestores) que han arrojado resultados positivos en términos de avances en la cohesión económica y social y, de forma específica en lo relativo a la comunicación, en los objetivos de mejora de la transparencia y la visibilidad de los Fondos Estructurales y, en consecuencia, en la puesta en valor del impacto que los mismos generan sobre el bienestar de los ciudadanos.

La importancia de destacar las buenas prácticas no se restringe exclusivamente al reconocimiento del buen hacer de los responsable de los proyectos o actuaciones. Sin lugar a dudas, la mayor virtud de esta iniciativa radica en la recopilación y difusión de casos de éxito.

De este modo se abre la posibilidad para iniciar procesos de *benchmarking* de iniciativas de interés, con la consiguiente repercusión sobre el incremento en el impacto de las acciones sobre los colectivos destinatarios.

9.1. VALORACIÓN DE LAS BUENAS PRÁCTICAS DE COMUNICACIÓN YA IDENTIFICADAS

La dimensión operativa del Plan de Comunicación del PO FEDER de Galicia 2007-2013, materializada en la instrumentación de las medidas de comunicación, ha dado lugar a la realización de un gran número de actuaciones caracterizadas, en líneas generales, por ofrecer una respuesta eficiente a los requisitos normativos en materia de información y publicidad del FEDER.

Entre ellas han venido destacándose una serie de casos que, por su buen hacer y el cumplimiento de los criterios recogidos en la *“Guía metodológica de seguimiento y evaluación de los planes de comunicación del FEDER, Fondo de Cohesión y FSE 2007-2013”*, pueden catalogarse como **buenas prácticas**.

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

A 31 de diciembre de 2011 se han seleccionado un total de 34 buenas prácticas en materia de Comunicación en el desarrollo de la estrategia de Comunicación del FEDER en la Comunidad Autónoma de Galicia.

Estas buenas prácticas han sido difundidas a través del Informe de Evaluación Intermedia del Plan de Comunicación, los Informes Anuales de Ejecución de los PO y las Bases de Datos de Buenas Prácticas de Comunicación, disponibles en la página Web de la Dirección General de Fondos Comunitarios (www.dgfc.sggp.meh.es/sitios/dgfc/ES/ipr/fcp0713/c/bp/c/Paginas/Inicio.aspx) y de la Consellería de Facenda de la Xunta de Galicia (www.conselleriadefacenda.es/web/facenda/areas-tematicas/planificacion-e-fondos/publicidade-e-informacion-comunitaria/boas-practicas).

El presente apartado tiene como objetivo realizar un análisis detallado de las buenas prácticas presentadas valorando los rasgos principales que han caracterizado a las mismas, así como su presentación. Con esta finalidad se abordará, en primer lugar, una descripción general de las principales características de las buenas prácticas presentadas durante el período 2009-2011 y, a continuación, una catalogación de las mismas que permita identificar los posibles ámbitos de mejora de cara, fundamentalmente, al nuevo período de programación.

La caracterización general de las buenas prácticas se ha realizado teniendo en cuenta la dimensión temporal, la dimensión operativa, el colectivo destinatario y su carácter general o específico.

- + En cuanto al **año** de ejecución, la selección de las buenas prácticas comienza en la anualidad 2009, una vez se han puesto en marcha un volumen representativo de actuaciones cofinanciadas y se han definido procedimientos a aplicar en selección y presentación Buenas Prácticas de Comunicación de Fondos Estructurales y Fondo de Cohesión.

A partir de entonces, se ha venido realizando un importante esfuerzo por parte de todos los organismos implicados en la selección de aquellos casos que pueden resultar más ilustrativos y ejemplarizantes, lo que en la práctica se ha traducido en 12, 9 y 13 casos de éxito respectivamente en las anualidades 2009, 2010 y 2011.

- + Teniendo en cuenta el **organismo promotor de las actuaciones desarrolladas**, nos encontramos con la existencia de un importante equilibrio en la participación de los diferentes niveles de la Administración, síntoma claro de la implicación de todos los agentes en la política de comunicación del PO.

Las correspondientes a la Administración General del Estado son, por su parte, las menos numerosas, representando un 23,5% del total. No obstante, éstas han tenido

una presencia mayoritaria en la fase de definición y arranque de la estrategia de comunicación, perdiendo peso relativo en los años siguientes.

Por el contrario, las actuaciones realizadas por las Corporaciones Locales (44,12%), en el marco de la Iniciativa Urbana, han aumentado de forma progresiva, pasando de representar el 16,7% en 2009 al 67,2% en 2011. Aspecto que pone de manifiesto la creciente implicación de las Corporaciones Locales en el desarrollo de la estrategia de Comunicación de los Fondos Estructurales en la región.

Finalmente, el papel de la Xunta de Galicia destaca por su carácter integrador en la medida en que un volumen significativo de las buenas prácticas presentadas abarca al conjunto de los Fondos Estructurales y tienen un marcado carácter general (62,5%).

- + El conjunto de la ciudadanía es el principal **colectivo destinatario** de las buenas prácticas destacadas. De hecho, más del 67% de las mismas tienen como objetivo único al público en general, a lo que hay que unir aquellas que están orientadas a todos los colectivos objetivo del Plan de Comunicación (beneficiarios, beneficiarios potenciales, órganos gestores y público en general), que suponen un 14,7% adicional.

Ello deja constancia de la importancia concedida en la práctica a la intención de la Comisión Europea de salvar la distancia entre la Unión Europea y sus ciudadanos, recogida en el Libro Blanco sobre Comunicación (Comunicación de la Comisión, de 1 de febrero de 2006, «*Libro Blanco sobre una política europea de comunicación*» [COM (2006) 35 final]).

El resto de los casos (17,7%) está orientado a poner en relieve las posibilidades de cofinanciación y a mejorar la transparencia en la gestión de los Fondos Estructurales, en particular del FEDER, orientándose, principalmente, hacia potenciales beneficiarios, beneficiarios u órganos gestores.

- + Una característica particular de la selección de buenas prácticas del Plan de Comunicación del PO FEDER de Galicia es la importancia de los ejemplos destacados que están relacionados con **actuaciones específicas** (61,8%).

Dicha importancia, además, se ha visto incrementada a lo largo del tiempo, pasando de representar en el primer año el 33,3% del total hasta alcanzar el 84,6% en 2011.

En definitiva, tras una fase inicial en la que las buenas prácticas seleccionadas estuvieron relacionadas con cuestiones de ámbito general (como la elaboración de manuales y guías, páginas web o la celebración de jornadas orientativas, entre otras), se ha puesto especial énfasis en destacar la comunicación realizada en torno a actuaciones cofinanciadas de interés, lo que permite poner en valor las mismas y la contribución que para su desarrollo supone el FEDER.

En cuanto a la valoración general respecto a la consideración de estas actuaciones como buenas prácticas, hay que señalar que todas ellas se han elegido sobre la base de los criterios establecidos a estos efectos en el seno del GERIP, lo que ha dotado de una gran coherencia la identificación de estos mejores ejemplos de comunicación.

Un análisis detallado de las 34 buenas prácticas presentadas hasta la fecha permite distinguir tres grupos ligeramente diferenciados:

a) *Buenas Prácticas descritas adecuadamente y apoyadas con suficientes argumentos para todos los criterios de selección, así como en una prueba fotográfica óptima*

Las mejores buenas prácticas presentadas hasta el momento se caracterizan por tener un mayor detalle en la descripción del cumplimiento de los criterios de selección establecidos en el seno del GERIP. En este grupo estarían 21 de las 34 buenas prácticas seleccionadas (61,8% del total).

Entre ellas encontramos una presencia relativamente equitativa de todas las Administraciones Públicas, si bien los ejemplos aportados por la Xunta de Galicia tienen un peso ligeramente superior (38,1%).

En todo caso, suponen una referencia fundamental las realizadas por la Administración General del Estado (el 75% de las Buenas Prácticas presentadas por la misma se enmarcan en este grupo) y, de forma particular, por la Dirección General de Fondos Comunitarios que ha jugado un claro papel ejemplarizante en la realización de las actuaciones, al tiempo que ha apoyado al resto de organismos implicados en la selección y presentación de las actuaciones.

En concreto, en este apartado se incluyen las siguientes actuaciones de comunicación:

- + La “Guía General de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los Programas Operativos FEDER, Fondo de Cohesión y FSE 2007-1013”.
- + La constitución de la RED GERIP “Grupo Español de Responsables de Información y Publicidad”.
- + La constitución de la red “GRECO-AGE”.
- + La nueva revista anual INFONDO por parte de la Autoridad de Gestión.
- + La jornada de presentación de las actuaciones que van a ser cofinanciadas por el FEDER a través de la Iniciativa URBAN@ en Ferrol.
- + Las medidas de difusión de las ayudas para la mejora exterior de locales de negocio en la ciudad de Lugo, cofinanciadas por el FEDER.

- + Las actuaciones de Comunicación de la Confederación Hidrográfica del Miño-Sil.
- + La Revista trimestral ULTREIA de Política Regional Europea en Galicia.
- + Las Jornadas sobre Ayudas Públicas y Fondos Comunitarios. Jornadas para gestores de la Comunidad Autónoma de Galicia.
- + La elaboración y actualización de la página web de Planificación y Fondos Comunitarios, de la Consejería de Hacienda de la Xunta de Galicia.
- + La Elaboración de una Guía de Publicidad e Información de las intervenciones cofinanciadas por los Fondos Estructurales 2007-2013 en Galicia.
- + Las campañas de comunicación realizadas en 2010 y 2011 por la Consellería de Facenda, de la Xunta de Galicia.
- + La creación de una intranet de información y difusión de las normas, manuales y otra documentación sobre la gestión del PO FEDER de Galicia.
- + El II Encuentro Nacional de Viveristas, celebrado por la Fundación INCYDE en Santiago de Compostela.
- + Las medidas de difusión de las actuaciones para la rehabilitación integral de la Plaza de San Marcos y su entorno, llevadas a cabo por el Ayuntamiento de Lugo.
- + La caravana móvil para dar a conocer las actuaciones que se cofinancian a través del FEDER y de la Iniciativa Urbana en el Ayuntamiento de Santiago de Compostela.
- + El vídeo de difusión de los fondos estructurales en Galicia, realizado por la Xunta de Galicia.
- + La creación de la nueva página web del Proyecto Urbana Santiago Norte.
- + La Campaña de Comunicación COMPART-UN XOGUETE.

Todas ellas se caracterizan por dar una explicación introductoria de las características y el objeto de las actuaciones de comunicación emprendidas, así como del contexto en el que se encuadran las mismas. Ello permite conocer las particularidades del caso de éxito, respecto a los soportes de comunicación empleados, la diversidad de medidas llevadas a cabo y las operaciones cofinanciadas o los aspectos del Programa o la Política de Cohesión en general que se pretenden difundir y visualizar.

Además de la justificación de los criterios que permiten identificar las mejores prácticas de comunicación, todas las actuaciones identificadas incorporan ejemplos gráficos que permiten visualizar tanto el resultado de las actuaciones puestas en marcha, como el cumplimiento de las características técnicas previstas en el Reglamento en cuanto a la incorporación de emblemas y demás elementos de publicidad.

Además, se observa un cierto proceso de aprendizaje, como pone de manifiesto la diferencia existente entre la descripción de las campañas de comunicación realizadas por la Consellería de Facenda en los años 2010 y 2011. Tras la detección de la falta de recurso a las TICs (argumento no justificado en la primera de ellas) se incorporó el recurso a Internet como medio de difusión en el año 2011.

b) Buenas prácticas suficientemente motivada, pero en las que la descripción de las actuaciones se centra más en la actuación financiada que en la acción de comunicación

Se ha detectado un conjunto de buenas prácticas caracterizadas por un cuidado y amplio desarrollo de los criterios aprobados en el seno del GERIP que, sin embargo, cuentan con una pequeña deficiencia más de forma que de fondo: la descripción de la actuación.

En la medida en que se trata de destacar actuaciones de comunicación, la descripción de la misma debe centrarse en la explicación de las acciones de información y publicidad que se han realizado en torno a la actuación cofinanciada, una vez se ha presentado ésta.

En todos los casos la presentación se centra en el proyecto cofinanciado, a pesar de mencionar en la mayor parte de ellos, que entre sus objetivos está también la difusión de la cofinanciación sin especificar qué actuaciones se han realizado (como ocurre, por ejemplo, en los ejemplos del Ayuntamiento de Ferrol).

En concreto, las buenas prácticas que deberían mejorar la descripción de las acciones de comunicación en la presentación son:

- + La Red de Centros Avanzados para la Modernización y la Inclusión Tecnológica (red CEMIT). El papel del FEDER.
- + La exposición itinerante GaliciaDixital con motivo de la Celebración de los 25 años de la Radio televisión de Galicia (RTVG).
- + La acción formativa "atención sociosanitaria a personas en el domicilio.
- + La Campaña de promoción turística de Galicia "Gárdasme o segredo.
- + Los soportes web que favorecen la difusión del Proyecto URBANA-C del Ayuntamiento de A Coruña.
- + La actuación "Ferrol é Diversión".
- + El Programa de cuidadores/as no profesionales "Coida dos teus... Coida de ti".
- + La actuación Comecemos Ben o Día - Ferrol Urban en Bici.
- + La actuación Nadal Urban.

- + La información turística a través de paneles, planos y videos.

La calificación de esta deficiencia como de forma se debe a que, con posterioridad, en la justificación de los diferentes criterios sí se detalla con cierta precisión las acciones de comunicación puestas en práctica.

c) *Buenas prácticas no sustentadas en todos los criterios consensuados para cada objeto en el seno del GERIP y/o en las que se observa un relativo déficit en el detalle de la justificación o el apoyo gráfico*

Finalmente, en algunos casos específicos, se ha observado la ausencia de alguno de los elementos justificativos de las buenas prácticas: ya sea la ausencia de alguno de los criterios, la insuficiente explicación de alguno de ellos o la falta de imágenes gráficas que sirvan como prueba de la acción de comunicación.

- + En relación con los criterios que justifican la categorización de los ejemplos como buenas prácticas, son tres los casos en los que se ha omitido alguno de ellos. Si bien éste no era un requisito imprescindible, existen en la mayoría de los ejemplos, argumentos que permitirían justificar los criterios no considerados.

La Campaña de promoción turística de Galicia "*Gárdasme o segredo?*" (*¿Me guardas el secreto?*), llevado a cabo por la Xunta de Galicia no recoge de forma explícita el criterio de Igualdad de Oportunidades. Sin embargo, la consideración en la campaña de un lenguaje no sexista y la emisión orientada al conjunto de la población con el objeto de ser un "gancho turístico" tanto para hombres como para mujeres puede justificar el cumplimiento de tal criterio.

En la presentación del díptico "*¿Cómo contribuye la Unión Europea al desarrollo de la alta velocidad española?*" (ADIF) no se justifican los criterios de uso de las nuevas tecnologías y la evidencia de un alto grado de calidad. En el primero de los casos, la ausencia estaría justificada dado que la práctica se centra en la edición en papel de un folleto distribuido a través de los PIAC, de modo que no hay recurso a las nuevas tecnologías. Sin embargo, por lo que se refiere a la calidad de la buena práctica de comunicación, ésta es el resultado de la conjunción de todos los criterios considerados, de modo que puede sostenerse en base a la variedad de herramientas utilizadas y su adecuación a los objetivos perseguidos, la respuesta que ha supuesto la actuación en relación con las necesidades de información de las destinatarios y el impacto general sobre la población, etc. En todos los casos, dado que se destaca como un caso de éxito debería estar considerado este criterio.

Finalmente, en el ejemplo de las acciones de comunicación desarrolladas en torno a la actuación "*Ferrol por Europa (II Marcha por Europa y Carrera por Europa)*",

presentada por el Ayuntamiento de Ferrol, no se ha considerado la adecuación de los contenidos a los objetivos perseguidos.

Dado que su objetivo es el de conmemorar el día de la UE y dar una importante difusión y publicidad al Programa Urban Ferrol, destacando la importancia de la cofinanciación del FEDER y acercando Europa a la ciudadanía, la inclusión de la imagen de la UE, el eslogan y la referencia al FEDER en camisetas, trofeos, carteles, lonas, banderas, etc. y la amplia participación de la población en las jornadas garantiza una importante difusión y, en definitiva, el cumplimiento del objetivo.

- + Por otra parte, la difusión del FEDER a través de la página web de AENA, considerada como una de las 20 mejores páginas bajo el dominio.es en los últimos 20 años se considera insuficientemente justificadas, tomando en consideración que existen evidencias suficientes que fortalecen, en mayor medida, su consideración como buena práctica.

En este caso el equipo evaluador recomienda el refuerzo de la justificación de los criterios, con el fin de poner en valor una actuación de notable calidad y facilitar su comprensión por parte de los interesados.

- + De forma paralela, en el caso particular de la información turística a través de paneles, planos y videos, llevada a cabo por el Ayuntamiento de Lugo, la deficiencia no se encuentra en la justificación de todos los criterios sino en el acompañamiento de imágenes que soporten la argumentación realizada. De hecho, no se incluye ninguna referencia gráfica que desempeñe en papel de prueba documental de la acción.

En definitiva, sería conveniente incluir estas imágenes en la presentación de la buena práctica, de forma particular cuando uno de los argumentos justificativos (evidencia del alto grado de calidad) alude directamente a dichos soportes gráficos.

9.2. VALORACIÓN DE LAS BUENAS PRÁCTICAS DE ACTUACIONES COFINANCIADAS YA IDENTIFICADAS

La selección de buenas prácticas de actuaciones cofinanciadas ha cobrado en los últimos años un importante impulso, tras la concreción de los [criterios para la identificación y presentación de buenas prácticas de FEDER y Fondo de Cohesión](#), así como la creación de una [Base de Datos de casos de éxito disponible](#) en la web de la Dirección General de Fondos Europeos del Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas (www.dgfc.sggp.meh.es/sitios/dgfc/es-ES/ipr/fcp0713/c/bp/ac/Paginas/Inicio.aspx).

Los [criterios de selección](#) ascienden a total de siete.

- + Elevada difusión entre los beneficiarios, beneficiarios potenciales y el público en general.
- + Incorporación de elementos innovadores.
- + Adecuación de los resultados obtenidos a los objetivos establecidos.
- + Contribución a la resolución de un problema o debilidad regional.
- + Alto grado de cobertura sobre la población a la que va dirigido.
- + Consideración de los criterios horizontales de igualdad de oportunidades y de sostenibilidad ambiental.
- + Sinergias con otras políticas o instrumentos de intervención pública.

Pueden considerarse a todos los efectos convenientes en la medida en que cumplen los requisitos de ser comprensibles, flexibles y completos.

- + **COMPENSIBLES:** Resultan fáciles de entender, es decir, son comprensibles, lo que simplifica la identificación de los casos de éxito y la redacción de los correspondientes informes por parte de todos los agentes implicados en el desarrollo de las operaciones. Asimismo, esto contribuye a una difusión más sencilla no sólo entre el público especializado, sino también entre la población en su conjunto.
- + **FLEXIBLES:** La flexibilidad que les caracteriza permite recoger las especificidades regionales, así como las diversidades relativas a las diferentes áreas de intervención, manteniendo un eje común para todos los proyectos seleccionados que facilita su análisis y difusión.
- + **COMPLETOS:** Pueden catalogarse de completos, en tanto abarcan tanto el *ámbito estratégico* (respuesta a necesidades regionales, consideración de principios horizontales y sinergias con otras políticas o instrumentos de intervención pública), como de *gestión* (incorporación de elementos innovadores), de *comunicación* (elevada difusión entre beneficiarios, beneficiarios potenciales y público en general) y de *resultados e impacto* (adecuación de los resultados obtenidos a los objetivos establecidos y grado de cobertura de la población objetivo).

Tales criterios fueron debatidos y aprobados por GERIP en la sesión celebrada el 27 de octubre de 2011 y, que tal y como queda constancia en el acta de la reunión correspondiente al 7 de febrero de 2012, lograron el visto bueno de la DG REGIO de la Comisión Europea en los Encuentros Anuales de dicho año 2011.

La definición de este procedimiento para la identificación y presentación de buenas prácticas de actuaciones cofinanciadas ha facilitado su incorporación al Informe Anual de Ejecución correspondiente a la anualidad 2011 y posteriores, así como la creación de la ya señalada base de datos que, en el caso particular de Galicia cuenta con un total de **24 buenas prácticas**.

El perfil general de dichas prácticas queda definido por cuatro rasgos fundamentales:

- + *Órgano gestor*: El importante peso que en las mismas representan las Corporaciones Locales (50%) y, de forma particular, el Ayuntamiento de Santiago (33,3%). Esto ha facilitado una notable participación activa por parte de la población en un grupo significativo de las buenas prácticas recogidas.

La proliferación de buenas prácticas del Ayuntamiento de Santiago, en muchas casos referidas a pequeñas actuaciones con objetivos muy concretos y que no presentan un impacto significativo sobre los objetivos del PO, hace pensar en la conveniencia de agregar las mismas en un único informe, o al menos el de las diferentes campañas puestas en marcha (IMPLÍCA-T, HIDRÁTA-T y MENTALÍZA-T e incluso el acto de participación ciudadana en la formación de un gran lazo violeta de 1.000 flores artesanales contra la violencia de género, Ayuntamiento de Santiago) en el que se recoja la excelencia de las actuaciones puestas en práctica por el Ayuntamiento en el marco de la iniciativa urbana Santiago Norte.

- + *Perspectiva temporal*: El primero de los ejemplos corresponde a la anualidad 2010, concentrándose la mayor parte de los mismos entre los años 2011 (37,5%) y 2012 (58,3%).
- + *Dimensión estratégica*: La calidad de las actuaciones puestas en marcha en el marco del PO FEDER de Galicia 2007-2013 abarcan todo el abanico de prioridades del Programa, lo que pone de manifiesto cómo la preocupación por la excelencia es un rasgo distintivo del mismo, más allá de la prioridad de intervención.

No obstante, la mayor relevancia corresponde a las actuaciones relacionadas con el desarrollo sostenible local y urbano (50%) y el medio ambiente, entorno natural, recursos hídricos y prevención de riesgos (20,8%), con una concentración que se ha acentuado con el paso del tiempo.

- + *Perspectiva territorial*: Finalmente, desde el punto de vista de la ubicación de las actuaciones se observa que los casos de buenas prácticas se han venido desarrollando en todo el territorio gallego, diferenciando aquéllas que abarcan las cuatro provincias (20,8%), realizadas por la Xunta de Galicia y organismos de la AGE, en los ejes 1, 2 y 3.

La valoración más formal de las buenas prácticas corresponde a la presentación de las mismas. En la medida en que el informe de presentación constituye el vehículo de difusión de los diferentes casos tanto entre el público más especializado como entre el conjunto de la población, la fórmula de presentación es un elemento a considerar.

En este sentido, la principal conclusión se refiere a la adecuación de los criterios de selección, cuya formulación se ha sustentado sobre la experiencia previa que ha supuesto la detección y presentación de buenas prácticas de comunicación.

En cuanto a la calidad de la presentación de las buenas prácticas, en general, se trata de operaciones que han destacado por sus positivos resultados, contribuyendo significativamente a los objetivos del Programa Operativo. No obstante, para elevar su utilidad, como mecanismo para dar a conocer los mejores ejemplos de proyectos cofinanciados, se aconseja dedicar una atención especial para mejorar la justificación de su selección en aquellos criterios que, particularmente, exigen un análisis más complejo.

Es el caso de la contribución de la operación a la resolución de un problema o debilidad regional o de la identificación de sinergias con otras políticas o instrumentos de intervención pública. En este sentido, la presente evaluación recomienda consultar las conclusiones del análisis DAFO en el que se basa la programación, para identificar las debilidades destacadas en el PO sobre las que se pretende intervenir. Ello permitiría conocer la incidencia de cada proyecto para paliar la problemática regional de partida.

Respecto a la complementariedad de la inversión con otras políticas, un elemento que facilitaría la motivación de este criterio sería la aplicación de un enfoque “en cascada” que considerara los grandes fines de la UE fijados en sus planteamientos estratégicos globales (Lisboa en 2007-2013 y EU 2020 para el próximo período), así como la planificación sectorial a nivel nacional y regional.

De forma más concreta:

- + En todos los casos se han considerado los siete criterios consensuados en el seno del GERIP como elementos de juicio para la selección de las buenas prácticas, al tiempo que han constituido el eje de la presentación de los informes de las mismas.
- + No obstante, en la justificación de alguno de los criterios se han detectado mayores dificultades. Por ejemplo, en la consideración de las prioridades horizontales donde en el 54,2% de los ejemplos no se ha argumentado la contemplación de la igualdad de oportunidades y, en la mayoría de los ejemplos, de la sostenibilidad ambiental.

En todos los casos, sin embargo, la ejecución del proyecto y operación ha dado estricto cumplimiento a los requisitos normativos medioambientales (tanto locales,

como regionales, nacionales y comunitarios), aspecto que debería hacerse constar en este punto.

En menor medida, también se encuentran ciertas deficiencias en la presentación de las actuaciones de comunicación, donde en el 37,5% de los casos no se alude a la difusión de la cofinanciación y la contribución de la UE, y la descripción del grado de cobertura de la población objetivo, donde en el 29,2% de los mismos la explicación se detiene en la propia población objetivo, pero no así en la repercusión real que sobre la misma ha tenido la actuación concreta (ya sea aportando una descripción cualitativa o cuantitativa).

- + Finalmente, en algunos ejemplos más puntuales se observa cierta confusión entre la presentación de los resultados y la debilidad afrontada por las operaciones.

Así, en lo relativo a la contribución para la resolución de una debilidad se entiende que debería centrarse la exposición en la situación previa a la intervención, recogiendo la necesidad de llevar a cabo la misma.

Asimismo, la adecuación de los resultados a los objetivos debería abarcar no únicamente los objetivos del proyecto sino, yendo más allá, los objetivos del PO y, en consecuencia, de la Política Regional Europea en Galicia. Sin embargo, este aspecto no se ha abordado en ninguno de los casos.

En conclusión, la selección de las buenas prácticas de actuaciones cofinanciadas en el PO FEDER de Galicia 2007-2013 se caracteriza por su elevada calidad tanto en las propias actuaciones como en la presentación de las mismas, aunque existe una posibilidad de aprovechar el know-how de cara al futuro y mejorar, particularmente, este último aspecto.

Para ello se propone incidir en cuestiones como: la consideración conjunta de actuaciones realizadas por un mismo órgano gestor en el marco de una operación que por su dimensión financiera y estratégica tienen una repercusión reducida de forma aislada; la consideración de la contribución de las buenas prácticas a los objetivos generales del PO y, en la medida de lo posible, de la Política de Cohesión en su conjunto; la inclusión de la información financiera (y, particularmente de la ayuda FEDER) en la presentación de los casos de éxito; y la puesta de atención en aquellos criterios en los que hasta el momento han supuesto una mayor dificultad.

Asimismo, con la finalidad de dibujar el perfil completo de los casos de éxito entre las actuaciones cofinanciadas por el FEDER en Galicia en el actual período de programación, sería interesante completar la identificación de buenas prácticas en los años previos a 2010.

9.3. IDENTIFICACIÓN ADICIONAL DE BUENAS PRÁCTICAS

El cierre del capítulo de análisis de buenas prácticas lo constituye la identificación de casos adicionales de excelencia tanto en el ámbito de los proyectos cofinanciados como de las actuaciones de comunicación.

a) **BUENAS PRÁCTICAS DE ACTUACIONES COFINANCIADAS**

+ Plan de Banda Ancha de la Xunta de Galicia (AMTEGA).

La Ley 16/2010, del 17 de diciembre, de organización y funcionamiento de la Administración general y del sector público autonómico de Galicia, en su disposición adicional tercera, autoriza la creación de la Agencia para la Modernización Tecnológica de Galicia (AMTEGA), adscrita a la Presidencia de la Xunta de Galicia, que tiene como objetivos básicos la definición, el desarrollo y la ejecución de los instrumentos de la política de la Xunta de Galicia en el campo de las tecnologías de la información y la comunicación y la innovación y el desarrollo tecnológico.

En virtud de este objetivo, AMTEGA está desarrollando el Plan de banda ancha de Galicia 2010-2013 para que la mayor parte de la sociedad y las empresas gallegas tuvieran acceso de calidad a la banda ancha en el horizonte del año 2013.

Esta actuación, desarrollada con el apoyo del FEDER se fija en la actualidad en el objetivo de la extensión de redes de telecomunicaciones, que permita disponer de acceso al servicio de banda ancha.

Esta actuación puede ser considerada una buena práctica en tanto cumple con todos los criterios para tal consideración:

La actuación ha sido convenientemente difundida entre los beneficiarios, beneficiarios potenciales y el público en general. En el propio desarrollo de la actuación se han adoptado medidas para informar de la contribución aportada por el FEDER para el desarrollo del proyecto, recurriendo a una importante diversidad de actuaciones que van desde la colocación de carteles, vallas, marquesinas, información en autobuses, celebración de actos públicos, etc.

En todo caso, la relevancia de la difusión queda patente a través de su consideración como buena práctica de comunicación en el actual proceso de evaluación final del Plan de Comunicación.



El proyecto incorpora elementos innovadores. Las actuaciones puestas en marcha y referidas en la descripción del proyecto son un claro indicador del carácter innovador del mismo. Cabe señalar la creación de una Oficina Técnica para la puesta en marcha de los distintos servicios para apoyar el desarrollo de las distintas actuaciones del plan. De esta forma, se canaliza y centraliza toda la información referente al Plan, permitiendo disponer de una visión global del proceso, se incentiva la eficiencia y efectividad de las actuaciones previstas y se dota de un punto único de referencia a todos los agentes interesados y a la ciudadanía en general para dar respuesta a sus necesidades.

Los resultados obtenidos con la misma se adaptan a los objetivos establecidos en el PO FEDER de Galicia. Esta actuación permite abrir nuevas posibilidades a toda la sociedad gallega e impulsar de este modo la creación de empleo de calidad que garantice el cumplimiento de uno de los cuatro objetivos finales del PO: la consecución de una economía sostenible que contribuya a hacer de Galicia un lugar más atractivo para invertir y trabajar.

Contribuye a la resolución de un problema o debilidad regional. Este proyecto pretende desarrollar y extender las nuevas tecnologías e infraestructuras de telecomunicaciones de banda ancha a los ciudadanos, organismos públicos y tejido empresarial de Galicia, con especial foco en aquellas zonas más desfavorecidas o desatendidas.

La dispersión geográfica de Galicia junto con su terreno abrupto implica mayores dificultades para el despliegue de infraestructuras de telecomunicaciones. Por otra parte, la falta de una estrategia global con respecto a las implementaciones de infraestructuras de telecomunicaciones que canalizasen las inversiones coordinando los esfuerzos de los diferentes agentes han sido elementos que han dificultado la verdadera optimización de los recursos, tanto públicos como privados, y que se han tratado de afrontar en el marco del Plan de Banda Ancha de Galicia.

Con todo, el proyecto contribuye a impulsar el sector empresarial mediante el uso de las nuevas tecnologías de banda ancha cómo dinamizadoras económicas y generadoras de competitividad e innovación. Además, incentiva la participación de los distintos agentes implicados fomentando la modernización de los servicios públicos mediante la utilización de las nuevas infraestructuras de banda ancha.

Tiene un alto grado de cobertura sobre la población al que va dirigido. El 76% de los núcleos programados en el Plan de Banda Larga (PDBL) 2010-2013 de la Xunta de Galicia ya disponen de acceso a redes de nueva generación con fibra óptica a cierre de 2012. En total 146 núcleos de los 193 previstos para dotar la comunidad de las infraestructuras de telecomunicaciones más avanzadas.

Se han tenido en cuenta los criterios horizontales de igualdad de oportunidades y de sostenibilidad ambiental. El Plan de Banda Ancha favorece la no discriminación al garantizar el derecho a la igualdad en el acceso a la banda ancha al centrarse en los ciudadanos más geográficamente separados y en los grupos con de exclusión. Se facilita así una sociedad de la información para todos.



Asimismo, en la implementación de esta actuación se han desarrollado los pertinentes estudios de impacto ambiental, tratándose, además, de mimetizar con el entorno. Adicionalmente, y de cara al futuro más inmediato, el recurso a los servicios digitales a través de las infraestructuras cofinanciadas permitirá un uso más sostenible de recursos como el papel, por ejemplo.

Sinergias con otras políticas o instrumentos de intervención pública. Al ser una medida que busca acelerar el cambio tecnológico permite el aprovechamiento de un número significativo de sinergias positivas tanto en lo que se refiere a la generación de infraestructuras como al posterior aprovechamiento de los servicios.

Así, existe una coherencia plena del Plan con el Programa de Extensión de Banda Ancha del Plan Avanza 2. Al tiempo que permite aprovechar en todo su potencial actuaciones

desarrolladas en el marco de la Agenda Digital de Galicia, el Plan de Modernización de la Administración Pública gallega o las actuaciones puestas en marcha por la Red CeMIT en el marco de la alfabetización de la sociedad gallega y el desarrollo de la sociedad de la información.

Por último, hay que destacar el refuerzo que el proyecto supone desde la perspectiva de la nueva Estrategia de Investigación e Innovación para la Especialización Inteligente (RIS3) de Galicia, que promueve, entre otros, proyectos en materia de TIC.

✦ Nueva dársena en Cabo de Cruz, de Portos de Galicia.

Las obras de construcción de una nueva dársena en Cabo de Cruz, en el municipio de Boiro, de la provincia de A Coruña, es una actuación llevada a cabo por el Gestor Portos de Galicia, dependiente de la Consellería do Medio Rural e do Mar, dentro del Eje y Tema Prioritario 5.56 (Protección y valorización del patrimonio natural), con un coste total de 7.859.358,78 euros, un coste subvencionable del mismo importe, una tasa de cofinanciación del 80%, y una ayuda de 5.973.202,92 euros. Las obras se iniciaron el 1 de julio de 2008 y están en la actualidad finalizadas.

Las obras consisten en la construcción de una nueva dársena de uso náutico-deportivo anexa a la actual, mejorando, al mismo tiempo, el abrigo de la dársena pesquera para oleajes de viento del Norte y Noroeste. Estos objetivos se consiguen prolongando el dique existente y construyendo un nuevo contradique. La superficie abrigada conseguida de esta forma e de unos 200.000 metros cuadrados.

La actuación ha sido convenientemente difundida entre los beneficiarios, beneficiarios potenciales y el público en general. A lo largo de la ejecución de la obra, desde el primer momento de su puesta en marcha, con la fase de licitación de la misma, se llevaron a cabo diversas actuaciones comunicativas referidas a las diferentes etapas: licitación, adjudicación, comienzo de la obra, distintas fases de su ejecución, visitas a obras y reuniones de trabajo. Así mismo se han llevado a cabo inserciones de anuncios en prensa dando cuenta de la ejecución de la obra, así como la colocación del cartel de obra durante la ejecución de la misma y la placa definitiva una vez terminada ésta.



La actuación incorpora elementos innovadores ya que para esta obra se utilizó un novedoso sistema que sustituye los rellenos de escollera en el interior de las rías, con una tecnología novedosa, representativa del avance de la ingeniería portuaria en los puertos gallegos, que permiten conseguir grados de abrigo aceptables con un coste menor, tanto ambiental como de inversión. Consiste en la colocación de una especie de pantalla porosa, situada sobre pilotes, debido a las características y configuración especial del terreno. Esta

pantalla tiene una notable ventaja ambiental y además es desmontable en el caso de que no fuese una solución definitiva. Es la primera vez que se coloca en Galicia y lo hace Portos de Galicia como una alternativa más a los diques aboyantes.

Los resultados obtenidos con la misma se adaptan a los objetivos establecidos. La construcción de un nuevo dique de 405 metros y un contradique de 605 ha permitido cubrir la demanda existente en Cabo de Cruz, donde se concentra una importante flota de embarcaciones deportivas que no cuentan con zonas de abrigo adecuadas.

La consecución de estos objetivos específicos contribuye, además, a alcanzar la finalidad de la categoría de gasto en la que se enmarca a través de la promoción de áreas de valor natural y cultural mediante equipamientos y servicios, así como la difusión de las actividades.

Contribuye a la resolución de un problema o debilidad regional. La situación previa apuntaba a un puerto con ciertas deficiencias en materia de zonas de abrigo en el que opera un sector con una flota de 200 bateeiros.

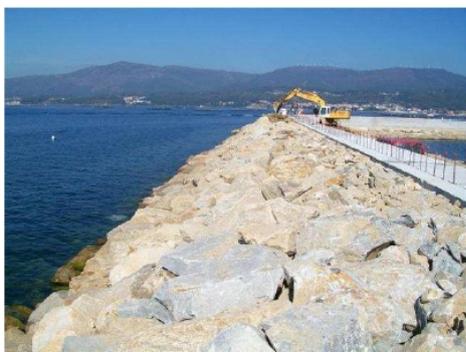
Así, la nueva dársena ha permitido redimensionar el puerto, dando respuesta a la mencionada demanda existente de zonas de abrigo, en tanto sirve de refugio al actual puerto pesquero y a la flota de mejilloneros, aportando un área más amplia de protección para los vientos del norte y del nordeste.



Tiene un alto grado de cobertura sobre la población a la que va dirigido. Con la construcción de la nueva dársena se ha podido cubrir la demanda que existía en Cabo de Cruz, donde se concentra una importante flota de embarcaciones deportivas que no contaban con zonas de abrigo adecuadas.

En cuanto a los **critérios horizontales de igualdad de oportunidades** la accesibilidad a la infraestructura es general, sin distinción de género, a lo que se une el fomento de la generación de empleos y la igualdad de oportunidades, posibilitando, en última instancia, la obtención de la cohesión económica y social y la solidaridad territorial.

También para el cumplimiento de los *critérios de sostenibilidad ambiental*, desde un principio se ha aplicado toda la normativa vigente, tanto de la CE, como la nacional y autonómica, así como la sectorial de puertos, se han adoptado medidas correctoras pertinentes para garantizar en todo momento la consecución de un desarrollo sostenible respetando siempre el medio ambiente y particularmente la protección de recursos pesqueros y marisqueros (selección de materiales de relleno...). Esta actuación fue sometida a tramitación de impacto ambiental, para ello se han realizado los estudios pertinentes y durante la ejecución de la obra se han cumplido las medidas correctoras exigidas por la Consellería de Medio Ambiente, Territorio e Infraestructuras, entre las que se incluye el seguimiento del plan de vigilancia ambiental.



Sinergias con otras políticas o instrumentos de intervención pública. Esta actuación se encuentra en sinergia con los siguientes planes: Plan de Actuaciones Medioambientales, Plan Previo de Seguridad y Salud, Plan de Aseguramiento de la Calidad, e integrada en el programa operativo FEDER Galicia para el período 2007-2013, en el Eje 5 Desarrollo Sostenible Rural y Urbano, Tema prioritario 56 Protección y desarrollo del patrimonio natural.

Asimismo, la actuación va en línea con los objetivos perseguidos por el *Plan de Infraestructuras de Transporte* del Ministerio de Fomento, no sólo en términos de realización de infraestructuras, sino también de calidad y seguridad de las mismas.

✦ Escuela Superior de Arte Dramática de Galicia, de la Secretaría Xeral de Educación.

La construcción de la Escuela Superior de Arte dramático de Galicia es una actuación llevada a cabo por el gestor Secretaría Xeral de Educación, de la Consellería de Cultura, Educación e Ordenación Universitaria, dentro del Eje 6, Tema Prioritario 75, con un coste total de 8.307.603 euros, un coste subvencionable de 4.925.325,97, una tasa de cofinanciación del 80%, y una ayuda de 3.830.121,74 euros. La construcción de la escuela se inició el 31 de enero de 2007, estando actualmente las obras finalizadas.



Las obras realizadas han permitido contar, entre otras instalaciones, con los siguientes espacios:

- ✦ Auditorio con 125 butacas, camerinos y almacén.
- ✦ 14 aulas prácticas para interpretación, dirección de escena, expresión corporal, danza, música, expresión oral, escenografía, caracterización e indumentaria, diseño por ordenador, dibujo artístico.
- ✦ Biblioteca y sala de estudios, cafetería-comedor,
- ✦ Vestuarios para alumnado y profesorado.
- ✦ Salas de reuniones, para profesorado, alumnado y personal de administración y servicios.
- ✦ Teatro al aire libre, y una amplia zona verde.

La actuación ha sido convenientemente difundida entre los beneficiarios, beneficiarios potenciales y el público en general. La escuela superior de Arte dramático de Galicia, es un edificio que lleva la firma del arquitecto Santiago Catalán, y está situada en la ciudad de Vigo, provincia de Pontevedra, en el barrio de Navia, y se ha dado a conocer de forma clara y atractiva, al público en general, a través de medios de difusión de gran impacto en la sociedad (medios de difusión tradicionales, y programas de televisión de ámbito regional), actos de presentación, anuncios en prensa, anuncios en el DOG de la contratación de la obra, cofinanciada por la Unión Europea, con fondos precedentes del FEDER, así como la colocación del cartel de obra durante la ejecución de la misma, y placa definitiva, lo que conlleva que alcance gran notoriedad en la ciudadanía gallega, transmitiendo el mensaje de oportunidades que los Fondos Estructurales nos brindan.



Esta actuación incorpora elementos innovadores, en tanto constituye un centro de referencia a nivel gallego y nacional en la formación de actores y en la investigación del mundo de la escena.

Destaca el hecho de que no es solamente un edificio hecho a la medida para centro de formación que quiere convertirse en referencia en unas disciplinas que pretenden llevar a la escena a ámbitos hasta ahora poco usuales, sino también de fomentar la investigación. La Escuela realiza también tareas de investigación científica y técnica, para que teatro y danza puedan aprovechar las nuevas tecnologías, y acercarse a nuevos escenarios y públicos. Para ello el complejo contará con aulas dotadas con las últimas tecnologías.

Los resultados obtenidos con la misma se adaptan a los objetivos establecidos ya que con la puesta en marcha de este edificio alumnos de toda la Comunidad Autónoma, e incluso del país vecino (Portugal) pueden acceder en la misma Escuela a cursos de tres especialidades: Escenografía, Dirección de Escena, y Dramaturgia.

Se fomenta además la especialización como vía para que sus alumnos puedan tener más opciones de integración en el ámbito laboral, a partir de iniciativas como el Máster de Artes Escénicas, que organiza la Escuela en colaboración con la Universidad de Vigo, unos estudios dirigidos a titulados de grado, no solo de la rama de las Artes Escénicas, sino también de Filología, Pedagogía o Ciencias de la Educación.

Entre los objetivos del PO se encuentra el de mejorar los niveles de cualificación en el marco de la cohesión social, a través del impulso del capital humano y la promoción del empleo. A tales efectos, la construcción y posterior desarrollo de la actividad de la Escuela Superior, se adecúa perfectamente a la estrategia del PO.

Contribuye a la resolución de un problema o debilidad regional. Éste era un proyecto largamente deseado, tanto que en el año 2005 la Escuela empezó a funcionar en las instalaciones del Instituto de Enseñanza Secundaria de Bouzas, con 36 alumnos y 11 profesores. Para afrontar la construcción del edificio, hubo que esperar a contar con las ayudas del Fondo de Desarrollo Regional, y otras de la Administración, y estas ayudas han contribuido a que se conozcan más ampliamente la utilización que los fondos estructurales nos brindan. Actualmente se pasa a tener 125 alumnos provenientes de toda la comunidad autónoma, e incluso del país vecino Portugal, y 40 profesores.

Desde esta perspectiva, las debilidades atendidas por esta inversión se relacionan con la necesidad de revalorizar la cultura como uno de los activos más importantes para Galicia, por sus efectos, tanto de incremento de visitantes y turistas atraídos por una oferta cultural de calidad, como por sus efectos sociales y de imagen.

Tiene un alto grado de cobertura sobre la población a la que va dirigido, ya que su funcionamiento hace que grupos repartidos por otros centros docentes de la ciudad, y estudios que se venían realizando en diferentes centros diseminados por la Comunidad Autónoma puedan hacerlo en un centro específico.

La incorporación de criterios horizontales de igualdad de oportunidades y de sostenibilidad ambiental queda garantizada en la medida en que, por una parte, en la construcción de la infraestructura se ha realizado cumpliendo los requisitos reglamentarios en materia de accesibilidad y no discriminación de las personas con discapacidad, garantizando la igualdad de oportunidades.

Adicionalmente, en lo relativo a las actividades realizadas en el centro, se garantiza el trato no discriminatorio entre el alumnado, dando acceso a la docencia impartida a toda la población que cumpla con las correspondientes pruebas de acceso, independientemente del género.

Por otra parte, en la construcción de este edificio (el primero de una serie de tres que van a conformar la sede definitiva de la institución) se han tenido en cuenta los criterios de sostenibilidad ambiental, considerando las especificidades de la zona.



En cuanto a las **sinergias con otras políticas o instrumentos de intervención pública**, esta actuación está integrada en el “Marco Estratégico de Convergencia Económica de Galicia (2007-2013), (MECEGA)”, en el Objetivo final 3 “Aumentar la cohesión social y territorial de Galicia mejorando los niveles de cualificación, la calidad del empleo y la inclusión social” y objetivo intermedio 11 “Mejorar y adaptar los sistemas de educación y formación de acuerdo con las necesidades reales de la sociedad, la economía y las empresas”, así mismo es coherente con el Plan Estratégico de Galicia, Horizonte 2020, en el eje 1 “Cohesión social, Bienestar y Calidad de Vida”, Objetivo estratégico 3 “Garantizar el acceso a la educación y la cultura en condiciones de igualdad en el marco de una educación de calidad para una Galicia formada, innovadora y trilingüe”.

A su vez, se trata de una actuación plenamente coherente con los objetivos del programa Cultura 2007-2013 de la Unión Europea, dirigido a dar apoyo a acciones de cooperación cultural y a organismos europeos activos en el ámbito cultural, así como a recabar y difundir información en esta materia.

A nivel autonómico, el proyecto favorece la consolidación de la industria cultural, como un sector estratégico para el desarrollo económico y social de Galicia, uno de los fines de los programas de promoción de las artes escénicas que lleva a cabo la Consellería de Cultura, Educación y Ordenación Universitaria de la Xunta.





+ Facturación electrónica, CITEC.

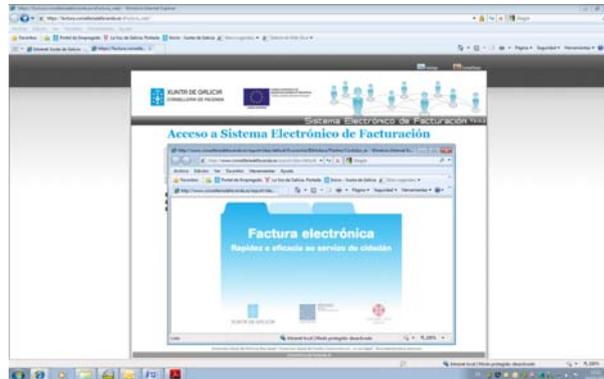
La facturación electrónica es una actuación llevada a cabo por el Gestor CIXTEC (Centro Informático para a Xestión Tributaria, Económico-Financieira e Contable), dependiente de la Consellería de Facenda. Se encuentra englobada en una operación que se denomina "Carpeta electrónica", que consiste en un conjunto de 7 aplicaciones electrónicas que se proyectan hacia la ciudadanía, permitiendo una relación más ágil y dinámica de los población con la Administración a través de internet, dentro del Eje y Tema Prioritario 1.13 (Servicios y aplicaciones para el ciudadano, y de la actuación 3. - Plan Estratégico eXunta para la mejora de la Administración electrónica (e-administración), con un importe total de 3.325.000 euros, y cofinanciado en un 80%. La fecha en que se inició esta actuación fue el 22 de septiembre de 2009.

La actuación ha sido convenientemente difundida entre los beneficiarios, beneficiarios potenciales y el público en general, ya que para dar a conocer esta aplicación se han llevado a cabo actos de presentación, anuncios en prensa, anuncios en el Diario Oficial de Galicia (30/06/2010 y 29/9/2010) de la contratación y adjudicación del Sistema Electrónico de Facturación (SEF), así como seminarios de formación, lo que conlleva que alcance gran notoriedad entre la ciudadanía gallega, transmitiendo el mensaje de oportunidades que los Fondos Estructurales nos brindan.

Por otra parte, tanto en los equipos físicos, como servidores, sistemas de almacenamiento o similares se han colocado placas informativas en formato de pegatina con el emblema de la Unión Europea, y el slogan del FEDER



En cuanto a las aplicaciones relativas a desarrollos de páginas web, se ha procedido a insertar en las mismas el emblema, lema y referencia de la Unión Europea.



Así mismo se han repartido 5.000 folletos, y se han colocado 3.000 carteles anunciadores de las acciones formativas relativas al Sistema Electrónico de Facturación en las 2.980 empresas, cámaras de comercio, y confederaciones de empresarios convocadas a los seminarios formativos, aludiendo de forma específica a la cofinanciación del FEDER.



Esta actuación incorpora elementos innovadores ya que la aplicación en sí misma es un producto totalmente nuevo; se trata de la puesta en funcionamiento de un portal que a través de Internet permite al ciudadano acceder de manera centralizada a todos los trámites y consultas de expedientes.

La aplicación se denomina "Sistema Electrónico de Facturación (SEF)" y consiste en el diseño y desarrollo de un sistema de registro electrónico de factura legal. En concreto el análisis y desarrollo necesario para dar cobertura, a los procesos vinculados en el ámbito de la gestión de la factura electrónica legal, de manera que contemple todos los requisitos que marca la normativa legal vigente con respecto a las obligaciones de facturación, y del Reglamento del Impuesto sobre el Valor Añadido, y especialmente la reglamentación sobre factura electrónica.

Se puede acceder a ella a través del enlace en la siguiente dirección: www.conselleriadefacenda.es/factura.



Los resultados obtenidos con la misma se adaptan a los objetivos establecidos ya que su puesta en marcha, permite una relación más ágil y dinámica de los/as ciudadanos/as con la Administración a través de Internet.

Este objetivo es plenamente coherente con el objetivo intermedio del Programa Operativo de extender y difundir las tecnologías de la información, las comunicaciones y las plataformas logísticas, garantizando la penetración en el conjunto de la sociedad y la disponibilidad de infraestructuras.

Contribuye a la resolución de un problema o debilidad regional. España ha sido uno de los primeros países en reconocer por ley el derecho de los ciudadanos a relacionarse electrónicamente con las Administraciones Públicas. De este reconocimiento se desprende la obligación de la Administración de la Comunidad Autónoma de Galicia de facilitar los medios y sistemas electrónicos necesarios para el ejercicio de este derecho. Este aspecto constituye el objetivo de esta actuación, ya que su funcionamiento permite a todos los ciudadanos de la Comunidad Autónoma que realicen sus gestiones con la Administración de una forma directa, rápida y sin necesidad de desplazamientos.

Por tanto, la debilidad atendida por este proyecto tiene que ver con la mejorar de la e-Administración y la adopción der soluciones digitales para una prestación eficiente de los servicios públicos, permitiendo que la sociedad gallega pueda hacer uso de las TIC e impulsando que el canal digital sea un mecanismo habitual de comunicación con la Administración.

Tiene un alto grado de cobertura sobre la población a la que va dirigido, puesto que la amplia difusión que se llevó a cabo en el momento de su puesta en marcha, y que se pueda conocer y utilizar de forma continuada a través de la página web de la Xunta de Galicia, hace que sea una herramienta totalmente eficaz y llegue a una gran parte de la ciudadanía.

La incorporación de criterios horizontales de igualdad de oportunidades y de sostenibilidad ambiental, queda garantizada en los siguientes términos:

La Administración electrónica favorece la no discriminación en la medida en que garantiza el derecho a la igualdad en el acceso electrónico a los servicios públicos, así como el principio de no discriminación de aquellos ciudadanos que opten o se vean obligados a la relación presencial con las Administraciones Públicas.

Asimismo, posibilita una minoración del impacto ambiental gracias al ahorro de recursos materiales, como el papel, en las relaciones entre las empresas y la Administración Pública; pero también gracias a la disminución en la necesidad de transporte o el menor consumo de energía.

En cuanto a las sinergias con otras políticas o instrumentos de intervención pública, esta actuación se encuadra en el Plan Estratégico eXunta para la mejora de la Administración electrónica.

Además, está integrada en el Plan Estratégico de Galicia, Horizonte 2020, en el eje 3 Economía del Conocimiento, Objetivo estratégico 2 Modernizar y promover la aplicación y el empleo general de las TIC en los ámbitos productivos, sociales y de los servicios públicos.

A su vez, el proyecto implica un refuerzo para la nueva Estrategia de Investigación e Innovación para la Especialización Inteligente (RIS3) de Galicia, que impulsa proyectos a favor de la utilización de las TIC en todos los ámbitos posibles.

Asimismo, desde una perspectiva nacional y comunitaria, se generan sinergias positivas con la Agenda Digital tanto para España como para Europa o la Ley 11/2007 de 22 de junio, de acceso electrónico de los ciudadanos a los Servicios Públicos.

El 15 de febrero de 2013 el Consejo de Ministros aprobó la Agenda Digital para España como la estrategia del Gobierno para desarrollar la economía y la sociedad digital en España durante el periodo 2013-2015. Esta estrategia se configura como el paraguas de todas las acciones del Gobierno en materia de Telecomunicaciones y de Sociedad de la Información.

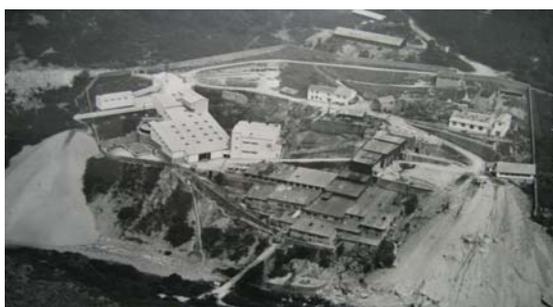
✦ Recuperación integral del pueblo minero de Fontao, Consellería de Medio Ambiente, Territorio e Infraestructuras.

La recuperación integral del pueblo minero de Fontao es una actuación llevada a cabo por el Gestor Instituto Galego da Vivenda e Solo, IGVS, dependiente de la Consellería de Medio Ambiente, Territorio e Infraestructuras, dentro del Eje y Tema Prioritario 5.58 (Protección y preservación del patrimonio cultural), con un coste total de 2.400.000,00 euros, un coste subvencionable 2.033.898,31 euros, una tasa de cofinanciación del 80%, y una ayuda de 1.231.033,88 euros. Las obras de rehabilitación se iniciaron el 13 de enero de 2008, estando finalizadas en la actualidad

FONTAO EN LA MEMORIA



Fontao es una pequeña localidad del Ayuntamiento de Vila de Cruces, en la Comarca del Deza, en Pontevedra, en el corazón de la Galicia rural, que cuenta con un Parque Minero que fue explotado entre los años 1888 y 1974.



Desde el año 2000, la Xunta de Galicia adquirió los terrenos e instalaciones del poblado minero de dicho Parque e inició las obras para su rehabilitación. Así se desarrolló un Plan Especial (2002) que recoge una primera aproximación a los usos que deberían tener los espacios que componen el conjunto.

En concreto, el proyecto ha consistido en la rehabilitación de la edificación de cine, iglesia y las escuelas, así como urbanización del entorno.

La actuación ha sido convenientemente difundida entre los beneficiarios, beneficiarios potenciales y el público en general, tanto durante su desarrollo, con el estricto cumplimiento de los requisitos reglamentarios en materia de comunicación, como una vez llevadas a cabo las obras de rehabilitación se realizan diversas actividades como una muestra fotográfica titulada "FONTAO na retina", o una yincana titulada "O enigma de Wólfram", dirigida a niños y jóvenes, para que tengan la posibilidad de aprender la historia, la identidad y singularidad de la zona.



A ello se une, además, la publicación de noticias y/o artículos en prensa, como la publicación en la revista Review de un artículo sobre el proyecto de rehabilitación.

Esta actuación incorpora elementos innovadores, ya que consiste en la rehabilitación y equipamiento de los antiguos edificios del pueblo minero de Fontao, (iglesia, escuela, y cine) para convertirlos en museo, escuelas talleres, y salón de actos polivalente, así como la urbanización del contorno del poblado minero. En su haber, cuenta además, el hecho de que representa la recuperación de la memoria histórica de un pueblo abandonado, así como por el significativo ejemplo de revitalización de la zona.

Los resultados obtenidos con la misma se adaptan a los objetivos establecidos. La Consellería de Vivenda e Solo de la Xunta de Galicia, convocó en el año 2006 un concurso para la Redacción del Plan Director del Parque Minero de Fontao en el Ayuntamiento de Vila de Cruces (Pontevedra).

Los principales objetivos que guían el desarrollo del Plan Director son:

- + La recuperación y puesta en valor de los recursos patrimoniales más destacables existentes en Fontao y su comarca, materiales como inmateriales.
- + La integración de todos los elementos considerados en el ámbito del proyecto, para hacer una propuesta consistente (enfoque multidisciplinar).

- + El diseño y desarrollo de un proyecto que sitúe a Fontao y a la Comarca del Deza, en particular, y a Galicia en general, como referente indispensable de la realización de una intervención pionera en el territorio y de una exigente recuperación del patrimonio histórico y natural que lo compone.



Con fondos FEDER, la Consellería de Vivienda e Solo llevó a cabo la rehabilitación del resto de las construcciones (cine, escuela, iglesia...) con el fin de poner en marcha el conjunto del Parque Minero y establecer el Taller de la Memoria de la Minería Gallega del Wolframio.

A lo largo del año 2011, continúan las obras de rehabilitación de la antigua iglesia, que tendrá como nuevo uso el de Museo de la Minería.



También se desarrollan las obras del edificio de la antigua escuela que albergará las nuevas aulas y los talleres de formación



Contribuye a la resolución de un problema o debilidad regional. Galicia vivió en los años 40 la fiebre del volframio, mineral cuya aplicación en la industria bélica lo hizo muy cotizado en la segunda guerra mundial, cuando trabajadores y cazadores de fortuna llegaban por cientos a la mina de Fontao.

Olvidada durante décadas la actividad minera, Fontao descubre hoy un nuevo filón, rescatar la memoria a través de un proyecto de desarrollo local. Así nacerá gracias a los fondos FEDER, un taller de memoria de la minería gallega del volframio.

Al mismo tiempo que se desarrollaron estas obras de rehabilitación, se dotó al Parque Minero del bien inmaterial que supone recuperar la memoria de la actividad minera y contribuir al desarrollo socio-económico de la zona. Para esta actuación, la extinta Consellería de Vivenda e Solo contó con la colaboración de la Asociación de Vecinos Mina da Brea, constituida por los vecinos que viven en el poblado.



Na planta do espazo, o edificio do pasado de Fontao, como este illa, mantivo nos anos 80



O proxector do cine do pasado aínda está en pé

En outubro do ano 2012 finalizaron las obras, celebrándose la presentación de las mismas con motivo de la celebración del Día Mundial de la Arquitectura, previéndose que en breve plazo abrirá sus puertas al público el Museo de la Minería.



Todo ello ha permitido resolver los problemas de escaso aprovechamiento de los recursos endógenos de la zona, que ha lastrado su potencial de crecimiento y desarrollo. En este sentido, el proyecto contribuye a eliminar las carencias existentes en materia de lograr un

entorno atractivo para vivir e invertir, mejorar el patrimonio histórico-cultural, y mantener unos equipamientos adecuados.

Tiene un alto grado de cobertura sobre la población a la que va dirigido, puesto que se quiere promover la rehabilitación de las edificaciones existentes en el ámbito de actuación y adecuación de los usos de los mismos de acuerdo con las necesidades sociales y modo de vida de los habitantes del entorno para convertirlo en un espacio de encuentro y relación, de formación, de difusión cultural y de servicios.

En lo relativo a la incorporación de criterios horizontales de igualdad de oportunidades y de sostenibilidad ambiental, dos son los elementos a destacar: En primer término la rehabilitación se ha hecho con la finalidad de recuperar un paraje para uso cultural favoreciendo, en todo caso, el crecimiento sostenible y de acuerdo con las pautas que la normativa establece en materia de accesibilidad.

Por otra parte, la actividad cultural a desarrollar en torno a la actuación garantiza la participación del conjunto de la ciudadanía, sin distinción por sexo, raza, religión, etc.

En cuanto a las sinergias con otras políticas o instrumentos de intervención pública, esta actuación está encuadrada en el Plan Estratégico de Galicia, Horizonte 2020, en el eje 4 Sostenibilidad Medioambiental y Equilibrio Territorial, Objetivo estratégico 2 Desarrollo equilibrado y sostenible del territorio eliminando las disparidades territoriales e integrando a Galicia como ciudad única.

Además, la actuación es claramente complementaria con el Programa de Desarrollo Rural de Galicia, que dedica un eje de intervención a la mejora de la calidad de vida y de la economía en las zonas rurales. Particularmente, hay que resaltar las sinergias que el proyecto presenta con las estrategias de desarrollo local promovidas por los Grupos de Acción Local que intervienen en el territorio.

✦ *Aplicación Informática para la Mejora de la Gestión, la Difusión y el Alcance del Servicio de Teleasistencia Domiciliaria y Móvil.*

La aplicación informática para la mejora de la gestión, la difusión y el alcance del servicio de teleasistencia domiciliaria y móvil es un proyecto financiado por Cruz Roja Española a través de una convocatoria de ayudas a la licitación pública para el año 2011, recibió una suma de 26.940,34 euros de subvención, cofinanciada en un 80% por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) , en el marco del Plan Operativo FEDER de Galicia 2007 - 2013, Eje 1 de la economía del conocimiento (I + D, sociedad de la información y TIC), tema prioritario 13 Servicios y Aplicaciones para el Ciudadano.

El proyecto consistió en el desarrollo e implementación de una aplicación informática para mejorar los procesos de gestión de los usuarios actuales y potenciales de los servicios de teleasistencia y móvil proporcionada por la Cruz Roja Española.

Su implementación ha contribuido, de acuerdo con los objetivos perseguidos, a incrementar la detección de necesidades de los usuarios, dotando al personal de equipo de geolocalización y la movilidad. Dicha dotación permite conocer las incidencias en tiempo real, reduciendo los períodos de tiempo de respuesta. Asimismo, el proyecto ha permitido dedicar tiempo y esfuerzo para difundir el servicio y aumentar el alcance y conocimiento entre los gallegos, especialmente entre los potenciales beneficiarios del servicio de teleasistencia: personas mayores dependientes y de las víctimas de la violencia doméstica.

El proyecto puede considerarse una buena práctica dado que da estricto cumplimiento a los criterios identificados a tales efectos:

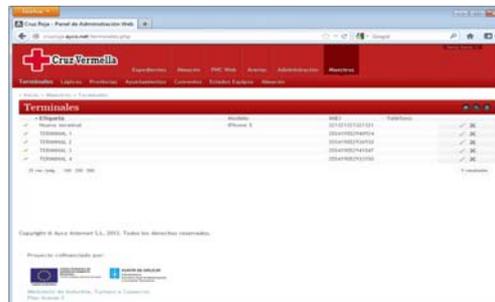
La actuación ha sido adecuadamente difundida. La Administración Gestora de las Subvenciones ha respondido en la implementación de las mismas a las pautas definidas en la “Guía de Publicidade e Información das Intervencións cofinanciadas con Fondos Estruturais 2007-2013 en Galicia” de la Consellería de Facenda, para la información a todos los beneficiarios potenciales y beneficiarios. Como ejemplo pueden indicarse las publicaciones en el Diario Oficial de Galicia de la convocatoria y la relación de beneficiarios:

http://www.xunta.es/dog/Publicados/2011/20110331/AnuncioCCA2_gl.pdf

http://www.xunta.es/dog/Publicados/2011/20111026/AnuncioC3C1-020911-6026_gl.pdf

Por su parte, la entidad beneficiaria ha recurrido a múltiples canales para la difusión de la financiación recibida:

- ✦ En primer lugar, en la pantalla de acceso a la propia aplicación informática en formato web, así como en el interior de la misma, se han incluido los correspondientes logos, eslogan, etc.



- ✦ Se ha procedido al etiquetado materiales adquiridos en este proyecto (como, por ejemplo, la pluma digital recogida en la fotografía adjunta).



- ✦ Por otra parte, y a pesar de ser una subvención por un importe inferior al umbral que determina la obligación de instalar señales permanentes de publicidad, la Agencia para la Modernización Tecnológica de Galicia (Amtega) marcó al receptor de la ayuda dos obligaciones adicionales de comunicación, independientemente de la cantidad de la ayuda recibida:

- ✦ Inclusión por parte del beneficiario de publicidad relativa a la subvención concedida en su página web (<http://www.cruzvermella.org>) durante los dos años siguientes a la percepción de la misma, bajo la etiqueta "Fondos Públicos".



- ✦ Redacción por parte del beneficiario de una memoria del proyecto subvencionado que será accesible al público en formato PDF y que estará disponible en la web del beneficiario , junto con los links a las web del Organismo Intermedio y al propio fondo que lo cofinancia.



La actuación cuenta con elementos innovadores. El proyecto desarrolló una aplicación informática en formato de intranet a través de la cual la gestión de la información se realiza en un servidor central que permite a los trabajadores de la Cruz Roja acceder y almacenar la información recurriendo simplemente a un navegador Web estándar (Internet Explorer, Firefox, Chrome, etc.). Asimismo, el sistema permite el acceso en movilidad y la automatización del volcado de la información a través de terminales móviles de BlackBerry y lápices digitales (Blackpen).

Los resultados obtenidos se adaptan a los objetivos establecidos tanto en el propio proyecto como en el Programa Operativo. En el primero de los casos, la normativa reguladora de esta subvención establece la meta de impulsar la realización de actuaciones de difusión y sensibilización, relacionadas específicamente con el desarrollo e implementación de la Sociedad de la Información en la Comunidad Autónoma de Galicia y, de forma específica, entre las sociedades de interés social.

Por lo que respecta a los objetivos generales del PO, el proyecto contribuye de forma directa a la consecución del objetivo intermedio número 7: *“extender y difundir las tecnologías de la información, las comunicaciones y las plataformas logísticas, garantizando la penetración en el conjunto de la sociedad y la disponibilidad de infraestructuras”*.

El proyecto contribuye a la resolución de un problema regional, en tanto dichos resultados pretenden hacer frente a una de las debilidades identificadas en el DAFO del Programa, la escasa penetración en los hogares gallegos de las TIC's, así como el insuficiente grado de desarrollo de la administración electrónica en Galicia.

Asimismo, se cubre una gran debilidad para Galicia, como es el elevado grado de envejecimiento de su población. Con esta actuación, se mejora la atención a las personas

mayores y en situación de dependencia, cumpliendo, a su vez, una función preventiva o de emergencia.

Por otra parte, puede considerarse que tiene un alto grado de cobertura de la población objetivo. Inicialmente el número de usuarios atendidos superaba los 7.000. Esta elevada demanda fue la que llevo a abordar el proyecto de mejora aquí recogido que permite hacer frente a la sostenibilidad del sistema ante un crecimiento previsto de los usuarios. Desde entonces y hasta el momento de la justificación del proyecto los beneficiarios que han conseguido implantar la teleasistencia de segunda generación ascienden a un total de 1.500 hogares. Esta asistencia abarca al 98% de los municipios gallegos, con especial incidencia en las poblaciones de Santiago y A Coruña.

En el desarrollo del proyecto se han tenido en cuenta los principios horizontales de igualdad de oportunidades y sostenibilidad ambiental. En el primero de los casos, a través de la garantía del acceso a la aplicación informática del conjunto de la ciudadanía gallega, independientemente de su sexo, procedencia, etc. Y, en lo que se refiriere a la sostenibilidad ambiental, la actuación ha supuesto, en la práctica, una reducción en el uso de papel en lo que respecta a la gestión de usuarios.

Finalmente, la actuación se desarrollo en un contexto de claro compromiso con la asistencia a dependientes por parte de la Xunta de Galicia, lo que permite el aprovechamiento de las sinergias con otras políticas o instrumentos de intervención pública.

Así, aprovechando las oportunidades que brindan las nuevas tecnologías se han desarrollado iniciativas como el programa de teleasistencia avanzada 'MiAvizor', que presta atención integral 24 horas al día a las personas mayores dependientes que viven solas a través de sensores inalámbricos.

Desde la perspectiva de los servicios prestados los datos de la región son muy positivos si tenemos en cuenta que dichos servicios suponen cerca del 70% de la atención a dependientes, una cifra superior a la media estatal y que convierte a Galicia en la segunda comunidad con mayor porcentaje de servicios en la atención a personas dependientes.

Asimismo, en el ámbito de la I+D, las Universidades gallegas realizan una importante labor de investigación en la materia. Mejorar la calidad de vida de los mayores que viven solos y retrasar al máximo su entrada en una residencia constituyen los objetivos que persiguen tres grupos de expertos gallegos -uno en cada universidad- que trabajan en la nueva generación de teleasistencia, sistemas de comunicación bidireccionales, más fáciles de utilizar y que permiten controlar cuestiones sanitarias del anciano -como la tensión o el pulso- a distancia, detectar cualquier emergencia en el hogar o simplemente facilitan el ocio de los mayores a través de las nuevas tecnologías.

b) BUENAS PRÁCTICAS DE COMUNICACIÓN**+ Campaña de Comunicación orquestada en torno al Plan de Banda Ancha de Galicia 2010-2013.**

La Agencia para la Modernización Tecnológica de Galicia (AMTEGA), adscrita a la Presidencia de la Xunta de Galicia, está desarrollando el Plan de banda ancha de Galicia 2010-2013 para que la mayor parte de la sociedad y las empresas gallegas tuvieran acceso de calidad a la banda ancha en el horizonte del año 2013.

En virtud de esta actuación, cofinanciada con fondos FEDER, está llevando a cabo una campaña de comunicación caracteriza por la multiplicidad de instrumentos utilizados. Así, entre otras actuaciones:

- Se han insertado anuncios en prensa de ámbito autonómico.
- Se han rotulado de autobuses.
- Se ha incluido información al respecto del Plan y la contribución de la UE en la propia página de
- Se han elaborado paneles publicitarios que posteriormente han sido remolcados en bicicleta a lo largo de los municipios gallegos.
- Se han colocado carteles y vallas publicitarias, pero también otros elementos más innovadores como las banderolas ubicadas en farolas, etc.
- Se ha procedido a la señalización exterior en los puntos de venta del operador por cable del Plan de Banda Ancha.
- Se ha repartido material publicitario en diferentes jornadas celebradas, así como a través del recurso al buzoneo.

Esta campaña puede ser considerada una buena práctica en tanto cumple con todos los criterios para tal consideración:

El uso de recursos innovadores en la presentación, organización y/o desarrollo, queda patente en primer lugar por la aludida diversificación de medios empleados para llevar a cabo la difusión del proyecto y de la contribución de la UE y, en segundo términos, por el recurso a elementos que hasta el momento no se habían empleado en actuaciones similares, como la rotulación de autobuses o la distribución de material informativo

aprovechando elementos de marketing que atraigan al público, como el reparto de castañas.

A ello se une, además, el recurso a las nuevas tecnologías como medio de difusión, tal y como se recoge en el último de los criterios señalados en la presentación.



La adecuación de los contenidos a los objetivos perseguidos. El objetivo prioritario de la actuación es la difusión de este Plan al conjunto de la sociedad, poniendo en valor la contribución del FEDER para alcanzar la finalidad de que la mayor parte de la sociedad y las empresas gallegas tengan acceso de calidad a la banda ancha en el horizonte del año 2013, reduciendo el desequilibrio territorial. Objetivo que queda claramente alcanzado a través del uso de un mensaje directo, así como de un lenguaje sencillo y muy visual.



La incorporación de criterios de igualdad de oportunidades, queda garantizada tanto en lo que se refiere a la accesibilidad de la información como en lo relativo al propio contenido de la campaña puesta en marcha. Así, se fundamenta en la accesibilidad global a la

información, independientemente del género o las limitaciones que pudieran tener los potenciales usuarios. Y hace empleo de un lenguaje de género y el uso de imágenes que posicionan tanto al hombre como a la mujer en igualdad de condiciones frente a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

La **adecuación con el objetivo general de difusión de los fondos**. La definición de los objetivos descritos previamente resulta plenamente coherente con la finalidad última del Plan de Comunicación: dar a conocer las oportunidades que brindan los Fondos Europeos y, de forma particular, al objetivo intermedio de dar a conocer a la ciudadanía gallega la Política Regional Europea, los Fondos Estructurales y el Programa Operativo, así como publicitar sus logros y resultados, concentrándose en este caso en el marco referencial de uno de los proyectos destacado como buena práctica de actuación cofinanciada.

En definitiva, con las actuaciones puestas en marcha se cumplen perfectamente los pilares que sostienen la estrategia de comunicación del PO FEDER: Transparencia y notoriedad, al dar a conocer el Plan de Banda Larga y la participación que tiene la Unión Europea en la misma.

Se informa así sobre la forma en que se utilizan los recursos del FEDER, promoviendo la actividad responsable realizada por la UE en Galicia.

Tiene un **alto grado de cobertura sobre la población** al que va dirigido, dada la diversidad de acciones de difusión que se han empleado, que abarcan desde folletos en soporte papel hasta vídeos divulgativos, marquesinas, rotulación de autobuses, presencia en las redes sociales, etc.

El **alto grado de calidad**. El resultado obtenido puede considerarse muy positivo, tanto por la información presentada como por la variedad de formas en las que se ha hecho.

Uso de nuevas tecnologías de la información. Tanto la página web del IMIT de la Agencia para la Modernización Tecnológica de Galicia la de la Xunta de Galicia, como los perfiles de Facebook y Twitter del IMIT (Iniciativas de Modernización e Innovación Tecnológica), el portal web que tiene como objetivo el convertirse en un instrumento de comunicación, divulgación y promoción de las diversas actividades que en materia de sociedad de la información se realicen desde la Xunta de Galicia. Todas estas vías constituyen en la práctica fuentes de información del proyecto del Plan de Banda Ancha de Galicia.

✦ Programa de apoyo a las Pymes basado en la prestación de servicios de diagnóstico, desarrollo estratégico y servicios de profesionalización (programa Re-Acciona).

El Instituto Gallego de Promoción Económica (IGAPE), agencia adscrita a la Consejería de Economía e Industria, para el desarrollo económico de Galicia, ha puesto en marcha durante la anualidad 2012, el programa de apoyo a las Pymes basado en la prestación de servicios de diagnóstico, desarrollo estratégico y servicios de profesionalización, Re-Acciona.



Con un presupuesto global de 5 millones de euros, de los cuales 4 millones corresponden a la ayuda FEDER recibida en el marco del PO FEDER de Galicia, 2007-2013, afronta el objetivo prioritario de hacer accesibles a las Pymes servicios de alto valor añadido orientados a la adquisición de competencias por parte del capital humano de la empresa, como fuente de creación de ventajas competitivas sostenibles e impulsar la internacionalización de las Pymes partiendo de diagnósticos de sus potencialidades de proyección exterior.

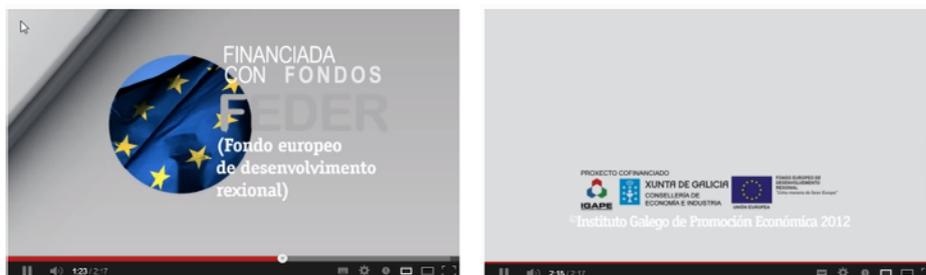
En torno a dicho proyecto se ha puesto en marcha una importante diversidad de fórmulas de comunicación orientadas tanto a los potenciales beneficiarios de la ayuda (pequeñas y medianas empresas) como a la población en general, que ha sido una constante desde el arranque del proyecto.

Así, se ha recurrido a la inclusión en la web del proyecto de toda la información relativa al programa, la celebración de jornadas y las correspondientes ponencias disponibles en la web del proyecto, ruedas de prensa, elaboración de vídeos y folletos en los cuales se ha dejado constancia explícita de la cofinanciación a través de FEDER.

Esta campaña de comunicación se puede considerar como una "buena práctica" porque:

Ha hecho uso de recursos innovadores en la presentación, organización y/o desarrollo en la medida en que se utiliza diferentes medios para proporcionar información sobre las distintas actividades desarrolladas en el marco de Re-acciona: Internet (www.igape.es).

Destaca, en este contexto, la elaboración de 12 vídeos de presentación del proyecto en los que se hace mención a la aportación del FEDER al Programa. Tales vídeos están disponibles tanto en la web del IGAPE, como en el canal Youtube, donde, a día de hoy, cuentan con más de 2.000 visualizaciones.



Las actuaciones puestas presentan unos contenidos acordes a los objetivos perseguidos. El objetivo prioritario de la actuación es dar una información completa y relevante de los de las diferentes acciones desarrolladas a través del proyecto Re-acciona, poniendo en valor la contribución de la Unión Europea al proyecto.

La incorporación de criterios de igualdad de oportunidades que se fundamenta en la accesibilidad global a la información, independientemente del género y el recurso a imágenes no estereotipadas de hombres y mujeres.

La adecuación con el objetivo general de difusión de los fondos. La definición de los objetivos descritos previamente resulta plenamente coherente con la finalidad última del Plan de Comunicación: dar a conocer las oportunidades que brindan los Fondos Europeos.

Con esta actuación se cumplen perfectamente los pilares que sostienen la estrategia de comunicación del PO FEDER: Transparencia y notoriedad, al dar a conocer las diferentes acciones que integran el Plan Re-acciona y la participación que tiene la Unión Europea en la misma, mejorando tanto la transparencia de la ayuda como la visibilidad de la misma entre los beneficiarios potenciales del programa y entre la población gallega en su conjunto.

Se informa así sobre la forma en que se utilizan los recursos del FEDER, promoviendo la actividad responsable realizada por la UE en Galicia.



Se ha alcanzado un alto grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción de comunicación. Muestra de ello son la importante visualización de los vídeos disponibles en el canal Youtube (con hasta un total de 2.000 visualizaciones, o la difusión de un total de 1.000 ejemplares de los folletos editados distribuidos entre posibles beneficiarios a través de los expositores del IGAPE y en el marco de las diferentes jornadas celebradas, así como on line (<http://goo.gl/WoqvR>).



Pero sobre todo destaca la difusión realizada en colaboración con las principales entidades asociativas empresariales de Galicia que ha permitido alcanzar zonas de Galicia en las que el IGAPE mantiene programas de impulso territorial. En concreto, con el fin de difundir el programa y, por ende, su financiación europea, con el adecuado grado de capilaridad, ha logrado implicar a colectivos como las empresas de reciente creación y las zonas menos desarrolladas económicamente.

El alto grado de calidad de las actuaciones desarrolladas es, por su parte, el resultado tanto por la información presentada (la amplitud sobre las diferentes actividades del programa destacando la contribución del FEDER, el detalle de la información, el soporte

gráfico y la continua actualización), como por la forma en que se ha hecho, que ha permitido acercar, de una manera muy accesible, la Política Regional Europea al conjunto de la población gallega.

Finalmente, el uso de las nuevas tecnologías de la información ha sido un referente fundamental en la difusión del proyecto. Así, se ha utilizado como soporte la página web del IGAPE (www.igape.es/programa-re-acciona) y vídeos para mostrar las diferentes actuaciones desarrolladas en torno al programa y de los servicios en los que participan los diferentes colaboradores.



RegioPlus
Consulting 

www.regioplus.eu

C/ San Felipe Neri 3
28801 Madrid

T. +34 91 883 80 08
F. +34 91 879 88 19

Gta. Fernando Quiñones s/n
41940 Sevilla

T. +34 95 415 42 68

Rue Louis Scutenaire 7/8
B - 1030 Bruselas

T. +32 (0) 2 742 25 80