

Evaluación Intermedia del Plan de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER y del FSE de la Comunidad Foral de Navarra 2007-2013

Marzo 2011

2012 CONTIGO
AVANZAMOS



UNION EUROPEA
FONDO EUROPEO DE
DESARROLLO REGIONAL
"Una manera de hacer Europa"



FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro



Informe realizado por un equipo constituido dentro del Colegio profesional de Sociología y Ciencias Políticas de Navarra.



Colegio de Sociólogos/as y
Políticos/as de Navarra
Nafarroako Politologen
eta Soziologoen Elkarroa

Índice

1. Metodología de evaluación.....	3
1.1. Diseño técnico de la evaluación	3
1.2. Métodos y técnicas utilizadas	5
1.3. Valoración de lo anterior	8
2. Análisis de la programación de la estrategia de comunicación.....	10
2.1. Pertinencia de la estrategia de comunicación.....	10
2.2. Validez y consistencia interna del Plan de Comunicación.....	12
2.3. Asignación y adecuación de los recursos	13
2.4. Consideración del principio de Igualdad de Oportunidades	13
3. Análisis de la aplicación de las medidas de información y publicidad.....	15
3.1. Avances en la ejecución de las medidas	15
3.2. Integración de las actividades de información y publicidad en los informes anuales de ejecución	19
3.3. La repercusión de los sistemas de seguimiento en la calidad de la ejecución de las medidas	22
4. Verificación de la inclusión de la información y publicidad en las actuaciones de verificación y control de los fondos FEDER y FSE	29
5. Incorporación del principio de Igualdad de Oportunidades en las medidas de información y publicidad.....	31
6. Análisis del impacto: logros y desafíos de las actividades en materia de información y publicidad.....	33
7. Conclusiones y recomendaciones: propuesta de medidas a adoptar	39
8. Buenas prácticas.....	43

1. METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN

En el periodo actual de programación 2007-2013, la Comisión Europea ha considerado prioritario aumentar la visibilidad y concienciación europea acerca de los beneficios de la política regional comunitaria cofinanciada a través de los distintos Fondos Estructurales.

La normativa actual ha supuesto un salto cualitativo relevante respecto a la programación precedente del periodo 2000-2006 en el nivel de exigencia respecto a las acciones de visibilidad de las actuaciones previstas. En base al artículo 69 del Reglamento 1083/2006, del Consejo y los artículos 2 al 10 del Reglamento (CE) 1828/2006, de la Comisión se realiza el Plan de Comunicación y la presente evaluación.

La normativa, establece, en el artículo 4.2 del Reglamento (CE) 1828/2006 de la Comisión, tanto para el año 2010 como en la finalización del periodo, la obligación de evaluar 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 Unión Europea.

Las personas responsables del Plan de Comunicación de los programas operativos FEDER y FSE en la Comunidad Foral de Navarra en colaboración con las Autoridades de Gestión del FEDER (Dirección General de Fondos Comunitarios del Ministerio de Economía y Hacienda DGFC), y de la Unidad Administradora del Fondo Social Europeo (Dirección General de la Economía Social, el Trabajo Autónomo y el Fondo Social Europeo, del Ministerio de Trabajo e Inmigración - UAFSE), han desarrollado el Plan de Comunicación de Navarra para dicho periodo, aglutinando los Programas Operativos del FEDER y del FSE en el mismo Plan.

Así, según lo expuesto, los objetivos del presente documento son: a) dar cumplimiento a la exigencia normativa comunitaria de acometer procesos de evaluación sobre las medidas de información y publicidad; b) analizar el grado de ejecución, los resultados y los impactos alcanzados al desarrollar el Plan de Comunicación de la Comunidad Foral de Navarra; y c) disponer de un informe intermedio de los trabajos para incorporarlo al informe anual 2010.

Asimismo, de cara a realizar el seguimiento y la evaluación de manera coordinada y coherente a escala nacional, la Dirección General de Fondos Comunitarios del Ministerio de Economía y Hacienda, con la colaboración de la Unidad Administradora del FSE del Ministerio de Trabajo e Inmigración, en el seno del Grupo Español de Responsables de Información y Publicidad (GERIP), elaboraron de manera conjunta la *“Guía General de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los Programas Operativos FEDER, Fondo de Cohesión y FSE 2007-2013”* como marco de referencia para realizar el seguimiento y evaluación de los distintos Planes de Comunicación.

El presente informe es el resultado de la evaluación del Plan de Comunicación de la Comunidad Foral de Navarra en el cual se analizan diferentes aspectos del mismo y que da cumplimiento de los requisitos que, en esta materia, establecen los actuales reglamentos comunitarios.

1.1. Diseño técnico de la evaluación

“La evaluación propuesta tiene establecido que en el desarrollo de este apartado se indicará, el motivo, alcance temporal, los agentes implicados y sus responsabilidades, el calendario y la estructura determinada.”

El diseño técnico de la presente evaluación se ajusta a las indicaciones de las Autoridades de Gestión de las intervenciones estructurales en España. Ante la falta de orientaciones más específicas de la Comisión sobre la metodología de evaluación a aplicar, y a partir de fichas metodológicas orientativas, documentos e informes, cada estado miembro ha sentado las bases y principios de la evaluación.

Así, el Estado español ha establecido el desarrollo y aplicación de los principios a seguir en la *“Guía General de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los Programas Operativos FEDER, Fondo de Cohesión y FSE 2007-2013”*. La misma, articula de forma coordinada el proceso a cumplimentar, para el conjunto de evaluaciones de los distintos Planes de Comunicación de los PO de España y es, por lo tanto, el marco común de trabajo.

El procedimiento ha sido configurado de acuerdo con la normativa vigente y con las orientaciones metodológicas en esta materia en base a:

- ✓ Los objetivos y la estrategia planteada en el Plan de Comunicación.
- ✓ El alcance respecto a los grupos objetivo de las actuaciones de comunicación.
- ✓ Las indicaciones de la Comisión respecto a las actuaciones de seguimiento y evaluación.

En este sentido, el Plan de Comunicación de la Comunidad Foral de Navarra recoge los requisitos exigidos que permiten poder valorarlo según el diseño y seguimiento de los indicadores y la metodología y criterios a aplicar establecidos. El Plan contempla:

- los objetivos y destinatarios del plan;
- la estrategia y contenido de las 27 medidas de publicidad previstas destinadas a los órganos gestores, beneficiarios, potenciales beneficiarios y público en general;
- el presupuesto indicativo para la ejecución del plan;
- los organismos responsables en la ejecución de las medidas previstas;
- y el control, seguimiento y evaluación de su aplicación.

Alcance temporal

El análisis expuesto en este documento corresponde al periodo comprendido desde el 1 de enero 2007 al 31 de marzo 2010 y se ajusta a las instrucciones especificadas en la citada guía.

Calendario

Los trabajos de análisis de la evaluación se han llevado a cabo entre los meses de abril a septiembre del 2010.

Agentes implicados

Son varios los agentes que participan con grados de implicación diferentes, tanto por ser objeto de análisis al pertenecer a grupos de destinatarios de las medidas de comunicación como por ser agentes activos en el proceso evaluativo. Son responsables de la aplicación del Plan y del cumplimiento de la normativa comunitaria, cada uno en sus competencias:

- ✓ La Comisión Europea al declarar aceptado el Plan de Comunicación y revisar posteriormente el resultado de la evaluación con motivo de su inclusión en el informe anual de 2010
- ✓ La Autoridad de Gestión del FEDER, representada por la Subdirección General de Administración del FEDER de la Dirección General de Fondos Comunitarios del Ministerio de Economía y Hacienda
- ✓ La Autoridad de Gestión del FSE, representada por la Unidad Administradora del Fondo Social Europeo (UAFSE), de la DG de Economía Social, el Trabajo Autónomo y el FSE, del Ministerio de Trabajo e Inmigración
- ✓ El Organismo Intermedio regional de los Programas Operativos del FEDER y del FSE de Navarra, representado por el Servicio de Acción Europea (en adelante SAE) del Departamento de Economía y Hacienda del Gobierno de Navarra.

En el Plan de Comunicación otros agentes implicados en aquellas medidas que les competen son:

- ✓ Aquellos Organismos Intermedios y aquellos otros beneficiarios, designados por la Dirección General de Fondos Comunitarios que aparecen en el Programa Operativo del FEDER de Navarra
- ✓ Aquellos organismos y aquellos otros beneficiarios que, de acuerdo con el art. 5.3 del Reglamento de Aplicación, colaboren con el SAE en las labores de difusión de la información y publicidad dirigidas a los beneficiarios potenciales y a la ciudadanía.

1.2. Métodos y técnicas utilizadas

El Plan de Comunicación de la Comunidad Foral indica cuatro grupos de destinatarios diferenciados a los que dirigir las medidas y actuaciones. En función de las líneas de actuación especificadas para cada grupo, se han seguido para su evaluación, métodos y técnicas diferentes de análisis.

Sistema de Indicadores

Los indicadores de seguimiento y evaluación son fundamentales para la evaluación del desarrollo y resultados alcanzados por un plan o programa. Así, de acuerdo con la línea de trabajo mantenida por el Grupo Español de Responsables de Información y Publicidad (GERIP), los indicadores han sido elaborados y cuantificados conforme a distintas directrices para ser incluidos en los Planes de Comunicación.

El diseño de los indicadores, iguales para todos los Planes de Comunicación, ha sido homogeneizado en el anexo 2 de la "Guía General de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los Programas Operativos FEDER, Fondo de Cohesión y FSE 2007-2013". Los mismos se dividen en indicadores de realización, de resultado y de impacto.

Se han analizado los indicadores de realización y resultado correspondiente a 7 tipos de actividades dirigidos a los órganos gestores y/o beneficiarios y a la ciudadanía con la finalidad de dar a conocer el Programa Operativo o alguna de sus actuaciones concretas. Así como aquellas relacionadas con la política regional europea. Los indicadores de realización permiten conocer el número y tipo de actuaciones de información y publicidad que se han llevado a la práctica. Los de resultado permiten evaluar los efectos directos y en el corto plazo de las actuaciones. Según indica el Plan de Comunicación se describen las siguientes medidas:

1. Actividades y actos públicos (indicador de realización y de resultado): actos de lanzamiento de los PO, actos informativos anuales, actos en torno al Día de Europa y cualquier otro evento contemplado para desarrollar las medidas del Plan.
2. Difusión en medios de comunicación (indicador de realización): acciones de difusión en los medios (spots en TV, anuncios en prensa, cuñas en radio, "banner" en Internet, notas de prensa en teletipos...) utilizados de forma individual o formando parte de una campaña publicitaria.
3. Publicaciones realizadas (indicador de realización y de resultado): publicaciones editadas (en soporte papel o electrónico: libros, folletos, revistas, CD, DVD, videos...).
4. Información a través de páginas Web (indicador de realización y de resultado)
5. Información a través de cualquier tipo de cartelera (indicador de realización): soportes (pósteres, carteles, placas, expositores, stands y/o vallas)
6. Instrucciones emitidas hacia participantes en los PO (indicador de realización y de resultado): documentación distribuida desde las autoridades de gestión y/o los Organismos intermedios a los Organismos Gestores de los Programas Operativos y/o potenciales beneficiarios/ beneficiarios de los Fondos Europeos aplicados a través de los distintos Programas Operativos, (guías metodológicas, instrucciones, informes...).
7. Redes de información y publicidad (indicador de realización y de resultado): redes de Comunicación establecidas para poner en marcha y llevar a la práctica la estrategia de comunicación.

Además se han analizado los indicadores de impacto elaborados para la presente evaluación, los cuales han permitido medir los efectos y consecuencias más a largo plazo. Los indicadores planteados son los siguientes:

1. Grado de conocimiento de las obligaciones existentes en la programación, gestión, seguimiento, control, evaluación e información y publicidad (%)
2. Tasa de satisfacción, que indique la valoración de los beneficiarios/Organismos Intermedios y/o gestores o partícipes respecto a la información facilitada (%)
3. Tasa de utilidad de las actuaciones (%)

Por otro lado, se incluyen aquellos indicadores relacionados con el 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:

1. Grado de conocimiento del papel desempeñado por la Unión Europea (%)
2. Grado de conocimiento de los distintos Fondos Estructurales (%)

Dichos indicadores corresponden a actividades desarrolladas entre el 1 enero 2007 y el 31 de marzo de 2010.

Análisis documental

Se ha analizado la documentación disponible que ha permitido llevar a cabo el estudio del marco de referencia relativo a las actuaciones de materia de Información y Publicidad. Entre dicha información destacamos el análisis de los reglamentos, planes, guías, manuales, actas, informes de ejecución y diferente documentación emitida por las redes de comunicación GERIP y GRECO-AGE a escala nacional y de las redes INFORM e INIO de la Comisión Europea. Las principales referencias son:

Europa:

- ✓ Reglamento 1828/2006 y Reglamento 1083/2006
- ✓ Euro-barómetros. CIS
- ✓ Publicaciones InfoRegio. Revista Panorama 2009-2010
- ✓ Fichas Evaluación de la Comunicación. Comisión Europea DG de Política Regional
- ✓ Communications Guidebook. Central Europe Programme
- ✓ Libro Blanco sobre la Gobernanza. Comisión Europea

España:

- ✓ Página Web UAFSE
- ✓ Página Web Dirección General de Fondos Comunitarios
- ✓ Actas de las reuniones de la Red Gerip y Actas de las reuniones de la red Grecoage

Navarra:

- ✓ Pagina Web Dirección General de Desarrollo Internacional
- ✓ Evaluación intermedia del DOCUP de Objetivo 2 de Navarra 2000-2006
- ✓ Plan de Comunicación de los Programas Operativos FEDER y FSE de Navarra. 2007-2013
- ✓ Programa Operativo FSE Navarra.2007-2013
- ✓ Programa Operativo FEDER Navarra. 2007-2013

Dicho análisis se ha realizado principalmente en la fase previa al proceso de evaluación proporcionando información sobre contexto, estrategias, medidas y logros previstos.

Entrevistas

Las entrevistas son una herramienta importante para la obtención de información. Permite ser cruzada con la obtenida a partir de los indicadores y analizar así con mayor profundidad los efectos directos e indirectos de las medidas de Información y Publicidad puestas en marcha. Las mismas ofrecen información complementaria a los indicadores tanto de manera cuantitativa como cualitativa, y así analizar con mayor profundidad los efectos directos e indirectos del Plan de Comunicación

Se han realizado entrevistas a las Autoridades de Gestión, al Organismo Intermedio de la Comunidad Foral de Navarra y a órganos intermedios y gestores y/o beneficiarios de los fondos, con la finalidad de obtener información no solo cuantitativa, sino también cualitativa. Asimismo, se han realizado entrevistas a beneficiarios privados de ayudas comunitarias.

Entrevista a la ciudadanía

De cara a dar respuesta a lo exigido reglamentariamente y poder contrastar si el público en general está conociendo el papel de la Unión Europea se ha realizado una encuesta, mediante entrevista telefónica, a personas mayores de 15 años que residen en la Comunidad Foral de Navarra,.

Según marca la "Guía General de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los Programas Operativos FEDER, Fondo de Cohesión y FSE 2007-2013". se ha utilizado, para la ejecución de las encuestas, el sistema CATI (Computer Assisted Telephone Interviewing). Las unidades muestrales han sido seleccionadas aplicando el muestreo sistemático con arranque aleatorio. Además, se han tomado medidas para garantizar que dicha muestra aleatoria simple respetase las distribuciones poblaciones por sexo y edad observadas en los datos de población utilizados.

El diseño muestral seguido es el propuesto en la *Guía metodológica de evaluación* para la Comunidad Foral. En concreto se han realizado 493 encuestas a mayores de 15 años con un error de muestreo de $\pm 2,25$.

Grupo de Discusión

Con el fin de obtener resultados concretos en cuanto a la detección de problemas y posibles soluciones se ha realizado un grupo de discusión con agentes implicados en la gestión y desarrollo de las actuaciones en materia de Información y Publicidad. En el mismo, se han abordado las temáticas de sensibilización y concienciación de la ciudadanía y accesibilidad y calidad en la formación e información.

El grupo de discusión se celebró en septiembre con la participación de 14 agentes implicados en la gestión y desarrollo de las actuaciones (12 de la Comunidad Foral de Navarra y 2 dependientes de la AGE).

Es importante destacar el alto número de personas participantes y la actitud constructiva de las mismas que permitió debatir y obtener conclusiones respecto a distintos aspectos de las medidas emprendidas en el Plan de Comunicación.

1.3. Valoración de lo anterior

"En este punto, se indican los condicionantes y/o límites encontrados en el desarrollo de los trabajos. Las valoraciones se realizan sobre diferentes aspectos en función de las herramientas de trabajo propuestas en la guía."

El objeto es analizar el grado de ejecución, resultados e impactos logrados por el Plan de Comunicación. Así, en este documento se quiere valorar el grado de consecución de los objetivos, esto es medir la eficacia de las medidas de comunicación emprendidas.

Consideramos muy positiva la gestión y la evaluación conjunta de la comunicación de los programas FEDER y FSE ya que permite la utilización de las mismas herramientas, de manera que se generen facilidades y se reduzcan costos. Además esta visión común ofrece una concepción global de la comunicación. En estas circunstancias, se está trabajando de manera óptima.

La metodología de evaluación utilizada supone una respuesta completa a los requerimientos reglamentarios que deben satisfacerse ya que sobrepasan el ámbito descriptivo al formular un planteamiento esencialmente analítico y prospectivo. La variedad de técnicas de investigación propuesta en la "Guía de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los Programas Operativos FEDER, Fondo de Cohesión y FSE 2007-2013" proporciona información tanto cualitativa como cuantitativa. Se considera, por lo

tanto, que el diseño de esta evaluación permite medir los objetivos que se persiguen para la evaluación y en última instancia realizar el seguimiento previsto.

En este sentido, se considera que las herramientas de evaluación diseñadas y los mecanismos de obtención y análisis de datos han permitido sustentar las valoraciones finales. Por lo tanto se considera adecuada la metodología de manera que permite responder las preguntas de evaluación y contribuir a la apreciación del desempeño del Plan respecto a su eficacia e impacto,

Por otro lado, queremos destacar como innovadora la estrategia emprendida en materia de Comunicación, introduciendo nuevas exigencias y una evaluación externa intermedia y final de la misma. Se está realizando un gran esfuerzo para trabajar de forma coordinada, consensuada y constante que se prevé marcará las líneas para un trabajo más efectivo.

2. ANALISIS DE LA PROGRAMACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

En este apartado se procura evaluar la pertinencia de la estrategia y la validez y consistencia interna de los Planes de Comunicación según los criterios establecidos en la guía.

Los Programas Operativos constituyen un importante instrumento en el desarrollo de la Comunidad Foral de Navarra. Informar de los logros alcanzados exige diseñar un esquema de actuación orientado a garantizar la publicidad de la intervención, la transparencia de su ejecución y la información de los avances producidos en la misma. Para ello se ha diseñado el Plan de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER y del FSE de la Comunidad Foral de Navarra. Este contiene la estrategia general, las actividades de comunicación a llevar a cabo y los dispositivos de aplicación del Plan.

Desde el equipo evaluador consideramos que el contenido del Plan de Comunicación y las medidas puestas en marcha para su ejecución son proporcionales con la finalidad que persigue. El documento que recoge el Plan contiene específicamente los condicionantes requeridos en los Reglamentos en este periodo 2007-2013. Así mismo, los apartados y las medidas que se especifican también se ajustan a lo que marcan los Reglamentos.

Igualmente, los indicadores de seguimiento, de realización y resultado establecidos en la *Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación* se ajustan a las acciones planteadas en el Plan de Comunicación. Se muestra una adecuada proporción de los recursos destinados al seguimiento y evaluación respecto a las medidas puestas en marcha.

Se constata por tanto, sobre el conjunto de acciones especificadas y las herramientas de seguimiento, un trabajo continuado a partir de evaluaciones y consideraciones anteriores consensuadas a su vez con órganos de la Autoridad de Gestión.

2.1. Pertinencia de la estrategia de comunicación

Se valora la adecuación de la estrategia de Comunicación respecto a las directrices y a la documentación existente en esta materia procedente de las redes de comunicación INFORM e INIO de la Comisión Europea.

La pertinencia del Plan de Comunicación estudia el grado de cumplimiento de las obligaciones reglamentarias por un lado, y por otro el grado de adecuación a las recomendaciones de las redes INFORM e INIO en la planificación, gestión y ejecución de las acciones de Información y Publicidad.

Respecto a la pertinencia con relación a las obligaciones reglamentarias, señalar que el Plan sigue lo determinado en el artículo 2 del Reglamento (CE) nº 1828/2006 ya que considera todos los aspectos que en él se citan. En este sentido, el Plan de Comunicación de la Comunidad Foral de Navarra recoge los requisitos exigidos que permiten poder valorarlo según el diseño y seguimiento de los indicadores y la metodología y criterios a aplicar establecidos. Así, el Plan contempla:

- los objetivos y destinatarios del plan;
- la estrategia y contenido de las 27 medidas de publicidad previstas destinadas a los órganos gestores, beneficiarios, potenciales beneficiarios y público en general;
- el presupuesto indicativo para la ejecución del plan;
- los organismos responsables en la ejecución de las medidas previstas;
- y el control, seguimiento y evaluación de su aplicación.

Además, el Plan considera elementos adicionales a los requeridos por la normativa de aplicación. Los apartados más destacables son la mejora de la consistencia de la estrategia y la mejora de la coordinación y gestión integral del Plan. Estos apartados adicionales han posibilitado mejorar la calidad de la programación de la comunicación.

En relación a la consistencia de la estrategia se ha preparado de acuerdo con la información procedente de diversas fuentes. Por un lado, ha partido de una base ya existente preservando componentes de la estrategia del periodo anterior de manera que sigue un trabajo continuista. Por otro lado además, se ha complementado con actividades adicionales que han enriquecido la estrategia actual.

Respecto a la coordinación y gestión integral del Plan es importante el papel que ha asumido el Grupo Español de Responsables en materia de Información y Publicidad (GERIP) integrado por las personas responsables de la Información y Publicidad representante de las Autoridades de Gestión FEDER y FSE, y de cada una de las Comunidades Autónomas. La creación inicial de este grupo ha permitido coordinar la programación de los Planes de Comunicación y ha sido un instrumento de mejora fundamental en todas las fases de la gestión. Igualmente, la constitución posterior del Grupo de Responsables en materia de Comunicación entre los Organismos de la Administración General del Estado (GRECO-AGE) ha favorecido la gestión del Plan de Comunicación

Según lo expuesto, se considera que, desde el punto de vista del contenido y alcance del Plan, la pertinencia de la estrategia es positiva.

Respecto a la adecuación de la estrategia con las orientaciones y recomendaciones de las redes INFORM e INIO se ha analizado la documentación procedente de dichas redes. Éstas, están dirigidas a la mejora de todas las etapas del ciclo de programación.

En la fase de programación se ha dado importancia a los principios de proporcionalidad, cooperación y descentralización, dando cabida al trabajo realizado por los organismos involucrados. La cooperación en el seno del GERIP ha permitido dar respuesta conjunta y eficaz de manera que se ha evitado una excesiva dispersión en los objetivos y en las medidas y mensajes a trasladar a los diferentes destinatarios del Plan. Estas bases comunes han favorecido la generación de sinergias y la coordinación de actividades globales. Por otro lado, se ha mantenido la flexibilidad adecuada en las características específicas propias de cada Plan de Comunicación.

En la fase de gestión, las recomendaciones comunitarias hacen alusión a la mejora de la capacidad organizativa de los agentes encargados de desarrollar las acciones de información y publicidad de manera que se favorezca una ejecución eficaz. Como hemos comentado, el papel del GERIP y en el periodo actual ha permitido una perfecta coordinación en esta materia. Desde esta red se ha insistido en el cumplimiento de las disposiciones normativas de aplicación y en la verificación de la utilización de los instrumentos correspondientes. Además, desde este grupo se ha participado y alentado las actuaciones en los distintos niveles de información según la gestión que se realiza en la estructura organizativa de la aplicación de los Fondos. En este sentido han actuado como portavoces de Europa y han permitido transmitir la información a toda la cadena de gestión.

Así mismo la constitución de la red GRECO-AGE, donde están presentes la Autoridad de Gestión y todos los Organismos de la Administración General del Estado que participan en todos los programas operativos regionales, ha permitido a estos organismos que participan en los PO de Navarra, el ICEX y Red.es participar en la realización de la estrategia de comunicación de forma coordinada.

En la fase de seguimiento y evaluación, las recomendaciones comunitarias siguen las líneas de garantizar la disponibilidad de información permanente sobre los avances en la implementación y asegurar la revisión del Plan para adaptarlo a posibles cambios durante la aplicación.

En este campo son varias las actuaciones que se vienen desarrollando. Por un lado, la Dirección General de Fondos Comunitarios del Ministerio de Economía y Hacienda, ha creado una aplicación informática específica que almacena la información requerida para el seguimiento de los indicadores en materia de Información y Publicidad de todas las Comunidades Autónomas. Dicha aplicación recoge los indicadores de realización y resultado de las actuaciones emprendidas.

Por otro lado, los Informes Anuales de ejecución de los PO disponen de un capítulo en materia de Información y Publicidad que recoge las principales cuestiones a tener en cuenta. Igualmente, además continúa la labor de revisión en los distintos Comités de Seguimiento. Así se constata que el seguimiento, evaluación y revisión de las actividades realizadas comprende un sistema completo que funciona eficazmente.

Según las consideraciones planteadas, la pertinencia de la estrategia emprendida se considera adecuada, tanto en el contenido y alcance como en las recomendaciones de las Redes INFORM e INIO.

2.2. Validez y consistencia interna del Plan de Comunicación

Se comprueba la coherencia entre los objetivos del Plan de Comunicación y las medidas de comunicación puestas en marcha.

El Plan de Comunicación está elaborado para aumentar el grado de visibilidad y concienciación de los Programas Operativos y del papel desempeñado por la Unión Europea. Concretamente, los objetivos hacen referencia a la difusión amplia de los Programas Operativos entre la ciudadanía Navarra y a transparentar la ejecución de los mismos, garantizando que todos los agentes intervinientes en el proceso de gestión de los Fondos disponen de información clara y detallada sobre los aspectos que les afectan, de manera que puedan cumplir con sus obligaciones y tareas eficaz y eficientemente.

A partir de los objetivos perseguidos se ha analizado *la estrategia* del Plan de Comunicación basándonos en las necesidades de información de los distintos grupos destinatarios del Plan. En base a dichas necesidades se observa la complementariedad con los objetivos y por lo tanto son adecuados. El Plan contempla el conjunto de medidas y actuaciones concretas que deben desarrollarse.

Las medidas de comunicación puestas en marcha responden adecuadamente a los objetivos y son coherentes con éstos ya que, por un lado todas las medidas están relacionadas con un objetivo final, y por el otro ningún objetivo queda desatendido.

En cuanto a la planificación de la comunicación se ha basado en las necesidades de los distintos grupos de destinatarios con el fin de maximizar el impacto de las acciones. En este escenario de grupos destinatarios con diferentes necesidades de información e intereses, las líneas de actuación se plantean en función de los mismos. Los grupos identificados son los siguientes:

- Órganos gestores
- Beneficiarios
- Beneficiarios potenciales
- Público en general

Así, tanto los objetivos, como cada uno de los grupos destinatarios tienen asociada alguna de las medidas; y todas las medidas están identificadas con los diferentes grupos de destinatarios. Por lo tanto, las demandas de información que pueden tener, tanto los órganos gestores y/o beneficiarios, como los beneficiarios potenciales y la ciudadanía, están atendidas adecuadamente por la estrategia de comunicación.

Igualmente, se observa cómo los objetivos marcados para cada grupo de destinatarios están siendo cumplidos de manera óptima por los distintos agentes implicados, colaborando cada uno en aquellas medidas en las que tiene competencias.

Consecuentemente se considera muy adecuada la consistencia entre los objetivos planteados y las medidas diseñadas para cada uno de los públicos objeto del Plan de Comunicación

2.3. Asignación y adecuación de los recursos

El Plan de Comunicación de Navarra reflejaba un presupuesto de gasto con cargo a asistencia técnica. Dado que en los montantes estimados se computa el coste de las actuaciones de todos los beneficiarios de los programas operativos FEDER y FSE de Navarra, se presenten a cofinanciación o no, incluso se computan las actuaciones que no tienen coste, el montante previsto en el plan de esta comunidad se está modificando, tal y como se decidió en los Comités de Seguimiento del año 2009, y se llevará a discusión en los siguientes Comités de Seguimiento. Actualmente, se han detectado también problemas en la metodología de su asignación.

Por ello, carece de sentido entrar a valorar esta cuestión al estar en proceso de modificación.

Por otro lado, respecto a la asignación de recursos humanos, se continúa trabajando con el mismo número de personas, siendo la comunicación para éstas, un añadido a las tareas que venían realizando. En este sentido se han nombrado responsables de comunicación en diferentes organismos y están dedicando una parte importante de su tiempo a estas tareas. Resulta imprescindible valorar muy positivamente dicho esfuerzo y debiera analizarse y valorarse la conveniencia de disponer de mayores recursos humanos, si se quieren optimizar los resultados perseguidos.

2.4. Consideración del principio de Igualdad de Oportunidades

Se analiza si se han tenido en cuenta en la estrategia los principios de igualdad de oportunidades

La Igualdad de Oportunidades entre hombres y mujeres es uno de los principios horizontales contemplados de manera transversal no sólo en el Plan de Comunicación sino también en las operaciones gestionadas dentro de los fondos FEDER y FSE en la Comunidad Foral de Navarra.

Por un lado, se colabora con los organismos de Igualdad, tanto con el Instituto de la Mujer del Ministerio de Sanidad, Política Social e Igualdad, como con el Instituto Navarro para la Igualdad de la Comunidad Foral de Navarra en el diseño y seguimiento de los PO a través de participación en los Comités de Seguimiento, revisión de Informes Anuales y asesoramiento, formación y capacitación. Así, la Información y Publicidad es una más de las materias que favorece dichas sinergias.

En este sentido transversal se trabaja de manera adecuada ya que se observa cómo las medidas emprendidas sí cuidan el lenguaje de sexo y se constata que en la difusión está presente dicha variable respecto a destinatarios y destinatarias. En cuanto al seguimiento y la evaluación, en aquellos indicadores diseñados que así lo permiten, se incluye la variable sexo.

Por último, respecto a la selección de buenas prácticas, se han acordado 7 criterios que sirven de guía no sólo a los evaluadores, sino también a la propia Autoridad de Gestión y/o Organismos Intermedios y/o beneficiarios en el seguimiento de sus propias actuaciones y como referente a la hora de contrastar distintas actuaciones. Así, se considera "buenas

prácticas“ en materia de comunicación toda actuación que responda a alguno de estos criterios y podrá ser considerada como tal a todos los efectos. En este sentido se incluye como uno de los criterios, la Incorporación de criterios de Igualdad de Oportunidades en la misma.

Se puede considerar por tanto que el principio de Igualdad de Oportunidades entre Hombres y Mujeres sí está contemplado dentro de la estrategia emprendida.

3. ANALISIS DE LA APLICACIÓN DE LAS MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD

3.1. Avances en la ejecución de las medidas

En este apartado se exponen los avances de las medidas y actuaciones en materia de información y publicidad en relación con lo previsto en el Plan de Comunicación.

La aplicación del Plan de Comunicación plantea una organización en consonancia con las fases de ejecución de los PO respecto a las necesidades de comunicación al inicio, en el desarrollo y en la etapa de difusión de los logros conseguidos.

Respecto al avance en la ejecución de las medidas, se muestra en la siguiente tabla el resumen de las actividades desarrolladas en este periodo por los organismos con responsabilidad en el Plan de Comunicación de Navarra.

Ejecución de las medidas del Plan de Comunicación de los PO FEDER y FSE									
Tipo Actividad	Indicador realización	Programación	Ejecución	%	Indicador Resultado	Programación	Ejecución	%	Montante estimado
01	Nº actividades y actos públicos	240	161	67,1%	Nº de asistentes	75.000	56.161	74,9%	798.504
02	Nº de acciones de difusión	185	67	36,2%					59.481
03	Nº de publicaciones externas realizadas	80	11	13,8%	% publicaciones distribuidas / editadas	100%	95%		76.662
					Nº puntos de distribución	108	56	51,8%	
04	Nº de páginas Web	3	3	100%	Nº de Visitas	400.000	386.443	96,6%	226.650
05	Nº de soportes publicitarios	210	44	20,9%					121.482
06	Nº de documentación interna distribuida	156	110	70,5%	% de organismos cubiertos	100%	99,1%		30.000
07	Nº de redes de información y publicidad	5	4	80%	Nº reuniones	85	40	47,1%	197.320
					Nº asistentes	120	91	75,8%	

Los datos de ejecución por realización y resultado de indicadores desde el **01/01/2007** hasta el **31/03/2010**
Fuente: aplicación informática de "Indicadores de Comunicación" del Ministerio de Economía y Hacienda

Vemos necesario comentar la modificación realizada respecto a algunos de los objetivos programados ya que a mitad de periodo del programa se han superado los mismos. La considerable ejecución observada ha llevado a una revisión al alza en el objetivo previsto en algunos indicadores que ya quedó recogido en el Informe Anual de Ejecución de 2009. Así, se han elevado las previsiones en los indicadores 1 y 6. En este sentido destaca la labor realizada en estos primeros años a nivel práctico respecto a dichos indicadores.

En relación a la implementación de las medidas, y de manera general, destacar que todas las actuaciones de información y publicidad han sido puestas en marcha y que se ha ejecutado el 55,5% de realización de las medidas programadas para el total del periodo.

Desde el inicio se han orientado las actividades para llegar a todos los grupos destinatarios del Plan y así se ha ejecutado. En particular, la mayor ejecución de las actuaciones llevadas a cabo hasta marzo de 2010 ha tenido como principales destinatarios a potenciales beneficiarios y a órganos gestores. Las necesidades de *información* de estos grupos respecto a la gestión, son mayores al comienzo de la programación debido a la necesidad de adecuarse a las condiciones de la programación en el nuevo periodo en cuanto a gestión, seguimiento y control de las ayudas comunitarias.

Los avances en aquellos indicadores más ligados con la *publicidad* de las acciones cofinanciadas serán más visibles en la segunda mitad del periodo, cuando ya se haya alcanzado un ritmo normalizado en la puesta en marcha de las mismas y sea preciso destacar los logros alcanzados por los PO.

La valoración general en base a los indicadores resulta positiva y no cabe esperar problemas para alcanzar los objetivos previstos para el final del periodo. Se constata que el esfuerzo de informar a los agentes implicados en la aplicación de los Fondos, pero también a los potenciales beneficiarios y al público en general, ha sido importante.

En cuanto a la labor de las Autoridades de Gestión y el Organismo Intermedio de la Comunidad Foral de Navarra, es destacable el número de actividades desarrolladas. En este primer tramo del periodo les corresponde mayor implicación en actividades de comunicación e información por lo que se considera que es muy adecuado el nivel de trabajo que vienen realizando.

Consideramos muy positiva la ejecución de las diferentes actividades de una manera coherente y compensada. Cada tipo de medida responde a un público objetivo diferente y a distinto tipo de información asociada. En este sentido el SAE y la UAFSE son los organismos que han trabajado con todo tipo de medidas. Esto supone un esfuerzo importante y muy valorado que probablemente se traduzca en un mayor impacto.

Según los porcentajes de realización alcanzados, resultan óptimos los datos referidos a páginas web (100% de realización), creación de redes de información y publicidad (80% de realización) e instrucciones emitidas (70.5%). Éstas son actividades esperadas al inicio del plan por lo que revelan resultados adecuados. De igual manera se ha realizado el 67% de los actos públicos previstos por lo que se considera muy positivo el número de actividades emprendidas en estos ámbitos.

Por otro lado, las actividades de difusión en *medios de comunicación* (36% de realización), *soportes publicitarios/cartelera* (21% de realización) y *publicaciones* (14%) presentan porcentajes de realización por debajo de la mitad de la programación inicial. Como hemos comentado, esto es debido a que varias actividades de estas medidas están dirigidas a la difusión de resultados, lo que se dará en mayor proporción en la segunda mitad del periodo.

En cuanto a los indicadores de resultado, presentan porcentajes de ejecución superiores a los indicadores de realización. Este dato lo interpretamos como positivo, ya que muestran que la eficacia de dichas medidas es mayor que lo programado inicialmente.

Para profundizar un poco más, veremos la ejecución de medidas de manera desglosada según tipos de actividades.

En cómputo global las medidas más realizadas son actividades y actos públicos, destacando la Dirección General de los Fondos Comunitarios (DGFC) en el número de actividades, seguido por el Servicio de Acción Europea (SAE). Destacan entre las actividades realizadas aquellos actos conmemorativos del Día de Europa.

Dentro de la Comunidad Foral de Navarra, además, son varios los actos realizados en los que han participado el conjunto de órganos gestores y/o beneficiarios que incluyen los comités de seguimiento y las firmas de distintos acuerdos. Por otro lado, desde el Servicio Navarro de Empleo, se han anotado también los actos de carácter formativo-informativo.

Respecto a la difusión en medios de comunicación la totalidad de las Autoridades de Gestión y de los órganos gestores y/o beneficiarios han anotado actuaciones realizadas en este indicador. Las acciones difundidas han sido la totalidad de las diferentes convocatorias abiertas por los distintos organismos y notas de prensa respecto las actividades celebradas (presentación de proyectos, foros...).

Destaca la labor realizada, dentro de la Comunidad Foral, por el Servicio Navarro de Empleo (SNE) publicando los anuncios respecto a la oferta de cursos y las notas de prensa de aquellas actividades desarrolladas para visibilizar el papel de la UE.

Respecto al tercer indicador, como hemos comentado anteriormente las publicaciones realizadas suponen un 13.75% de lo estimado. Destaca en la realización de las mismas la UAFSE que ha anotado 6 de las 11 publicaciones elaboradas. Entre aquellos órganos gestores de la Comunidad Foral, el Departamento de Educación ha publicado la *Guía Wanna Joi* (guía de aprendizaje de idiomas y movilidad). Desde el equipo de evaluación se considera que este dato es coyuntural ya que los costos asociados a este tipo de actividad resultan poco asumibles en la actual situación económica.

Se cumple el 100% de las páginas web programadas y han cubierto un 96,61% de los resultados esperados. Esta actividad sin duda supone el mayor éxito alcanzado por los organismos implicados y es destacable respecto al resto de indicadores. Además, los contenidos y estructura de las páginas se ha ido actualizando y mejorando en este periodo. En concreto, se ha publicado una nueva página Web de la Dirección de Desarrollo Internacional de la Comunidad Foral que mejora la estructura de la anterior.

La información difundida a través de carteleras o soportes publicitarios ha sido desarrollada por algunos organismos cuya finalidad se adecua al tipo de operaciones que gestionan. Entre ellos se puede destacar la labor llevada a cabo en este tipo de medidas por la UAFSE e ICEX, para los que ha supuesto el mayor número de actividades realizadas. Dentro de la Comunidad Foral de Navarra son varios los carteles y soportes registrados por el Servicio de Acción Europea para la difusión del papel de la UE en exposiciones, stands y actos varios. Además, desde el departamento de Salud, igualmente se ha publicitado mediante una valla la construcción del Centro de Investigación Biomédica.

En relación al indicador 6, instrucciones emitidas, se ha cumplido como hemos dicho el 70,51% de las programadas. El resultado es que se ha cubierto 99,1% de los organismos destinatarios de las medidas ejecutadas. En este sentido esta medida ha sido realizada de manera muy positiva. Cabe destacar que la mayoría de las mismas han sido ejecutadas por los organismos intermedios y autoridad de gestión, lo que resulta comprensible ya que la información debe ir en dicha dirección y es en estos organismos donde están adscritas las personas responsables del Plan de Comunicación.

Por último, son 4 de las 5 redes programadas de información y publicidad las que se han puesto en marcha para facilitar e implementar de forma práctica la estrategia de comunicación diseñada. Tras la consideración de las redes europeas INFORM e INIO, que en la programación inicial no se habían computado, y en la que vienen participando de forma muy activa las responsables de comunicación de las Autoridades de Gestión y las responsables de comunicación regionales que pertenecen a las redes GERIP y GRECO-AGE. Además de ser éste un muy buen dato, parecería óptimo que una última red se crease a escala regional desde el SAE, lo que implicaría a los órganos gestores y/o beneficiarios colaboradores con la misma en un trabajo de consenso.

En cuanto a los órganos gestores y/o beneficiarios dentro de la Comunidad Foral, cabe decir que destaca la labor realizada por el Servicio Navarro de Empleo, que ha

desarrollado varias actuaciones, contribuyendo especialmente en aquellas referidas al indicador de *nº de acciones de difusión*.

En conclusión, se considera que los datos arrojados respecto a la ejecución de las medidas son muy positivos y superan lo esperado a mitad de periodo. Se prevé, por tanto, el logro de los objetivos programados para el año 2013 teniendo en cuenta que los porcentajes actuales de cumplimiento se encuentran en niveles muy satisfactorios.

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

Según las indicaciones de la guía, el presente apartado verifica el cumplimiento del artículo 4.2 del Reglamento (CE) Nº 1828/2006 conforme a los informes anuales del 2007, 2008 y 2009.

El artículo 4.2 del Reglamento (CE) Nº 1828/2006 estipula la obligatoriedad de aportar información periódica sobre la aplicación del Plan de Comunicación en los informes anuales y final de ejecución de los PO.

Los informes de ejecución anual, recogen un apartado en materia de información y publicidad. En los mismos se han descrito los avances seguidos y los objetivos fijados, ofreciendo tanto información cualitativa como cuantitativa sobre actuaciones de información y publicidad llevadas a cabo, medios de comunicación utilizados, disposiciones relativas a la publicación, y grado de ejecución física y financiera de las medidas del Plan. Dicho apartado ha ido en aumento en las anualidades descritas incorporando todo el trabajo que se iba realizando.

Así mismo, se recogen las modificaciones realizadas tanto en el Plan de Comunicación de Navarra como en aquellas cuestiones a escala nacional que afectan al global de comunidades. En este sentido se incluye y explica la reprogramación realizada y las cuestiones que afectan a la estrategia de comunicación en su conjunto.

Resulta significativa la inclusión de descripciones de actuaciones llevadas a cabo en el periodo y la referencia de la misma para poder acceder a la bibliografía. Además, a partir del Informe Anual 2009 se incluyen también buenas prácticas, consideradas así según los criterios establecidos en la Guía de seguimiento y evaluación. Éstas están descritas según procede y atendiendo a cada uno de los criterios establecidos. Esta práctica es muy positiva para el intercambio de ideas y nuevas aportaciones al ser expuestas en el seno de los respectivos Comités de Seguimiento.

En los informes anuales 2007, 2008 y 2009 concretamente se describen las actuaciones y acuerdos realizados en materia de Información y Publicidad. En este aspecto en los tres informes se incluye información referida a:

- ✓ Grupo Español de Responsables en materia de Información y Publicidad (GERIP) en el que participan las representantes en esta materia de las Autoridades de Gestión de los dos Fondos Estructurales (FEDER y FSE) y del Fondo de Cohesión y los representantes de los distintos Organismos Intermedios regionales. Se comenta la constitución de la misma, gestión, actividades y acuerdos adoptados.
- ✓ Grupo GRECO-AGE en el que participan las Autoridades de Gestión del FEDER y del Fondo de Cohesión y todos los Organismos de la AGE con competencias en materia de los Fondos Europeos. Igualmente se explicita la constitución del mismo, las actividades y acuerdos.
- ✓ Actos públicos de lanzamiento de los programas operativos del período 2007-2103.
- ✓ Información referida a la aceptación del Plan de Comunicación de la Comunidad Foral de Navarra por parte de la Comisión, a la estrategia y objetivos, además de información referida a la ejecución, seguimiento, reprogramación y evaluación del mismo de cara a trabajar de una manera más eficiente.
- ✓ Celebración del Día de Europa mediante el izado de la bandera delante de las sedes de las Autoridades de Gestión de los programas FEDER y FSE,

permaneciendo así durante una semana; y acciones varias de difusión y concienciación general dirigidas a la población Navarra.

- ✓ Información referida a las publicaciones en Internet en aras de conseguir la mayor visibilidad y transparencia.
 - Publicaciones en las páginas Web de la Unidad Administradora del Fondo Social Europeo y de la Dirección General de Fondos Comunitarios, (www.mtin.es/uafse y www.dgfc.sgpq.meh.es), según la información que esté disponible en cada momento en las aplicaciones FSE 2007 y Fondos 2007 y se enlaces a la misma desde la página Web del Organismo Intermedio.
 - Información disponible a través de la página del Servicio de Acción Europea del Gobierno de Navarra en la dirección <http://www.cfnavarra.es/desarrollo.internacional/fondos.htm> para que los ciudadanos navarros tengan un conocimiento general de los Fondos Europeos y del papel de la Unión Europea en la mejora de su calidad de vida.
 - Difusión del Plan de Comunicación FEDER-FSE 2007-2013 de la Comunidad Foral de Navarra, accesible en la página web del Servicio de Acción Europea del Gobierno de Navarra (<http://www.cfnavarra.es/info-point.europa/index.htm>).

Las actividades descritas en el Informe 2008 incluye la descripción de las siguientes:

- ✓ Elaboración de la “Guía de Seguimiento y Evaluación de la comunicación para el período 2007-2013”
- ✓ Actuaciones:
 - Información a los beneficiarios desde el Organismo Intermedio de la normativa referida a la inclusión en la lista de beneficiarios de conformidad con el artículo 7, apartado 2, letra d del Reglamento 1828/2006 de la Comisión.
 - “Foro de Economía y Política Regional”
 - Actos Anuales celebrados por FEDER, uno en 2007 y otro en 2008, el primero relacionado con los “Nuevos Instrumentos de Financiación en zonas Urbanas. Jessica”, el segundo con las “Buenas Prácticas en actuaciones de impulso a la I+D+i cofinanciadas con Fondos Estructurales”,
 - Actos Anuales celebrados por FSE en el año 2008; el primer Foro del FSE *comprometid@s con el empleo* en A Coruña, en colaboración con la Xunta de Galicia y la Diputación de A Coruña
 - Reuniones con los Organismos Intermedios regionales, los propios de la Administración General del Estado y/o los de las distintas Entidades locales beneficiarias de los fondos: dar a conocer el funcionamiento de las aplicaciones FONDOS 2007 y FSE 2007, aspectos vinculados con la gestión, el control y la evaluación de los Fondos Estructurales...
 - Ruedas y Notas de prensa, y su respectivas referencias, con motivo de diversos eventos, entre los que se puede destacar: la constitución del Comité de Seguimiento de FEDER 2007-2013, la celebración del Foro de Economía y Política Regional en Pamplona, las actuaciones contenidas en el Tema Prioritario 08 del P.O. FEDER 2007-2013

En el informe Anual 2009, por su parte, se recoge de manera más concreta:

- ✓ Actuaciones de difusión para garantizar la máxima transparencia en la puesta en marcha del proceso de la aplicación de los fondos procedentes de la política regional europea y garantizar el conocimiento del papel jugado por la Unión Europea a la hora de ayudar a impulsar, junto con las autoridades nacionales y regionales, los avances en aquellas áreas que cofinancian los fondos europeos, en particular en el ámbito de la I+D+i.
- ✓ Actos públicos para dar a conocer los Fondos Europeos a la ciudadanía navarra en general, a los empleados de la administración pública y a los gestores de fondos europeos como beneficiarios de los mismos.
- ✓ Se incluyen en la computación las redes europeas, la red INFORM y la RED INIO, de las que emanan directrices en materia de comunicación desde la Comisión a todos los estados miembros y en las que vienen participando de forma muy activa las responsables de comunicación de las Autoridades de gestión y los responsables de comunicación regionales que pertenecen a la red GERIP.
- ✓ Se describen las siguientes “*Buenas practicas*”
 1. Presentación de la estrategia I+D+i del PO de Competitividad de Navarra en la I Cumbre de la Innovación en Bruselas.
 2. Con motivo del Día de Europa se desarrollaron múltiples actos durante la semana del 9 de mayo de 2009, como son:
 - El Acto conmemorativo en el Palacio del Condestable dedicado a la República Federal de Alemania presidido por el Presidente del Gobierno de Navarra y la Alcaldesa de Pamplona.
 - La Inauguración de la exposición: “El nuevo Berlín 1990-2010. Urbanismo y arquitectura”.
 - La Conferencia: “Algunas cuestiones de actualidad de la Unión Europea: Elecciones al Parlamento Europeo”.
 - La Conferencia: “El proceso de Bolonia”.
 - La IV Jornada de Cooperación Local Europea en Peralta (Navarra).
 - El Ciclo de talleres infantiles: “De visita por Europa”.
 3. Elaboración en la red GERIP de *La “Guía General de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los Programas Operativos FEDER, Fondo de Cohesión y FSE 2007-1013”*
- ✓ Se incluye además, la presentación de otros actos realizados como la celebración del Seminario Hispano-Francés sobre la innovación con el apoyo de los Fondos Europeos, celebrado en Sevilla, y que se organizó en colaboración con la Comisión Europea y los colegas franceses responsables en esta materia.

En conclusión, en este apartado se verifica que en los informes realizados hasta ahora, se ha cumplido con el artículo 4.2 del Reglamento (CE) 1828/2006. Además, suponen un salto cualitativo y una visibilización de esta materia de manera que pueda contribuir a los objetivos previstos.

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

Con frecuencia, la eficacia de las actuaciones en información y publicidad se explica no sólo por la mayor o menor bondad del Plan de Comunicación, sino por la calidad del proceso de implantación o ejecución del mismo. Diferentes aspectos de los procesos de la puesta en marcha y aplicación del Programa Operativo y de su Plan de Comunicación pueden ayudar a identificar factores de éxito u obstáculos que permiten comprender los niveles de realización alcanzados, así como los resultados e impactos globales. En este apartado se comenta el análisis relativo a diferentes aspectos.

La existencia de procedimientos formales e informales de gestión y control favorece la buena gestión en la ejecución tanto de los PO como del Plan de Comunicación. De cara a una correcta aplicación de las disposiciones reglamentarias en materia de Información y Publicidad se requiere la implantación de mecanismos que permitan la revisión interna y la realización de las oportunas tareas de gestión y control ordinario.

Para propiciar una gestión más sencilla de la comunicación de los Fondos Estructurales se ha diseñado un conjunto de procesos que favorecen la consulta y la actualización e intercambio de información de calidad. En este sentido los procedimientos instaurados están resultando eficaces para garantizar la correcta difusión en las acciones de Información y Publicidad. Dichos procedimientos se fundamentan en varios aspectos:

- ✓ Adecuada descripción de los procedimientos de información y publicidad en soporte documental y otros documentos de referencia e instrucciones específicas.
- ✓ Designación de una persona responsable en materia de información y publicidad por parte de todos los Organismos Intermedios.
- ✓ Papel coordinador desempeñado por la redes GERIP y GRECO-AGE.

Instrucciones y Manuales a los Órganos gestores

De manera formal, se han redactado y distribuido manuales e instrucciones que ayudan tanto en la gestión y control de las operaciones como en el seguimiento de indicadores en materia de información y publicidad.

La Dirección General de Fondos Comunitarios (DGFC), del Ministerio de Economía y Hacienda, y la Unidad Administradora del Fondo Social Europeo (UAFSE), del Ministerio de Trabajo e Inmigración han elaborado la “*Guía General de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los Programas Operativos FEDER, Fondo de Cohesión y FSE 2007-2013*”. Este se constituye como un manual de referencia al ofrecer orientaciones útiles para facilitar una amplia difusión de una manera homogénea y clara de las acciones de la UE y de la política regional en nuestra Comunidad.

Asimismo recientemente se ha editado el manual *Instrucciones para el cumplimiento del Plan de Comunicación FEDER 2007-2013 para proyectos cofinanciados*, desde la Dirección General de Investigación y Gestión del Plan Nacional de I+D+I de la Subdirección General de infraestructura Científica. Este manual, sencillo y breve sobre las obligaciones en esta materia, está dirigido especialmente al grupo de beneficiarios, que consideramos tendrá buena aceptación.

Por otro lado, se han distribuido varias publicaciones dirigidas a informar sobre las directrices y recomendaciones que los Organismos Intermedios y otros agentes

participantes en la gestión de los PO, deben conocer para la correcta gestión y el control de las actuaciones cofinanciadas.

De manera complementaria, el Departamento de Desarrollo Internacional del Gobierno de Navarra, además ha elaborado diferentes documentos a los que los gestores y demás personas implicadas en la gestión de los PO pueden recurrir para completar sus conocimientos y así desempeñar su trabajo de la manera más eficaz.

En este respecto se editaron los *Manuales de Procesos y Procedimientos de Gestión y Control de los Programas Operativos FEDER y FSE 2007-2013 de la Comunidad Foral de Navarra*, en los que se incluyen los aspectos de comunicación. En el año 2010, en aras de mejorar la gestión individualizada de cada órgano gestor, el mismo departamento ha elaborado un nuevo manual de instrucciones de gestión y control de las operaciones asociado a una aplicación informática. Dicho manual está personalizado en la gestión de cada agente, por lo que resulta sencillo y práctico.

Estos manuales, que han dotado de una gran transparencia a la gestión de los recursos comunitarios, y aportan una guía sobre la que realizar el trabajo, han sido recibidos convenientemente ya que facilitan las tareas de gestión, seguimiento y control en todas las materias.

Respecto a la designación de una persona responsable en materia de Información y Publicidad dentro del Organismo Intermedio, se valora como muy adecuado por el mayor impulso y seguimiento que se realiza. En las entrevistas realizadas, se ha comprobado cómo son consideradas imprescindibles las consultas informales a otros órganos y a las redes establecidas que permiten un entendimiento mutuo y una solución. Estas parecen funcionar muy bien y además son muy bien valoradas entre las propias personas implicadas.

Puntualmente se emiten instrucciones específicas a órganos gestores y/o beneficiarios para la corrección de medidas gestionadas de manera incorrecta inicialmente. Consideramos este aspecto indispensable ya que personaliza las instrucciones y por lo tanto se optimiza su eficacia.

Por último, el papel desempeñado por las redes GERIP y GRECO-AGE han sido imprescindibles en la dinamización de todas las tareas realizadas respecto a la Información y Publicidad. En este sentido el GERIP, ha coordinado y consensado las estrategias de las diferentes comunidades autónomas de manera que se ha podido planificar las propuestas de actuaciones, el seguimiento, la evaluación y en general todo el proceso puesto en marcha en esta materia.

Por su parte, el GRECO-AGE, red formada por la Autoridad de Gestión y los Organismos de la Administración General del Estado que participan en los PO regionales, ha realizado una función de difusión ha permitido a estos organismos que participan en los PO de Navarra, MICIN, ICEX y Red.es, colaborar en la realización de la estrategia de comunicación de forma coordinada.

Calidad de los procedimientos establecidos

El sistema específico establecido dota a los organismos responsables del Plan de herramientas que proporcionan una mayor facilidad para alcanzar los objetivos fijados, así como un control adecuado y una coordinación de todas las actividades que se llevan a cabo. En líneas generales permite apoyar las tareas, tanto en la planificación como en la propia evaluación puesto que agiliza y formaliza las resoluciones y visibiliza resultados esperados producto de las acciones que se están llevando a cabo.

Una de las principales ventajas es poder examinar cuantitativamente datos de ejecución, lo que aporta información sobre el desarrollo y la implementación del Plan.

Así se dispone de un conocimiento suficiente para el desempeño real de los objetivos planteados.

Asimismo, se ofrece, a través de este sistema una visión estructurada y objetiva de los recursos disponibles así como de la administración de los mismos. De esta manera, se mejora la gestión de las responsabilidades atribuibles a cada uno de los agentes encargados de su cumplimiento.

El sistema implementado ha mejorado la coordinación de las iniciativas que se plantean en materia de Información y Publicidad y por lo tanto su eficacia. Esto mismo, permite a los organismos responsables del Plan de Comunicación programar el uso más eficiente de los recursos.

En este periodo, se observa como se ha tratado de asegurar la disposición de una información completa, útil y relevante, adecuada y oportuna. Esta información debe servir tanto para contribuir a las funciones que cada agente participante tiene atribuidas como para realizar el seguimiento del Plan y apreciar el grado de cumplimiento alcanzado.

En este sentido, la información aportada por los indicadores diseñados tiene gran importancia en el seguimiento que se realiza. Por ello, en este periodo se ha reforzado el papel del sistema de indicadores y su utilización eficaz para medir las realizaciones y los efectos de las actividades que se desarrollan en materia de Información y Publicidad. Entre otras, la definición e implementación de indicadores en el seno del GERIP para el seguimiento de los distintos planes, ha supuesto una novedad en este periodo en materia de Información y Publicidad y se considera que poseen un nivel adecuado de calidad en cuanto a la finalidad que persiguen.

Respecto a los indicadores de realización y resultado cabe comentar que se han producido dificultades, en los primeros momentos de puesta en práctica, en cuanto a la interpretación de alguno de ellos. En el grupo del GERIP se debatió y se precisaron criterios a seguir para una correcta observación de los mismos.

Los indicadores de impacto por su parte, están orientados a medir el avance en el cumplimiento de los objetivos de la estrategia y requieren un trabajo de campo específico a través de entrevistas a órganos gestores y/o beneficiarios y a la ciudadanía. Así, los distintos objetivos finales del Plan de Comunicación están recogidos por alguno de los indicadores, alcanzándose el máximo grado de cobertura. En consecuencia, se puede afirmar que el nivel cualitativo de los mismos es satisfactorio y adecuado para el seguimiento del Plan.

Respecto a las instrucciones emitidas de manera informal, se observa cómo existen además numerosas consultas respecto a las obligaciones en materia de Información y Publicidad y a los requerimientos que deben seguirse. El proceso de control realizado y la información sobre posibles soluciones, permiten subsanar posibles errores e incumplimientos detectados. En este sentido las personas agradecen y valoran especialmente esta tarea ya que asegura la corrección de los procedimientos. Consideramos esta práctica altamente positiva y resulta fundamental, tal y como se viene realizando.

Así, el sistema integral muestra que los procedimientos instaurados se complementan perfectamente y de manera eficaz garantizan una correcta difusión de una imagen homogénea y clara de las actuaciones cofinanciadas.

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

Respecto a la dotación de recursos económicos se ha expuesto en el apartado 2.3 del presente informe las consideraciones valoradas al respecto. En el mismo se expone que el Plan de Comunicación de Navarra refleja un presupuesto de gasto con cargo al eje de Asistencia Técnica que no recoge totalmente el volumen financiero que la ejecución del Plan está suponiendo.

Además, la metodología de imputación de los costes está en proceso de discusión en el marco de las redes GERIP y GRECO-AGE, por lo que de momento resulta complicado emitir una valoración correcta a este respecto.

Las autoridades de gestión, el organismo intermedio, los órganos gestores y los beneficiarios de los programas operativos, están asumiendo correctamente las tareas de dinamización, control y verificación de las acciones de información y publicidad. En este sentido, los recursos humanos de todos estos órganos realizan un esfuerzo añadido al compatibilizar dichas funciones con las que venían realizando.

Por otro lado, también los órganos gestores señalan una gran cantidad de trabajo de gestión en la tramitación de los fondos. En algunos se asume la necesidad de incorporar medidas en materia de información y comunicación pero a su vez, se reclama una dotación específica en recursos humanos.

Apoyo informático

Para poder desempeñar correctamente las labores de seguimiento y evaluación resulta imprescindible el almacenamiento adecuado de la información de manera que se pueda disponer de la misma de manera flexible y actualizada. En este sentido el intercambio de información se realiza de forma electrónica y resulta un aspecto fundamental.

Las Autoridades de Gestión han creado una aplicación informática de "*Indicadores de Comunicación*" donde se registran los datos con el máximo nivel de detalle. Se incluyen las actuaciones y éstas se agregan posteriormente por tipo de indicadores, lo que asegura la trazabilidad completa de las medidas de Información y Publicidad. El sistema permite la grabación de cada actividad concreta realizada de manera que se acumula a la ejecución de los indicadores de seguimiento asociados. De esta manera están identificadas de manera exhaustiva todas las acciones de publicidad que se han llevado a cabo.

Así, las Autoridades de Gestión son responsables del correcto funcionamiento y operatividad del sistema informático de seguimiento, y las diferentes administraciones lo son de completar la información en base a cada una de las actuaciones realizadas, de manera periódica.

Reseñar como punto positivo que tanto la página web de la Dirección General de Fondos Comunitarios del Ministerio de Economía y Hacienda, la de la Unidad Administradora del Fondo Social del Ministerio de Trabajo e Inmigración, así como las páginas web del Gobierno de Navarra y por extensión las vinculadas al Servicio de Acción Europea y las de todos los organismos intermedios, procuran una actualización y mejora continua. Así, en este año 2010 se ha puesto en marcha una nueva página de la Dirección General de Desarrollo Internacional. En este sentido es remarcable la atención prestada a este instrumento como vía de comunicación.

Estructura y funcionamiento de las Redes de Comunicación

Desde el equipo de evaluación consideramos muy positivo disponer de una red común para compartir opiniones, experiencias y buenas prácticas. Al gestionarse adecuadamente, éstas generan un espacio de reflexión individual y grupal que permite poder realizar un análisis de las diferentes situaciones y solucionar problemas comunes de una manera más efectiva. Consideramos además, que esta práctica reduce la incertidumbre e inseguridad en las tareas que cada persona realiza y por lo tanto genera mayor motivación e implicación para realizar un trabajo de calidad.

Lo positivo de las redes creadas es que permiten una comunicación en ambas direcciones por lo que las personas participantes tienen mayor sentimiento de pertenencia. Asimismo, la participación desde la planificación hasta la evaluación desde diferentes instancias permite generar un sentimiento de mayor cercanía con las políticas europeas.

Respecto a las redes nacionales e internacionales (GERIP, GRECO-AGE, INFORM e INIO) puestas en marcha consideramos que aportan gran parte de los beneficios citados sobre el establecimiento de redes y por lo tanto funcionan eficazmente.

Se ha formalizado el trabajo que se viene realizando hasta ahora en comunicación mediante la red INFORM, creada desde la Comisión Europea a través de la Unidad de Comunicación de la Dirección General REGIO, en lo que respecta a la comunicación en los fondos FEDER y Fondo de Cohesión. Las funciones asociadas son garantizar la transparencia de las actuaciones cofinanciadas con estos dos Fondos Europeos, potenciar la cooperación entre las redes de comunicación nacionales, destacar los hitos de la política de cohesión en los distintos países y tratar de establecer estrategias comunes de comunicación, para ponerlas en marcha en unos y otros estados-miembros. Desde la Red INIO, por su parte, emanan directrices en materia de comunicación desde la Comisión a todos los estados-miembros en lo referente al FSE.

La red nacional de comunicación constituida por el Grupo Español de Responsables en materia de Información y Publicidad (GERIP) reúne a personas responsables de información y publicidad de las Autoridades de Gestión FEDER, FSE y Fondo de Cohesión y las personas responsables de comunicación de cada uno de los Planes de Comunicación de las Comunidades Autónomas. Entre otras, ha coordinado la programación de los Planes de Comunicación y ha sido un instrumento de mejora fundamental en todas las fases de la gestión.

La cooperación en el seno del GERIP ha permitido dar respuesta conjunta y eficaz de manera que se ha evitado una excesiva dispersión en los objetivos y en las medidas y mensajes a trasladar a los diferentes destinatarios del Plan. Estas bases comunes han favorecido la generación de sinergias y la coordinación de actividades globales. Por otro lado, se ha mantenido la flexibilidad adecuada en las características específicas propias de cada Plan de Comunicación.

La red constituida por el Grupo de Responsables en materia de Comunicación entre los Organismos de la Administración General del Estado (GRECO-AGE) donde están presentes la Autoridad de Gestión y todos los Organismos dependientes de la Administración General del Estado que participan en los PO regionales ha favorecido igualmente la gestión del Plan de Comunicación al ser partícipes en la realización de la estrategia de comunicación de una forma coordinada.

Estas redes, proporcionan los beneficios comentados respecto a las redes de trabajo y además trabajan el adecuado desarrollo de los planes de comunicación y las exigencias reglamentarias en materia de comunicación.

Además, dichas redes, permiten la coordinación de sus participantes para el establecimiento de una estrategia conjunta, el intercambio de ideas, la creación de foros de discusión, la toma de decisiones y orientaciones consensuadas. Dicha cooperación se ha efectuado desde la fase de planificación hasta las de ejecución, seguimiento y evaluación de las medidas de Información y Publicidad.

Asimismo, establecen un puente informativo entre los participantes de las redes españolas y las redes europeas de la Comisión, INIO e INFORM.

La participación conseguida a partir de las redes GERIP y GRECO-AGE de los diferentes agentes integrantes del Plan de Comunicación ha supuesto una mayor conciencia de la importancia de esta materia, y en consecuencia puede decirse que garantiza la pertinencia de las estrategias seguidas y la eficacia del sistema de seguimiento de las mismas. Así, se han implicado los diferentes organismos en la utilización de las herramientas diseñadas y los mecanismos de funcionamiento creados, y por lo tanto han contribuido a la calidad de los mismos

Además, como se verá en el apartado 6 del informe respecto al impacto del Plan, la participación en estas redes ha permitido un mayor conocimiento de la comunicación y una importante reducción de las inseguridades manifestadas.

A escala regional, pese al gran esfuerzo y trabajo que conlleva, consideramos que una red de comunicación que incluya a órganos gestores y/o beneficiarios podría aportar beneficios importantes.

Coordinación con otros órganos

Las cuestiones de Información y Publicidad de los PO han formado parte del orden del día de otras instancias relacionadas con el seguimiento y la evaluación de las intervenciones. En este sentido, se han mantenido cauces de comunicación fluidos con otros órganos como los Comités de Seguimiento y el Comité Consultivo de Seguimiento Estratégico y Evaluación.

Así, en la presentación de los Informes Anuales, se han expuesto en los Comités de Seguimiento los avances en materia de comunicación incluyendo información detallada respecto a la ejecución y las buenas prácticas.

Específicamente, fue también en este emplazamiento donde se debatió y decidió las cuestiones referidas a la reprogramación de los indicadores que finalizó en 2010. Además, se comentan, discuten y consensúan aquellas cuestiones remarcables respecto a la gestión y seguimiento del Plan de Comunicación y que por su carácter transversal afectan igualmente a los PO.

Igualmente, el Comité Consultivo de Seguimiento Estratégico y Evaluación sirve de plataforma común para el intercambio de ideas y experiencias en materia de evaluación y para reforzar la función de esta última durante el periodo de programación en curso. Así, en el seno del mismo se trabaja igualmente los aspectos de la evaluación de la comunicación y de hecho, el *Plan de Seguimiento Estratégico y Evaluación Continua de FEDER, FSE y FC 2007-2013* dedica uno de sus apartados a describir los elementos fundamentales para la evaluación de las medidas de Información y Publicidad.

La participación de personal responsable de comunicación en los distintos Comités, así como en las redes GERIP y GRECO-AGE ha propiciado un acercamiento de las diferentes instancias a la temática tratada, ya que ha permitido compartir las diferentes cuestiones básicas y de referencia.

Por otro lado, la coordinación a nivel interno con los órganos gestores y/o beneficiarios colaboradores con la Administración del Gobierno de Navarra, a pesar de

no haberse constituido como una red oficial, ha sido muy fluida basada en reuniones periódicas, contactos telefónicos y sesiones de trabajo y/o formación.

A escala europea, de manera general, la comunicación ha tomado una importancia relevante y se está discutiendo en diferentes foros europeos además de las redes INFORM e INIO. De esta manera se ha acordado crear una base de datos de buenas prácticas visible para toda persona interesada y para la ciudadanía general.

Por todo ello, se considera que la comunicación está siendo trabajada de manera transversal habiéndose dado un impulso y una visibilización de la importancia de la misma en todas las instancias. En este sentido, consideramos que la coordinación funciona adecuadamente.

4. VERIFICACIÓN DE LA INCLUSIÓN DE LA INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD EN LAS ACTUACIONES DE VERIFICACIÓN Y CONTROL DE LOS FONDOS FEDER Y FSE

En este apartado se valora si las obligaciones en materia de Información y Publicidad han sido observadas tanto en la verificación como en el control de las operaciones.

El Reglamento (CE) N° 1828/2006, contempla en los apartados 2, 3, 4 y 5 del artículo 13 los diferentes tipos de verificaciones que debe desarrollar la Autoridad de Gestión y que comprende aspectos administrativos, financieros, técnicos y físicos. La verificación de los mismos debe realizarse por dos medios: de manera administrativa y sobre el terreno. En este control, están establecidos los ámbitos vinculados con la comunicación.

Desde la Unidad de Control del Servicio de Acción Europea del Gobierno de Navarra, se realiza la verificación y control de los Fondos, y realizan las comprobaciones ex-ante, previas a la declaración de gastos a la Comisión. De esta manera, el procedimiento proporciona resultados valiosos que permiten mejorar el funcionamiento del Plan de Comunicación.

Este proceso permite que la verificación de la normativa europea en el terreno de la Información y Publicidad cuente con procedimientos e instrumentos adecuados para asegurar una ejecución correcta de la gestión y ejecución de las operaciones cofinanciadas.

En la práctica, dicho Servicio realiza tanto funciones de control como funciones de asesoramiento. Se hace un seguimiento estrecho y un acompañamiento a los órganos gestores para la inclusión de las obligaciones en materia de Información y Publicidad en la elaboración del material escrito y publicitario. Además, en algunos casos, los órganos gestores reclaman directamente la ayuda necesaria para el cumplimiento de sus obligaciones.

Para realizar estas tareas de verificación acreditada de forma exhaustiva, se utilizan unas listas de comprobación de cumplimiento de la normativa y de las condiciones exigibles. En los check-list utilizados para el control y la verificación, además de otras materias, se integran y cumplimentan todas las cuestiones relativas a información y publicidad exigidas por la Comisión Europea, y que derivan de los Reglamentos comunitarios.

De esta manera, a partir de la información incluida en la documentación soporte de los expedientes enmarcados en cada una de las operaciones, se chequean y cumplimentan las listas de comprobación a partir de las siguientes cuestiones:

- ✓ En operaciones gestionadas a través de procedimientos de contratación pública las cuestiones controladas son: la inclusión en los anuncios de licitación de menciones a la cofinanciación europea, la justificación adecuada en los pliegos del procedimiento de adjudicación adoptado y el cumplimiento de las normas de publicidad de las licitaciones.
- ✓ En otro tipo de operaciones, en la lista de verificaciones realizadas se encuentran: la inclusión del pliego de condiciones/documento descriptivo, la ponderación relativa atribuida a cada uno de los criterios de valoración, la delimitación de los criterios de selección y de valoración de ofertas en los anuncios de licitación/pliegos de condiciones, la publicidad en cuanto a la participación comunitaria en los proyectos cofinanciados, porcentaje de cofinanciación, comunicación a beneficiarios de la cofinanciación del deber del cumplimiento de la normativa nacional y comunitaria y de la inclusión en la lista de beneficiarios y de manera general el cumplimiento de las normas especiales fijadas por el Reglamento 1828/2006 (artículo 8 y 9) en cuanto a las

responsabilidades de los beneficiarios relativas a las medidas de información y publicidad

- ✓ Igualmente se comprueban las actuaciones de información y publicidad realizadas: vallas, placas conmemorativas, carteles, impresos, material de información y comunicación, medios de comunicación, conferencias, seminarios, ferias, exposiciones, concursos u otros.

Tras la introducción de los datos en las listas de verificación para cada operación y de los datos sobre transacciones, se cumplimenta la lista de certificación.

Por otro lado, en el control *in situ* se comprueba también el artículo 8 y 9 del Reglamento (CE) nº 1828/2006 para constatar la correcta ejecución de las disposiciones en materia de Información y Publicidad en las diferentes actuaciones puestas en marcha. Tras la misma se levanta acta de la visita de comprobación que verifica y demuestra el cumplimiento de la normativa comunitaria.

En este sentido, el proceso seguido que verifica y controla la inclusión de las obligaciones en materia de Información y Publicidad se desempeña correctamente y dada la complementariedad de los diferentes tipos de seguimiento concluye con resultados adecuados.

5. INCORPORACIÓN DEL PRINCIPIO DE IGUALDAD DE OPORTUNIDADES EN LAS MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD

Este apartado recoge, como indica la guía, la forma en la que aparecen reflejados los objetivos de igualdad y las referencias a las mujeres, el tipo de información que se maneje al respecto, o los lenguajes y canales que se utilizan para las actuaciones de información y publicidad. En este sentido, se evaluará cómo los actores implicados contribuyen a través de sus actuaciones en esta materia a:

- ✓ *Visibilizar, de cara a la opinión pública, la contribución del Fondo Social Europeo a la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres.*
- ✓ *Tener en cuenta que se repare sobre las necesidades de las mujeres en el acceso a los diferentes contenidos informativos.*
- ✓ *Facilitar información a las mujeres de posibilidades de participación en los programas.*

En este capítulo se analiza la inclusión de la igualdad de oportunidades desde la perspectiva de género con la finalidad de reparar sobre las necesidades de las mujeres en el acceso a los diferentes contenidos informativos, facilitando la información a las mismas sobre las posibilidades de participación como beneficiarias de los programas y visibilizando, de cara a la opinión pública, la contribución de los fondos a la Igualdad de Oportunidades entre Mujeres y Hombres.

La Igualdad de Oportunidades ha sido incluida en el Plan de Comunicación de manera transversal para, por un lado propiciar el acceso a la información de los diferentes colectivos sociales y por otro transmitir en la programación una imagen no estereotipada de las funciones de mujeres y hombres en la sociedad.

Como se ha señalado en el apartado 2.4 se considera que el principio de Igualdad de Oportunidades entre Hombres y Mujeres sí está contemplado dentro de la estrategia emprendida.

Por un lado, se colabora con los organismos de Igualdad, tanto con el Instituto de la Mujer del Ministerio de Sanidad, Política Social e Igualdad, como con el Instituto Navarro para la Igualdad de la Comunidad Foral de Navarra en el diseño y seguimiento de los PO a través de participación en los Comités de Seguimiento, revisión de Informes Anuales y asesoramiento, formación y capacitación.

Por otro, de manera sistemática, se comprueba y verifica que las actuaciones puestas en marcha, tienen en cuenta la Igualdad de Oportunidades. Así, en los check-list utilizados por la Unidad de Control está incluida la revisión del respecto de la política de Igualdad de Oportunidades para todas las actuaciones llevadas a cabo, lo que verifica y garantiza la inclusión del principio de igualdad.

Igualmente está contemplado, como uno de los criterios de selección de buenas prácticas en materia de comunicación la incorporación del principio de Igualdad de Oportunidades en la acción emprendida.

Además, se vela porque los criterios de selección y concesión relativos a las solicitudes cumplan las directivas europeas y estén de acuerdo con las prácticas nacionales y regionales en materia de Igualdad de Oportunidades

En este sentido, en las actuaciones y medidas concretas emprendidas, desde la perspectiva del tratamiento de la imagen y del lenguaje, se observa un respeto pleno por los principios de la publicidad no sexista.

Respecto a la difusión de contenidos de las actuaciones, el lenguaje utilizado en las convocatorias, resoluciones y la mayor parte de las comunicaciones realizadas es marcadamente administrativo. En este sentido es correcto y no presenta cuestiones reseñables en términos de lenguaje sexista.

Por otra parte, en las actuaciones de difusión emprendidas, no se han empleado roles o estereotipos de género que puedan reproducir desigualdades estructurales respecto a las diferencias de sexo.

Entre las acciones ejecutadas, algunas de las actividades sí han procurado de manera específica una visibilización de las mujeres. Estas prácticas mejoran la imagen de las mujeres al hacerlas partícipes de actividades tradicionalmente relacionadas con los hombres. Como ejemplo, en el año 2007 con motivo del día de Europa se celebraron dos partidos de balonmano entre equipos conocidos compuestos por hombres; y a su vez, también se celebró un partido de fútbol con un equipo femenino.

En este sentido transversal se trabaja de manera adecuada ya que se observa cómo las medidas emprendidas sí cuidan el lenguaje de sexo y se constata que en la difusión está presente dicha variable respecto a destinatarios y destinatarias.

En cuanto al seguimiento y la evaluación, la presente guía, contempla la evaluación de la Igualdad de Oportunidades tanto desde el punto de vista de la programación de la estrategia como desde el punto de vista de la implementación de las medidas.

Igualmente, para medir el impacto de las actuaciones dirigidas a la ciudadanía, se incluye en la entrevista realizada a la misma la variable sexo como uno de los puntos de análisis.

En conclusión, se observa que sí se trabaja incorporando el principio de igualdad de oportunidades y se recomienda continuar con el seguimiento realizado para cada actuación. Paulatinamente, además, se recomienda seguir analizando la diferente repercusión que tienen los medios utilizados para la publicidad según la variable sexo, de manera que se perfile mejor el público destinatario y sus características en el acceso a la información.

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

En este apartado, atendiendo las indicaciones de la guía, se extraen los logros y desafíos que las actividades en materia de información y publicidad han generado.

El análisis de los logros en la consecución de los objetivos finales establecidos por el Plan de Comunicación, requiere realizar la estimación del impacto ocasionado por las medidas implementadas. Se pretende en este apartado medir de forma rigurosa los efectos a más largo plazo que las actividades de comunicación implementadas han tenido sobre los principales grupos destinatarios del Plan.

Para ello, en la metodología propuesta en la "Guía de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los Programas Operativos FEDER, Fondo de Cohesión y FSE 2007-2013" se plantea el análisis de 5 indicadores.

Dichos indicadores de impacto, elaborados para la presente evaluación, miden los efectos y consecuencias más a largo plazo y están asociados con los objetivos planteados en el Plan. En concreto, la distribución de los indicadores respecto a los objetivos planteados se puede resumir de la siguiente manera:

1. Respecto al objetivo de transparencia en la ejecución de los PO: este se relaciona directamente con los niveles de transparencia en la gestión de la intervención que depende del conocimiento teórico y práctico de los agentes implicados en la gestión, control, seguimiento y evaluación así como de la utilidad y adecuación de la información transmitida. Los indicadores son:
 - ✓ Grado de conocimiento de las obligaciones existentes en la programación, gestión, seguimiento, control, evaluación e información y publicidad (%)
 - ✓ Tasa de satisfacción, que indique la valoración de los beneficiarios/Organismos Intermedios y/o gestores o partícipes respecto a la información facilitada (%)
 - ✓ Tasa de utilidad de las actuaciones (%)
2. Respecto al objetivo de aumento del grado de visibilidad y concienciación del papel desempeñado por la Unión Europea y de los PO, éste está relacionado con el 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. Los indicadores asociados son:
 - ✓ Grado de conocimiento del papel desempeñado por la Unión Europea (%)
 - ✓ Grado de conocimiento de los distintos Fondos Estructurales (%)

La obtención de los datos cuantificados correspondientes a cada uno de los anteriores indicadores ha sido medida en base al trabajo de campo específico y organizado en dos grupos de tareas.

Para la obtención de los indicadores referidos al objetivo de transparencia se han realizado entrevistas a los órganos gestores y/o beneficiarios con responsabilidad en cuanto al Plan de Comunicación. Se ha entrevistado tanto a los agentes dependientes de la AGE como a aquellos colaboradores con la administración regional de la Comunidad Foral de Navarra. Dichas entrevistas se han basado en el anexo 4 de la Guía de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación.

Por otro lado, en cuanto a los indicadores referidos al objetivo de aumento del grado de visibilidad y concienciación, la medición se ha basado en una encuesta realizada a una muestra representativa de la población de la Comunidad Foral de

Navarra. Tanto la muestra como las preguntas realizadas se han basado en el anexo 5 de la mencionada guía siguiendo el diseño consensuado en el seno del GERIP.

Adicionalmente, se ha realizado también, otro trabajo de campo de carácter cualitativo que complementa la información cuantitativa ofrecida por dichos indicadores. En este sentido, se realizó un grupo de discusión en el que participaron distintos agentes gestores y/o beneficiarios de los PO, tanto dependientes de la AGE como de la Comunidad Foral de Navarra. La reflexión y discusión generada complementa la información obtenida y ofrece una visión más global del impacto y de los logros obtenidos por el Plan de Comunicación.

En cuanto al objetivo de transparencia...

Indicadores de Impacto	%
Grado de conocimiento de las obligaciones (%)	62.3%
Tasa satisfacción respecto a la información facilitada (%)	69.25%
Tasa de utilidad de actuaciones (%)	73.25%

Prácticamente la totalidad de las personas entrevistadas han respondido adecuadamente al cuestionario, lo que una vez más manifiesta la buena disposición a la gestión del trabajo que se está realizando.

El primer indicador correspondiente al *Grado de Conocimiento* sobre las obligaciones entre órganos gestores y/o beneficiarios se sitúa en un 62.3%.

Según los datos analizados, se contempla que el conocimiento existente sobre los aspectos básicos a tener en cuenta en la correcta gestión de la información y publicidad es positivo. De manera general, los órganos implicados han tenido acceso al Plan de comunicación y además han recibido instrucciones al respecto por parte, bien del Organismo Intermedio, bien de las Autoridades de Gestión.

La participación en jornadas sobre comunicación y formación de los fondos ha sido menor, hasta la fecha fijada para la evaluación, en el caso de entidades gestoras y/o beneficiarias colaboradores con el Organismo Intermedio de la Comunidad Foral de Navarra. Por esta razón, este indicador no resulta todo lo alto que se espera, pero que de cara al final del periodo, previsiblemente aumentará significativamente.

En este sentido, hay dos variables, relacionadas entre sí, que explican significativamente el mayor o menor conocimiento y el grado de aplicación de las exigencias técnicas exigidas en los Reglamentos. Principalmente se explica por “la participación o no en una red de comunicación relacionada con Fondos Europeos”. En consecuencia, aquellos organismos que dependen de la Administración General del Estado, y por lo tanto participan en la red GRECO-AGE muestran mayor conocimiento que aquellos colaboradores con la administración regional y que no participan directamente en las actividades de las redes oficiales puestas en marcha.

En este campo, se muestra claramente un conocimiento y aplicación completa de las normativas entre aquellos órganos que participan en redes. Además, son los que han asistido a sesiones formativas y con mayor seguridad muestran los resultados de su trabajo.

Frente a esta realidad, las personas cuyo organismo no participa en redes de comunicación muestran más inseguridad en las respuestas. En muchas ocasiones pese a hacer lo que es correcto y a cumplir con las instrucciones de otros órganos, muestran dudas acerca de qué exigencias les atañen específicamente, si las realizan correctamente o si existen cuestiones que olvidan en las tareas diarias.

No obstante, todas las personas entrevistadas declaran saber a quién dirigirse para solicitar asesoramiento y aclaraciones respecto a dudas en la gestión diaria respecto a sus tareas en materia de comunicación.

Por otro lado, el impacto producido por la información facilitada a los órganos gestores y/o beneficiarios a través de jornadas y cursos de formación se mide por los indicadores referidos a la Tasa de Utilidad y de Satisfacción sobre dichas acciones. Estos se han construido a partir de las valoraciones de los participantes en cuanto a los contenidos y a los objetivos satisfechos en las mismas.

En concreto, la *Tasa de utilidad* de las actuaciones es de un 73.25%, lo que se valora de manera positiva.

La participación en cursos y jornadas técnicas, en aspectos concretos sobre gestión, control, seguimiento y evaluación ofrecen un conocimiento actualizado de los requerimientos y cuestiones relacionadas con los contenidos y formatos de las actuaciones a implementar.

En general se considera que las actividades en formato de jornadas o cursos son muy adecuadas como instrumento de formación e información ya que permite la interacción en un contexto de obtención de información actualizada. Este aspecto se valora ya que por un lado se resuelven las propias dudas y por otro se permite escuchar y valorar aclaraciones de otras personas.

De esta manera, consideramos que el impacto producido respecto a la información facilitada resulta profundo y por lo tanto perdurable en el tiempo.

Por otro lado, el indicador referido a la *Tasa de satisfacción* respecto a la información facilitada se sitúa en el 69.25%

La posibilidad de asistir a actuaciones de formación e información generan actitudes proactivas entre los participantes hacia las tareas que tienen encomendadas. De esta manera, se genera un sistema de retroalimentación en cuanto a la mejora de la calidad en las labores desempeñadas.

La consideración que los participantes han mostrado respecto a las acciones formativas muestra las ventajas que tienen para un mejor entendimiento de los procedimientos vinculados a los PO.

Así, se ha realizado un esfuerzo importante por elevar la capacitación técnica de los agentes participantes en el Plan y se ha traducido en unos niveles de satisfacción altos respecto al tratamiento en las jornadas de información y formación. El elevado conocimiento de las obligaciones junto a la calidad de la información facilitada, representada por unos niveles altos de satisfacción y utilidad respecto a las jornadas y sesiones formativas desarrolladas, fortalece la capacidad de comunicación de una manera transparente y eficaz.

En este sentido, las respuestas obtenidas han sido positivas y se recomienda continuar la labor emprendida, ampliando además estas acciones al total de agentes con responsabilidad en el Plan de Comunicación.

En cuanto al objetivo de sensibilización de la ciudadanía

Indicadores de Impacto	%
Grado de conocimiento del papel desempeñado por la UE (%)	60.5 %
Grado de conocimiento de los distintos Fondos (%)	FEDER – 38.5%
	FSE – 47.9 %

Como hemos descrito inicialmente, el impacto de las acciones de información y publicidad sobre el conjunto de la población se ha valorado a través de la consideración de dos indicadores: grado de conocimiento del papel desempeñado por la UE y grado de conocimientos de los distintos Fondos, por parte de la ciudadanía.

Se muestra en la tabla, respecto al primero de los indicadores, que 60,5% de la población de la Comunidad Foral de Navarra declara *saber que Navarra recibe dinero de la UE para contribuir a su progreso económico y social*.

Desde el equipo de evaluación consideramos que son datos óptimos y que efectivamente muestran que sí existe un conocimiento de los fondos por encima de otras regiones europeas.

De manera más concreta, el indicador respecto al *Grado de conocimiento del fondo FEDER* se sitúa en un 38,5%, dato que, aunque puede ser mejorable, muestra un conocimiento de dicho fondo bastante amplio.

El *Grado de conocimiento del FSE*, por otro lado, se sitúa en el 47,9% siendo destacable y el cual consideramos un buen dato.

Desde el equipo de evaluación consideramos adecuado poder realizar una reflexión más profunda en torno a la diferencia (casi 10 puntos porcentuales) en cuanto al conocimiento de ambos fondos.

A nivel general muchos proyectos realizados desde el fondo FEDER suponen grandes inversiones con beneficios públicos sobre una cantidad de personas mayor (infraestructuras...). A diferencia de esto, el FSE trabaja con inversiones menores pero de manera más individualizada, lo que provoca entre las personas beneficiadas una mejor percepción de la ayuda obtenida y por tanto mayor retención.

Según los datos que consideramos más relevantes en la explicación del impacto de las medidas en materia de información y publicidad sobre la población Navarra, cabe destacar el factor sexo como elemento clave. Este, está presente en la diferente valoración global de las preguntas, y en algunos casos de manera significativa. Como veremos también, el grupo de edad más joven, entre 15 y 24 años, también marcan diferencias en torno a varios aspectos.

Este razonamiento puede estar relacionado con la diferencia de conocimiento de los fondos en función del sexo. A nivel genérico los hombres parecen tener mayor conocimiento del papel de la UE mostrándose esta diferencia especialmente respecto al FEDER. Sin embargo los datos mostrados sobre el conocimiento del FSE son semejantes para hombres y mujeres.

Así, el efecto de las inversiones FEDER principalmente es observado por el colectivo de hombres y de edad más avanzada. Sin embargo, frente a los datos mostrados en cuanto al conocimiento general, cabe destacar cómo, cuando se

pregunta por proyectos concretos, las mujeres declaran conocer más inversiones que los hombres.

En cuanto al *tipos de proyectos*, las inversiones llevadas a cabo que han sido más percibidas por la población son las relativas a *Infraestructuras y Equipamientos* con un 50.9% y las relacionadas con *Medio Ambiente* con un 44.6%. Es importante destacar el esfuerzo que se ha realizado no solo en la inversión realizada, sino también en la publicidad efectuada en las mismas.

Por la naturaleza de dichos proyectos, éstos están sujetos a requerimientos e implementación de medidas de comunicación especiales, en las que se incluyen las vallas y placas, que en general han demostrado ser un medio efectivo de visibilización de los fondos.

Por el contrario los proyectos menos conocidos son aquellos cuyos beneficios directos se dirigen a colectivos sociales determinados y en cierta medida a aquellos cuyo resultado es más intangible (*Disminuir desigualdades* con un 26% y *Lucha contra la exclusión* un 34.7%).

Existen diferencias significativas en cuanto al sexo en el conocimiento de proyectos de *Infraestructuras y equipamientos*, en los de *Medio ambiente* y en el de *Desigualdades sociales entre hombres y mujeres*. En este sentido se recomienda revisar particularmente la perspectiva de género en cada actividad de comunicación de estos proyectos.

Los *medios* por los cuales se conocen las diferentes actuaciones desarrolladas difieren en gran medida, siendo *la prensa, la radio y la televisión* el sistema más utilizado con un 78.3% de los encuestados.

Resultan destacables también las *vallas y placas* (el 45.7 % reconoce haber visto esta medida) que parece ser un medio eficaz para dar a conocer las inversiones. Y los *carteles y posters* han sido un sistema de conocimiento de inversiones para el 42.5 %.

Resulta conveniente comentar que un 39.2% de la población declara enterarse de algún tipo de actuación a través de *terceras personas*. Desde el equipo evaluador consideramos que este medio es especialmente relevante y en consecuencia se configura como un elemento multiplicador de la visibilidad de los proyectos.

En menor medida se han utilizado otros medios como son Internet (el 18.2% de respuestas), por medio de folletos (16.5%) y a través de cursos financiados (el 14.9%). Aún así, queremos remarcar que el hecho de que sean medios menos utilizados no limita la capacidad efectiva de los mismos.

En este campo, las diferencias observadas por grupos de edad muestran mayores diferencias en los recursos que utilizan para obtener información acerca de las ayudas financiadas. Las personas más mayores observan más que otros grupos la *prensa, radio y TV*. La utilización de este recurso disminuye conforme disminuye la edad. Y al contrario va aumentando el conocimiento a través de *Internet*.

Los datos obtenidos a partir de la encuesta resultan reveladores y probablemente contribuyan a una todavía mejor difusión de las políticas europeas.

Por lo tanto se recomienda tomar conciencia para determinar y diseñar para cada proyecto el tipo de medio que mejor puede llegar a la población. A su vez, habrá que valorar los resultados para cada uno de los colectivos destinatarios.

Asimismo, la *valoración* que la población hace del papel que juegan los fondos en el desarrollo de su región es marcadamente positiva para un 66.2 % de la ciudadanía que conoce alguna actuación (resultado de la suma de la población que valora los fondos como positivo, muy beneficioso y absolutamente crucial). Así, únicamente el 12.4 % declara considerarlo irrelevante.

En resumen, según los datos arrojados la población de la Comunidad Foral de Navarra muestra un conocimiento satisfactorio del papel de la UE y de los proyectos puestos en marcha, fruto de un trabajo continuado respecto a la publicidad realizada en los últimos años. Si bien, existe cierto margen de mejora, consideramos los datos positivos.

En este sentido, las recomendaciones en este aspecto es la consideración, a la hora de publicitar una actuación, de los diferentes medios utilizados por la población en función de las variables de sexo y edad y por lo tanto de su diferente impacto. Así, se pueden considerar acciones de corrección en función de los colectivos destinatarios de las medidas de Información y Publicidad en la ciudadanía.

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES: PROPUESTA DE MEDIDAS A ADOPTAR

A partir de la información cuantitativa y cualitativa analizada, en este apartado se formulan las principales conclusiones y la propuesta de medidas a adoptar en los años siguientes con la finalidad de obtener la máxima eficiencia de los Planes de Comunicación.

Se formulan conclusiones sobre la adecuación y pertinencia de la estrategia de comunicación, sobre la calidad de la ejecución y el seguimiento y una descripción de la situación a fecha de cierre del informe de evaluación, así como realizar una estimación de las expectativas de cumplimiento de la planificación realizada. En base a estos resultados, se realizan las recomendaciones oportunas.

Presentamos en este capítulo las principales conclusiones obtenidas de la evaluación y las recomendaciones identificadas que permitan poder mejorar el funcionamiento general del Plan de Comunicación.

La comunicación permite obtener una visión global que puede generar un sentimiento de pertenencia a través de la construcción de redes sociales. Es el elemento que integra y retroalimenta las políticas que se van desarrollando y en este sentido, es un medio para crear y construir Europa. El gran esfuerzo realizado hasta ahora en este campo ha sido muy bien valorado y ya está revelando resultados.

La comunicación se muestra como un elemento estratégico para transmitir el conjunto de las políticas europeas, y es muy positivo el salto cualitativo que se ha producido al ser considerado central en este periodo como un elemento de trabajo. Ha aumentado la conciencia de comunicar y la consideración de la importancia de esta materia abre las puertas a la construcción de redes comunicativas que tengan a Europa como eje transversal.

Respecto a la coordinación y gestión integral del Plan es importante el papel que han asumido las redes GERIP y GRECO-AGE. La red GERIP integrada por las Autoridades de gestión de FEDER y FSE y las personas responsables de Información y Publicidad de cada una de las Comunidades Autónomas, ha permitido coordinar la programación de los Planes de Comunicación y ha sido un instrumento de mejora fundamental en todas las fases de la gestión. La red GRECO-AGE en la que están presentes la Autoridad de Gestión y todos los Organismos de la Administración General del Estado que participan en todos los programas operativos regionales, permite la adecuada gestión de los planes, y en concreto del Plan de Comunicación de la Comunidad Foral de Navarra.

El papel desempeñado por dichas redes ha sido imprescindible en la dinamización de todas las tareas realizadas respecto a la Información y Publicidad. En este sentido, ha coordinado y consensuado las estrategias de las diferentes comunidades autónomas de manera que se ha podido planificar las propuestas de actuaciones, el seguimiento, la evaluación y en general todo el proceso puesto en marcha, de una manera constructiva.

Así, en la implementación de la estrategia emprendida en materia de Comunicación, tanto en la Comunidad Foral de Navarra como en el conjunto de planes a escala estatal, se está realizando un gran esfuerzo para trabajar de forma coordinada y constante que se prevé marcará las líneas para un trabajo más efectivo.

Desde el equipo evaluador, se recomienda la constitución formal de una red regional entre los órganos gestores y/o beneficiarios dentro de la Comunidad Foral de Navarra para favorecer el entendimiento entre la totalidad de personas implicadas en el Plan de Comunicación.

Respecto a la consistencia interna del Plan de Comunicación, las demandas de información que pueden tener, tanto los órganos gestores y/o beneficiarios, como los beneficiarios potenciales y la ciudadanía, están atendidas adecuadamente por la

estrategia de comunicación. Se considera, por lo tanto, que desde el punto de vista del contenido y alcance del Plan, la pertinencia de la estrategia es positiva.

La cooperación en el seno del GERIP ha permitido dar respuesta conjunta y eficaz de manera que se ha evitado una excesiva dispersión en los objetivos y en las medidas y mensajes a trasladar a los diferentes destinatarios del Plan.

Respecto al principio de Igualdad de Oportunidades entre Hombres y Mujeres se observa que sí está contemplado dentro de la estrategia de manera transversal.

Aún así, la encuesta dirigida a la población muestra diferencias en el impacto que produce la publicidad entre hombres y mujeres. En términos generales, ellas manifiestan tener menor conocimiento del papel de la UE a través de los fondos, especialmente del FEDER, lo que a su vez contrasta con el mayor conocimiento que demuestran cuando se pregunta sobre proyectos concretos.

Se recomienda en este sentido, para futuras actuaciones, continuar con el seguimiento realizado para cada actuación. Paulatinamente, además, se propone seguir analizando la diferente repercusión que tienen los medios utilizados para la publicidad según la variable sexo, de manera que se perfile mejor el público destinatario y sus características en el acceso a la información.

Por otro lado, en cuanto a la calidad de la ejecución y seguimiento del Plan, puede afirmarse que el seguimiento, evaluación y revisión de las actividades realizadas comprende un sistema completo que funciona eficazmente.

La metodología de evaluación utilizada supone una respuesta completa a los requerimientos reglamentarios que deben satisfacerse sobrepasando el ámbito descriptivo y formulando un planteamiento esencialmente analítico y prospectivo. La variedad de técnicas de investigación propuesta en la *"Guía de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación"* proporciona información tanto cualitativa como cuantitativa. Se considera, que el diseño de la evaluación permite medir los objetivos que persigue para la evaluación y en última instancia realizar el seguimiento previsto.

En este sentido, el Plan de Comunicación de la Comunidad Foral de Navarra recoge los requisitos exigidos que permiten poder valorarlo según el diseño y seguimiento de los indicadores y la metodología y criterios a aplicar establecidos.

Las herramientas informáticas creadas ad hoc en este periodo han demostrado las posibilidades que ofrecen en características de coordinación y aprovechamiento de los recursos. Para propiciar la mejora en el intercambio automático de información se recomienda seguir la labor que se viene desarrollando en los últimos meses respecto a la mejora en el acceso y gestión de la aplicación. En todo caso, están previstas mejoras que permitirán perfeccionar el uso de la misma.

Por otro lado, el proceso seguido que verifica y controla la inclusión de las obligaciones en materia de Información y Publicidad se desempeña correctamente y dada la complementariedad de los diferentes tipos de seguimiento se ejecuta con resultados correctos.

Se ha verificado, igualmente, que en los informes realizados hasta ahora, se ha cumplido con el artículo 4.2 del Reglamento (CE) 1828/2006. Esto, supone una visibilización de esta materia de manera que puede contribuir a los objetivos previstos.

Así, el sistema integral muestra que los procedimientos instaurados se complementan perfectamente y de manera eficaz garantizan una correcta difusión de una imagen homogénea y clara de las actuaciones cofinanciadas.

La participación conseguida a partir de las redes de los diferentes agentes integrantes del Plan de Comunicación ha supuesto una mayor conciencia de la importancia de esta materia, y en consecuencia puede decirse que garantiza la

pertinencia de las estrategias seguidas y la eficacia del sistema de seguimiento de las mismas. Así, se han implicado los diferentes organismos en la utilización de las herramientas diseñadas y los mecanismos de funcionamiento creados, y por lo tanto han contribuido a la calidad de los mismos

En relación a los resultados obtenidos por el Plan de Comunicación de la Comunidad Foral de Navarra para 2007-2013, la situación general en marzo de 2010 es positiva. La presente evaluación contribuirá, de cara a lo que resta de periodo, a un trabajo cada vez con mayor profundidad y permitirá ir aumentando el conocimiento de esta temática por parte de agentes gestores de los PO y de la ciudadanía.

La implementación de las medidas muestra una evolución muy positiva, ya que todos los tipos de actuaciones de información y publicidad han sido puestas en marcha. Se ha ejecutado el 55,5% de realización de las medidas programadas para el total del periodo aun habiéndose retrasado el inicio de la certificación de los PO. Se espera por tanto, continuar con un ritmo creciente en el desarrollo de las mismas y finalizar con buenos resultados.

Se cumple el 100% de las páginas web programadas y han cubierto un 96,61% de los resultados esperados. Esta actividad sin duda supone el mayor éxito alcanzado por los organismos implicados y es destacable respecto al resto de indicadores. Asimismo, la creación de redes de información e instrucciones emitidas son actividades esperadas al inicio del plan por lo que revelan resultados adecuados. De igual manera se han realizado muchos de los actos públicos previstos por lo que se considera muy positivo el número de actividades emprendidas en estos ámbitos.

Desde el inicio se han orientado las actividades para llegar a todos los grupos destinatarios del Plan y así se ha ejecutado. En particular, la mayor ejecución de las actuaciones llevadas a cabo hasta marzo de 2010 han tenido como principales destinatarios a los potenciales beneficiarios y a órganos gestores. Las necesidades de *información* de estos grupos respecto a la gestión, son mayores al comienzo de la programación debido a la necesidad de adecuarse a las condiciones de la programación en el nuevo periodo en cuanto a gestión, seguimiento y control de las ayudas comunitarias. Se constata que el esfuerzo de informar a los agentes implicados en la aplicación de los Fondos, pero también a los potenciales beneficiarios y al público en general, ha sido importante.

La valoración general en base a los indicadores, es considerar que los datos analizados en la ejecución de las medidas son muy positivos y superan lo esperado a mitad de periodo. Se prevé, por tanto, el logro de los objetivos programados para el año 2013 teniendo en cuenta que los porcentajes actuales de cumplimiento se encuentran en niveles muy satisfactorios.

En relación al impacto entre los agentes gestores, hay una variable que separa significativamente el mayor o menor conocimiento y el grado de aplicación de las exigencias técnicas exigidas en los Reglamentos. Principalmente se explica por "la participación o no en una red de comunicación relacionada con Fondos Europeos". En consecuencia, aquellos organismos que dependen de la Administración General del Estado, y por lo tanto participan en la red GRECO-AGE, y aquellos que participan en el GERIP, muestran mayores nociones que aquellos colaboradores de la administración regional y que no participan directamente en las actividades de las redes puestas en marcha, por lo que se recomienda la puesta en marcha de una red regional.

Además, se ha realizado un esfuerzo importante por elevar la capacitación técnica de los agentes participantes en el Plan y se ha traducido en unos niveles de satisfacción altos respecto al tratamiento en las jornadas de información y formación. El elevado conocimiento de las obligaciones junto a la calidad de la información facilitada, representada por unos niveles altos de satisfacción y utilidad respecto a las

jornadas y sesiones formativas desarrolladas, fortalece la capacidad de comunicación de una manera transparente y eficaz.

En relación al impacto producido en el público en general, desde el equipo de evaluación consideramos que son datos óptimos y que efectivamente muestran que sí existe un conocimiento de los fondos, entre la ciudadanía, por encima de otras regiones europeas. Así, 60,5% de la población de la Comunidad Foral de Navarra declara *saber que Navarra recibe dinero de la UE para contribuir a su progreso económico y social*. Igualmente, los indicadores de conocimiento de los distintos fondos también son óptimos.

Según los datos que consideramos más relevantes en la explicación del impacto de las medidas en materia de información y publicidad sobre la población Navarra, cabe destacar el factor sexo como elemento clave. Así, existen diferencias significativas en cuanto al sexo en el conocimiento de proyectos de *Infraestructuras y equipamientos*, en los de *Medio ambiente* y en el de *Desigualdades sociales entre hombres y mujeres*. También, el grupo de edad más joven, entre 15 y 24 años, marcan diferencias en torno a varios aspectos.

En este sentido, las recomendaciones en este aspecto es la consideración, a la hora de publicitar una actuación, de los diferentes medios utilizados por la población en función de las variables de sexo y edad y por lo tanto de su diferente impacto. Así, se pueden considerar acciones de corrección en función de los colectivos destinatarios de las medidas de Información y Publicidad en la ciudadanía.

En resumen, según los datos analizados, la población de la Comunidad Foral de Navarra muestra un conocimiento satisfactorio del papel de la UE y de los proyectos puestos en marcha, fruto de un trabajo continuado respecto a la publicidad realizada en los últimos años. Si bien, existen ciertos aspectos que se podrían trabajar en un proceso de mejora continua, consideramos los datos positivos.

Como cierre, se estima que se podrán cumplir las expectativas para el año 2013 en cuanto a los indicadores de realización y resultado programados dado que se muestra un grado adecuado de la ejecución hasta ahora realizada. En cuanto a los indicadores de impacto, este año es la primera aproximación que se realiza, por lo tanto es a partir de los mismos cuando podremos introducir objetivos cuantificados. En cualquier caso, los avances producidos en este periodo por el Plan de Comunicación son satisfactorios y han supuesto una evolución respecto al anterior.

8. BUENAS PRÁCTICAS

La guía presenta los criterios establecidos que permite una aproximación al criterio de “buenas prácticas” en materia de comunicación. Así, toda actuación que responda a alguno/os de estos criterios podrá ser considerada como tal a todos los efectos

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

Se deberá elaborar un informe que recoja, por una parte, la identificación de la buena práctica en base a los criterios establecidos en este apartado y también una breve descripción de la misma, apoyando los elementos que justifican y en los que se apoya dicha selección. Cada actuación que sea considerada “buena práctica” deberá contar con el informe correspondiente.

Este capítulo muestra los casos de buenas prácticas que se han desarrollado en el marco del Plan de Comunicación desde el año 2007 hasta el primer trimestre de 2010. Para ello el equipo evaluador se ha basado 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”.

Lo que se pretende es dar una definición clara sobre lo que es una buena práctica y que esta definición ayude a la hora de reconocerlas como tales. A través de ejemplos prácticos y representativos se quiere mostrar cómo se puede favorecer la visibilidad de los resultados conseguidos en la Política Regional de Navarra y la transparencia en la gestión de los Fondos Estructurales.

Se quiere resaltar que la detección, análisis y transferencia de buenas prácticas tiene una gran importancia en la gestión pública y en el avance para la consecución de los objetivos de los fondos FEDER y FSE en general y del Plan de Comunicación de Navarra en particular.

Para que un proyecto o actuación, técnica o medio de gestión relacionado con la comunicación sea considerado buena práctica tiene que cumplir con varios de los siguientes requisitos:

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

Este capítulo se ha realizado según 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” lo que conlleva que la transparencia y eficacia

estén garantizadas. Además, facilita el intercambio de experiencias en los diferentes foros existentes. Se quiere destacar las redes INFORM e INICIO, al igual que GERIP y GRECO-AGE.

Se quiere resaltar la variedad de las actuaciones desarrolladas, su calidad y su adecuación a los criterios presentes en el Plan de Comunicación, además de su contribución a los objetivos generales de la Política Regional Europea. Por otra parte, estos ejemplos de buenas prácticas permiten mostrar en la gestión diaria muchas de las conclusiones presentadas anteriormente.

A continuación se incluye una descripción detallada de cada buena práctica y se argumenta el motivo de su selección. Las prácticas incluidas son:

- ✓ Presentación de la estrategia I+D+I del PO de Competitividad de Navarra en la I Cumbre de la Innovación Europea, celebrada durante 2 días en el Parlamento Europeo en Bruselas. (Informe anual 2009)
- ✓ Comunicación de Europa a la ciudadanía Navarra a través de distintas actividades organizadas en torno al día de Europa con múltiples actos desarrollados durante la semana del 9 de mayo de 2009. (Informe anual 2009)
- ✓ Constitución de la RED GERIP “Grupo Español de Responsables de la Información y Publicidad”
- ✓ Elaboración en la red GERIP de la “Guía General de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los Programas Operativos FEDER, Fondo de Cohesión y FSE 2007-1013”

Desde el equipo evaluador ampliamos y proponemos, además, una práctica puesta en marcha a lo largo de 2010:

- ✓ Manual de Instrucciones de gestión y control de operaciones cofinanciadas dirigido a las Unidades Gestoras del FEDER de la Comunidad Foral de Navarra para el periodo 2007-2013

PRÁCTICA 1: Presentación de la estrategia I+D+i del PO de Competitividad de Navarra en la I Cumbre de la Innovación en Bruselas

El 13 de octubre de 2009 Navarra presentó la estrategia de I+D+i del PO de Competitividad de Navarra en la I Cumbre de la Innovación Europea, celebrada durante dos días en el Parlamento Europeo en Bruselas.

Se considera esta actuación como una “buena práctica” porque:

En lo que respecta al uso de recursos innovadores en la presentación, organización y/o desarrollo de esta presentación, consideramos que la utilización de la sede del Parlamento Europeo para la difusión de una actuación prevista en un Programa Operativo supone el uso de un recurso innovador, así como el hecho de que sea la primera edición de una Cumbre de Innovación Europea.

En materia de adecuación de los contenidos a los objetivos perseguidos, estos contenidos se refieren expresamente a las actuaciones que en materia de i+D+i contiene el PO Navarra 2007-2013.

En relación con *la incorporación de criterios de igualdad de oportunidades*, el hecho de que la estrategia de I+D+i en Navarra recaiga sobre una representante femenina, con una sensibilidad especial respecto a la difusión de los fondos europeos, que asume personalmente, da idea del nivel de incorporación de este criterio en la actuación propuesta.



Referido a *la adecuación al objetivo general de difusión de los fondos*, El “DRAFT 06-10-2009” sobre la comunicación de la Comisión Europea al Parlamento y al Consejo, de la reforma del futuro presupuesto de Europa, ha sido un documento altamente discutido que plantea el riesgo de que regiones de competitividad como Navarra se queden fuera de la política de cohesión, tema que con referencia a esta buena practica propuesta fue altamente debatido en la mesa de esta cumbre.

En relación al alto *grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción de comunicación*, señalar que la presencia mediática que cubrió la cumbre en el Parlamento Europeo conlleva un efecto cascada en los medios de comunicación.

El grado de calidad esta garantizado ya que se referencia a una actuación real con resultados reales que supone una seguridad de los gestores de fondos europeos a la hora de transmitirlo.

Por último, se han *utilizado las nuevas tecnologías de información para su difusión*, porque el video de la presentación está disponible en la página web de la organización de la I Cumbre de Innovación.

PRACTICA 2: Comunicación de Europa a la ciudadanía navarra a través de distintas actividades organizadas en torno al día de Europa con múltiples actos desarrollados durante la semana del 9 de mayo de 2009:

La actuación que se presenta ha consistido en una serie de actuaciones como son:

- El Acto conmemorativo en el Palacio del Condestable dedicado a la República Federal de Alemania presidido por el Presidente del Gobierno de Navarra y la Alcaldesa de Pamplona.
- La Inauguración de la exposición: “El nuevo Berlín 1990-2010. Urbanismo y arquitectura”.
- La Conferencia: “Algunas cuestiones de actualidad de la Unión Europea: Elecciones al Parlamento Europeo”.
- La Conferencia: “El proceso de Bolonia”.
- La IV Jornada de Cooperación Local Europea en Peralta (Navarra).
- El Ciclo de talleres infantiles: “De visita por Europa”.

Se considera esta actuación como “una buena práctica” porque:

En relación a la **adecuación de los contenidos a los objetivos** perseguidos, la variedad y actualidad de exposiciones, conferencias y talleres motivó que los ciudadanos navarros participaran en los actos organizados, conociendo mejor Europa: su historia, su participación en la política europea y las reformas educativas puestas en marcha.



En materia de **incorporación de criterios de igualdad de oportunidades**, la presidencia y presentación del acto conmemorativo, así como la invitación que se cursó corrió a cargo del Presidente del Gobierno de Navarra, y la Alcaldesa de Pamplona, manifestándose de esta forma que Navarra y sus máximos responsables participan en condiciones de igualdad en materia de género en la política europea y su difusión.

En relación al **alto grado de cobertura** sobre la población objetivo de la acción de comunicación, señalar que los actos realizados se dirigieron a toda la ciudadanía, con actos específicos para niños y jóvenes.



El **grado de calidad** esta garantizado ya que se referencia a actividades de gran interés cultural y diversificadas en materias de continua actualidad en los medios.

Se han **utilizado las nuevas tecnologías de información** para su difusión combinadas con la difusión en los medios tradicionales, junto a la publicación de los actos que se celebraron en la prensa local y televisión, los actos se difundieron en la página web del Gobierno de Navarra.



PRÁCTICA 3: Constitución de la RED GERIP “Grupo Español de Responsables de la Información y Publicidad”

El GERIP es una red constituida por las personas responsables de información y publicidad de las autoridades de gestión del FEDER, FSE y Fondo de Cohesión y de los responsables de comunicación de cada uno de los Planes de Comunicación regionales. Nace de una iniciativa de las autoridades de gestión para establecer un cauce de comunicación adecuado que permitiese diseñar la estrategia de comunicación conjunta para todos los fondos europeos de la política regional y todas las administraciones participantes en su gestión. Asimismo, esta red iba a permitir y adecuar el desarrollo de diferentes opciones de planes de comunicación – conjunta o separadamente entre los Fondos- a las exigencias reglamentarias en materia de comunicación.



Su objetivo fundamental es, por lo tanto, el establecimiento de una estrategia de comunicación conjunta, la coordinación de sus participantes a la hora de aplicar esta estrategia, el intercambio de ideas, la creación de un foro de discusión y la plataforma para la toma de decisiones y orientaciones consensuadas en beneficio de las funciones que los representantes de comunicación de los planes tienen que desarrollar. Asimismo, establece un puente informativo entre los participantes de la red española y las redes europeas de la Comisión, INIO e INFORM.

Los criterios de consideración como “buena práctica” son:

- ✓ Por el **Uso de recursos innovadores en la presentación, organización y/o desarrollo**, ya que es la primera vez que se nombran responsables de comunicación, uno para cada uno de los distintos Planes de Comunicación, y que a través de este cauce se diseña una estrategia conjunta de comunicación y se consensúan entre todos los Fondos y Administraciones todos los aspectos de la comunicación
- ✓ Por la **adecuación de los contenidos a los objetivos perseguidos**, ya que desde su inicio ha ido aportando soluciones a todos los planteamientos presentados: pautas para la elaboración de los planes de comunicación, respuesta a las observaciones de la Comisión, definición de metodología a seguir para la evaluación, indicaciones para la elaboración de los informes anuales, resolución de dudas y problemas, etc.
- ✓ Por haber incorporado **criterios de igualdad de oportunidades**, tanto en sus planteamientos de funcionamiento de la red, como de representatividad y posibilidades futuras.
- ✓ Por la **adecuación con el objetivo general de difusión de los fondos**, puesto que el fundamento base de las reuniones que se llevan a cabo siempre es la discusión, planteamientos y consenso sobre aspectos relacionados con la difusión de los Fondos.

- ✓ Por el **alto grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción de comunicación**. Los trabajos del GERIP, van más allá de los organismos participantes en la red, porque a su vez la AGE y el organismo responsable del Plan de Comunicación regional actúan de intermediarios y trasvasan las decisiones tomadas en su seno al resto de los participantes (organismos gestores y/o beneficiarios) de sus Planes de Comunicación.

- ✓ Por la evidencia de un **alto grado de calidad en el funcionamiento** y trabajos generados en el seno del grupo, como se ha venido demostrando en los productos, pautas y decisiones derivadas de los trabajos de la red.

- ✓ Por el **uso de nuevas tecnologías de la información**, todas las actas de las reuniones y los documentos repartidos se cuelgan en la página web de la autoridad de gestión



PRACTICA 4: Elaboración en la red GERIP de la “Guía General de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los Programas Operativos FEDER, Fondo de Cohesión y FSE 2007-2013”

Se trata de una publicación surgida de una iniciativa de las Autoridades de Gestión, elaborada por ellas y consensuada por la totalidad de las regiones españolas en el seno del GERIP, para poner a disposición de todos los actores responsables de la aplicación de los fondos de la política regional en España (desde las propias autoridades de gestión y los responsables de los Planes de Comunicación Regionales, hasta los Organismos gestores y/ o beneficiarios), una metodología adecuada, a fin de poder realizar el seguimiento y la evaluación de las medidas que vayan desarrollando de sus respectivos Planes de Comunicación. Asimismo, es una herramienta que va a servir a los evaluadores externos que van a llevar a cabo las evaluaciones exigibles por la reglamentación comunitaria, que tendrán lugar en los años 2010 y 2013.

Es pues una herramienta de comunicación, dirigida a todos los participantes en la aplicación de los fondos, incluidos los beneficiarios de los mismos y a los equipos evaluadores, en el logro de una mayor transparencia en las tareas de seguimiento y evaluación que dichos colectivos tienen que asumir.

Los criterios para su consideración como buena práctica son:



✓ Por el **uso de recursos innovadores** en su aplicación, de manera indirecta, al dar lugar al diseño de una aplicación específica para la introducción de los indicadores, que permite obtener informes del estado y evolución de las acciones de comunicación realizadas en cualquier momento.

✓ Por la **adecuación de los contenidos a los objetivos perseguidos**, ya que se han tenido en cuenta las características concretas que presentan tanto la programación de los distintos Programas Operativos y Planes de Comunicación como la realidad de las distintas Comunidades y Ciudades

Autónomas españolas, manteniendo un principio de proporcionalidad en las actuaciones que deben llevar a cabo unas y otras.

✓ Por haber incorporado **criterios de igualdad de oportunidades**: además de utilizar un lenguaje de género adecuado en su redacción, la Guía introduce en el documento del informe final a presentar por los evaluadores, un apartado que analice la contribución de las medidas de comunicación en el principio de igualdad de oportunidades

✓ Por la **adecuación con el objetivo general de difusión de los fondos**: La posibilidad de elaborar informes sobre el seguimiento de las actuaciones facilita la difusión que de las actuaciones cofinanciadas por los fondos pueden realizar los organismos que utilizan y aplican la metodología en ella descrita.

✓ Por el **alto grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción de comunicación**. La guía se ha difundido entre todos los organismos intermedios y se ha hecho llegar a los gestores de las ayudas de los Fondos, colectivo al que va dirigida la publicación,.

- ✓ Por la **evidencia de un alto grado de calidad en el diseño de la guía**, como lo demuestra el hecho de la buena aceptación de la misma por parte de la Comisión y de la mayoría de los estados miembros y la utilización que de ella han decidido hacer otros países para su evaluación.
- ✓ Por el **uso de nuevas tecnologías de la información** al haberse colgado en la web de la Autoridad de gestión, que ha creado un apartado específico en la misma para Comunicación, sino también en la de los Organismos Intermedios responsables de los Planes de Comunicación regionales AGE, para la necesaria puesta en marcha de los contenidos de la misma.

PRÁCTICA 5: Manual de Instrucciones de gestión y control de operaciones cofinanciadas dirigido a las Unidades Gestoras del FEDER de la Comunidad Foral de Navarra para el periodo 2007-2013

Una buena práctica realizada dentro del Servicio de Acción Europea es la elaboración de unos manuales de gestión personalizados para cada órgano gestor.

La innovación principal es haber conjugado la información requerida para la gestión y ejecución de operaciones con una presentación individualizada según las tareas de cada órgano gestor. Estas fichas-manual están relacionadas con una aplicación informática de uso sencillo y con acceso para todas las personas implicadas.



De esta forma, los check-list de cada operación están recogidos junto al listado de operaciones específicas e interrelacionado con otras bases de datos de certificación, pero cada persona únicamente ve sus propias tareas.

A través de esta práctica se persigue garantizar el conocimiento por parte de los órganos gestores y/o beneficiarios de sus obligaciones y poder realizar el seguimiento de una manera sencilla.

Los criterios que permiten calificar esta actividad como buena práctica son:

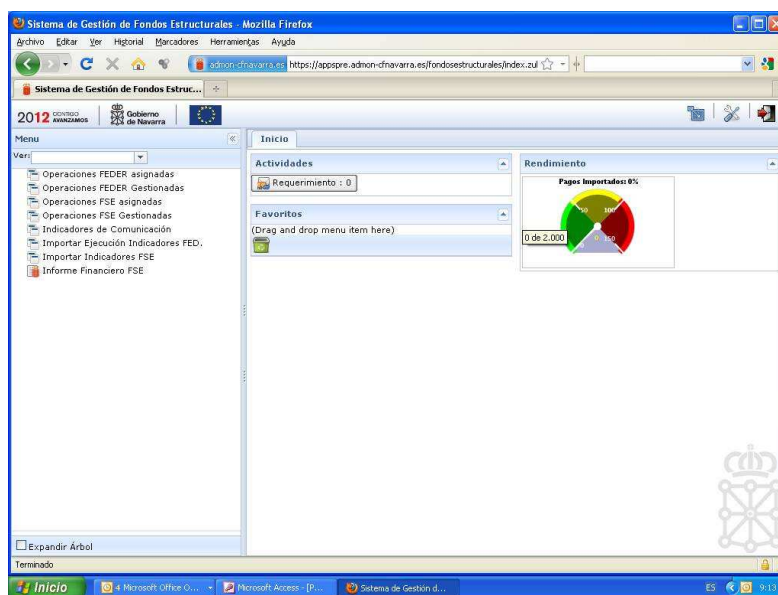
- ✓ En cuanto al **uso de recursos innovadores en la presentación, organización y/o desarrollo**, lo innovador de esta práctica es que se ha elaborado de manera personalizada adecuando las tareas de gestión a lo que cada órgano gestor realiza. Además se trabaja mediante una aplicación informática que ayuda en dichas tareas.

✓ En lo referido a la **adecuación de los contenidos a los objetivos perseguidos**; el objetivo de transmisión de las obligaciones y requerimientos para la medida de comunicación por escrito a los órganos gestores y/o beneficiarios se materializa en este manual y en la aplicación informática. Además, su carácter práctico quedó demostrado en las sesiones formativas realizadas.

✓ Los **criterios de igualdad de oportunidades** están incorporados ya que para poder cerrar las operaciones, necesariamente es preciso completar el check-list referente a igualdad de oportunidades.

✓ El **objetivo general de la difusión de los fondos** está en sintonía con esta práctica ya que se busca el compromiso de las entidades al respecto.

✓ Concerniente el criterio referido al **grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción de comunicación** explicar que la población objetivo de esta acción son los órganos gestores y/o beneficiarios. El grado de cobertura es del 100%



✓ En cuanto al criterio de **evidencia de un alto grado de calidad** conviene remarcar que es una práctica que simplifica y facilita la labor de gestión diaria. Además ha habido una buena acogida por parte de las personas gestoras y se prevé que suplirá complicaciones anteriores.

✓ El uso de nuevas tecnologías de la información va asociada a esta práctica y se basa en una aplicación informática, sencilla y compartida.