

www.pwc.com

# Informe de evaluación 2010

## Plan de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER y del FSE de la Comunidad Valenciana 2007-2013

**pwc**



### Unión Europea

Fondo Europeo de Desarrollo Regional  
*Una manera de hacer Europa*



### Unión Europea

Fondo Social Europeo  
*El FSE invierte en tu futuro*



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE ECONOMÍA  
Y HACIENDA

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



**FONDOS  
ESTRUCTURALES**  
UNIÓN EUROPEA-COMUNITAT VALENCIANA  
2007 - 2013



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE TRABAJO  
E INMIGRACIÓN

SECRETARÍA GENERAL DE  
EMPLEO  
SUBDIRECCIÓN GENERAL DE  
FONDO SOCIAL EUROPEO



GENERALITAT  
VALENCIANA

CONSELLERIA D'ECONOMIA,  
HISENDA I OCUPACIÓ

## ÍNDICE

<b>1. Metodología de evaluación</b> .....	3
1.1. Diseño técnico de la evaluación .....	4
1.2. Métodos y técnicas utilizadas .....	5
1.3. Valoración de la metodología propuesta .....	7
<b>2. Análisis de la programación de la estrategia de comunicación</b> .....	10
2.1. Evaluación de la pertinencia del Plan .....	10
2.2. Análisis de la validez y consistencia interna del Plan .....	14
2.3. Adecuación de la dotación de los medios económicos, humanos y técnicos asignados a las tareas de comunicación .....	16
2.4. Consideración del principio de igualdad de oportunidades en la estrategia de comunicación .....	18
<b>3. Análisis de la aplicación de las medidas de información y publicidad</b> .....	19
3.1. Avances en la ejecución de las medidas .....	19
3.2. Integración de las actividades de información y publicidad en los informes anuales de ejecución .....	27
3.3. La repercusión de los sistemas de seguimiento en la calidad de la ejecución de las medidas .....	30
<b>4. Verificación de la inclusión de la Información y Publicidad en las actuaciones de verificación y control de los Fondos FEDER y del Fondo Social Europeo</b> .....	37
<b>5. Incorporación del principio de Igualdad de Oportunidades en las medidas de Información y Publicidad</b> .....	40
<b>6. Análisis del impacto: logros y desafíos de las actividades en materia de Información y Publicidad</b> .....	43
<b>7. Conclusiones y recomendaciones: propuesta de medidas a adoptar</b> .....	50
<b>8. Definición de Buenas prácticas</b> .....	55

## 1. METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN

En el período de programación de los Fondos Estructurales 2007-2013, **cobran un mayor protagonismo los aspectos relacionados con la información y la publicidad** de los mismos y aumentan las exigencias, obligaciones y responsabilidades en este ámbito de los diferentes agentes implicados en las intervenciones. Dichos requerimientos de información y publicidad quedan recogidos en el Reglamento (CE) nº 1828/2006 de la Comisión, de 8 de diciembre de 2006, por el que se fijan normas de desarrollo para el Reglamento (CE) nº 1083/2006 del Consejo, que establece las disposiciones generales relativas al Fondo Europeo de Desarrollo Regional, al Fondo Social Europeo y al Fondo de Cohesión. Dicho reglamento fue aprobado en marzo de 2007 y dedica la Sección I del Capítulo II, a las disposiciones en materia de información y publicidad.

En aplicación de esta normativa comunitaria, las Autoridades de Gestión y los Organismos Intermedios de los distintos Programas Operativos diseñan una estrategia general de comunicación que se plasma en Planes de Comunicación.

En este sentido, la Comunitat Valenciana cuenta con un Plan de Comunicación conjunto para los Programas Operativos (en adelante, PO) del Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) y del Fondo Social Europeo (FSE) para el periodo 2007 – 2013, en el que se realiza un esfuerzo por sistematizar las acciones de comunicación que deben implementarse en el periodo, y por realizar evaluaciones periódicas de las medidas de información y publicidad contenidas en el mismo.

El Objetivo del Plan de Comunicación es dotar de mayor notoriedad y transparencia a las actuaciones de la Unión Europea en la Comunitat Valenciana, además de trasladar una imagen homogénea y coherente a la ciudadanía. Para ello, dicho Plan incluye una evaluación de lo llevado a cabo en el anterior periodo de programación en materia de comunicación, una estrategia de comunicación soportada por acciones concretas y necesarias para ponerla en práctica, una aproximación de los recursos disponibles para su desarrollo así como del método de seguimiento del mismo, fundamentalmente a través de los Comités de Seguimiento y de los Sistemas de Evaluación.<sup>1</sup>

Así, el objeto del presente informe es el de realizar una evaluación del grado de consecución de los objetivos estratégicos del Plan de Comunicación de la Comunitat Valenciana 2007-2013, esto es, medir la eficacia de las medidas de comunicación emprendidas durante esta primera parte del periodo de programación.

---

<sup>1</sup> De acuerdo con lo dispuesto en el artículo 2 del Reglamento 1828/2006 de la Comisión Europea de 8 de diciembre de 2006

### **1.1. Diseño técnico de la evaluación**

Con el fin de facilitar la evaluación del grado de consecución de los objetivos establecidos en los Planes de Comunicación de las diferentes regiones españolas y ante la ausencia de una metodología común por parte de la Comisión Europea, la Subdirección General de Administración del Fondo Europeo de Desarrollo Regional y la Subdirección General del Fondo de Cohesión y de Cooperación Territorial Europea de la Dirección General de Fondos Comunitarios (DGFC), del Ministerio de Economía y Hacienda, junto con la Unidad Administradora del Fondo Social Europeo (UAFSE), del Ministerio de Trabajo e Inmigración - como Autoridades de Gestión de los Programas Operativos FEDER, Fondo de Cohesión y FSE respectivamente, a través de sus responsables en materia de comunicación, elaboraron de manera conjunta una “**Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los Programas Operativos FEDER, Fondo de Cohesión y FSE 2007-2013**”. En ésta se recoge una propuesta metodológica para la puesta en marcha del proceso conjunto del seguimiento y de la evaluación de los distintos Planes de Comunicación y se constituye por tanto en el marco común de trabajo para las evaluaciones de dichos Planes.

Sus principales **objetivos** son identificar los principales mecanismos necesarios para asegurar el seguimiento del cumplimiento de las actuaciones de información y publicidad, en aras de garantizar los mecanismos necesarios para la posterior evaluación de los Planes, y establecer las directrices necesarias para evaluar las actuaciones de información y publicidad contempladas en los distintos Planes de Comunicación.

En este sentido, se prevé la realización de dos informes de evaluación, en 2010 y 2013. El presente documento recoge el **informe de evaluación de 2010**, cuya información de base es la correspondiente al periodo comprendido entre el **1 de enero de 2007 hasta el 31 de marzo de 2010**.

Dicho informe de evaluación se incluirá en el informe anual de ejecución correspondiente al año 2010 como un capítulo aparte que valore los resultados de las medidas de información y publicidad en cuanto al grado de visibilidad y concienciación de los PO, así como del papel desempeñado por la Unión Europea, según lo establecido en el artículo 4 punto 2 del Reglamento 1828/2006.

Los principales **actores implicados** en la Evaluación de los Planes de Comunicación son la Comisión Europea como responsable última de la validación de los informes de evaluación realizados, las autoridades de gestión que, a través de las personas responsables en materia de información y publicidad, deben definir, coordinar y realizar el seguimiento del proceso de evaluación, los organismos intermedios responsables de los Planes de Comunicación regionales y el resto de Organismos intermedios de la AGE, gestores y/o partícipes de los Programas Operativos.

Así pues, el informe se **estructura** conforme a lo establecido 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” (en adelante, se hará mención a la “Guía Metodológica”).

A continuación, en este primer apartado del informe de evaluación se describe la metodología utilizada para su realización, incluyendo las técnicas utilizadas para su desarrollo, así como una valoración de las mismas. Posteriormente, se abarca la aplicación, valoración e impacto de los diferentes aspectos de Información y Publicidad desarrollados. Todo ello con el objetivo de extraer unas conclusiones y recomendaciones que permitan tomar medidas correctoras para el mayor grado de cumplimiento de los objetivos de comunicación, desde la fecha del informe hasta el final del período de programación.

## **1.2. Métodos y técnicas utilizadas**

La metodología de evaluación consta de una serie de herramientas y técnicas. En primer lugar, se ha realizado un **análisis documental** de las siguientes fuentes de información:

- Plan de Comunicación de los Programas Operativos FEDER – FSE de la Comunitat Valenciana 2007 - 2013
- Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los Programas Operativos FEDER, Fondo de Cohesión y FSE 2007-2013.
- Manual de Comunicación de los Programas Operativos FEDER y FSE de la Comunitat Valenciana 2007 - 2013
- Reglamento (CE) nº 1083/2006 del Consejo por el que se establecen las disposiciones generales relativas al Fondo Europeo de Desarrollo Regional, al Fondo Social Europeo y al Fondo de Cohesión
- Reglamento (CE) nº 1828/2006 por el que se fijan normas de desarrollo para el Reglamento (CE) nº 1083/2006 del Consejo, por el que se establecen las disposiciones generales relativas al Fondo Europeo de Desarrollo Regional, al Fondo Social Europeo y al Fondo de Cohesión
- Reglamento (CE) nº 846/2009 de la Comisión, que modifica el Reglamento (CE) nº 1828/2006, por el que se fijan normas de desarrollo para el Reglamento (CE) nº 1083/2006 del Consejo, por el que se establecen las disposiciones generales relativas al Fondo Europeo de Desarrollo Regional, al Fondo Social Europeo y al Fondo de Cohesión
- Pautas e instrucciones de las redes de comunicación relacionadas con los Fondos Estructurales: GERIP, GRECO-AGE y GRECOM-GV
- Reglamento interno del Grupo de Responsables de Comunicación de la Generalitat Valenciana (GRECOM – GV) de los Programas Operativos FEDER y FSE de la Comunitat Valenciana para el periodo 2007 - 2013
- Libro Blanco sobre una política europea de comunicación, COM (2006) 35 final
- Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social europeo y al Comité de las Regiones: “Comunicar sobre Europa en asociación”, COM(2007) 568 final

- Informes de ejecución 2007, 2008 y 2009 del Programa Operativo FEDER de la Comunitat Valenciana 2007 – 2013
- Informes de ejecución 2007, 2008 y 2009 del Programa Operativo FSE de la Comunitat Valenciana 2007 – 2013
- Documentos sobre las redes INFORM e INIO

Además de toda esta documentación, se ha procedido a analizar los **indicadores de comunicación** recopilados por los Organismos Intermedios y los Órganos Gestores/Colaboradores. En este sentido, la Guía Metodológica establece siete tipos de actividades para los que se definen los indicadores que permiten medir el grado de ejecución de las medidas de información y publicidad llevadas a cabo en términos de realización y de resultados. Dichos indicadores han sido diseñados homogéneamente para el conjunto de Planes de Comunicación de las diferentes regiones españolas de forma que ofrecen una visión unificada de las actuaciones llevadas a cabo en el territorio nacional. El análisis de los indicadores se desarrolla en el capítulo 3 de “Análisis de la aplicación de las medidas de Información y Publicidad”.

Se definen y analizan, asimismo, una serie de **indicadores de impacto**, que permiten medir los efectos o consecuencias a más largo plazo de las actuaciones de información y publicidad y si estos efectos son atribuibles a dichas intervenciones. Los indicadores de impacto, que se miden tanto a partir de una serie de preguntas formuladas a lo largo de las entrevistas y cuestionarios realizados a los Órganos Gestores, colaboradores y/o beneficiarios como de los grupos de discusión y de la encuesta a la ciudadanía, son analizados en el capítulo 6 del presente documento.

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

- “Grado de conocimiento de las obligaciones existentes en la programación, gestión, seguimiento, control, evaluación e información y publicidad”.
- “Tasa de satisfacción respecto a la información facilitada a dichos colectivos”.
- “Tasa de utilidad de las actuaciones llevadas a cabo”.

De cara al análisis del conocimiento de los Fondos Estructurales por parte de la ciudadanía se ha realizado una encuesta con el fin de contrastar si el público en general está concienciado con el papel que la Unión Europea juega en la mejora de su calidad de vida. El tamaño de la muestra, teniendo en cuenta el principio de proporcionalidad y su pertenencia al Objetivo de Competitividad ha sido de 799 personas, todas ellas mayores de edad. Los resultados de la misma han permitido obtener dos indicadores de impacto adicionales:

- “Grado de conocimiento de los distintos Fondos Estructurales y del Fondo de Cohesión”.
- “Grado de conocimiento del papel desempeñado por la Unión Europea”.

Adicionalmente, se han llevado a cabo **entrevistas, tanto directas como a través de cuestionarios**, a la Autoridad de Gestión, al Organismo Intermedio y a los Órganos Gestores,

colaboradores y beneficiarios del Programa Operativo de FEDER, tanto de la Administración Autonómica como de la Administración General del Estado (AGE) y del Programa Operativo del FSE, pertenecientes a la Generalitat Valenciana.

La información cualitativa obtenida ha permitido conocer las actuaciones y medidas de comunicación llevadas a cabo por dichos organismos, así como el grado de conocimiento, evolución y oportunidades de mejora respecto a la información facilitada para una correcta gestión de la comunicación de los Fondos Europeos, y su cruce con la facilitada por los indicadores ha posibilitado profundizar en los efectos de las acciones de comunicación y en los procesos de su gestión.

Por último, se han organizado **grupos de discusión** con la finalidad de obtener resultados concretos en cuanto a las necesidades o problemas y sus posibles causas y soluciones.

Tal y como proponía la Guía Metodológica, se han desarrollado dos grupos de discusión en torno a los siguientes temas:

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

En los mismos, se ha contado con la participación del Organismo Intermedio regional y de los responsables de Información y Publicidad de una muestra de Órganos gestores, colaboradores y/o beneficiarios de Fondos Europeos. En el caso del grupo de sensibilización y concienciación a la ciudadanía, se amplió asimismo la participación a las personas responsables de los Gabinetes de Comunicación de dichos organismos con el fin de trasladarles la importancia de la comunicación de los Fondos Europeos.

La información recabada por medio de las entrevistas y cuestionarios (tanto a la ciudadanía en general como a los Órganos Gestores, colaboradores y/o beneficiarios de los fondos) así como de los grupos de discusión ha permitido dotar de contenido a los diferentes apartados que estructuran el presente Informe de Evaluación.

### ***1.3. Valoración de la metodología propuesta***

La metodología propuesta por 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” contempla ampliamente los diferentes aspectos relacionados con la Información y Publicidad recogidos en la normativa de los Fondos Europeos con finalidad estructural para el presente periodo de programación. Las pautas establecidas han sido complementadas por instrucciones de las Autoridades de Gestión que han reunido a los equipos evaluadores de los distintos planes regionales, con el fin de coordinar los trabajos de evaluación y facilitar la comparabilidad y agregabilidad de los informes de cara a su presentación a la Comisión Europea.

La combinación de elementos cuantitativos y cualitativos de las distintas herramientas contempladas en el enfoque metodológico ha permitido un análisis completo del grado de avance y cumplimiento del Plan de Comunicación.

Los **indicadores** de realización y resultados definidos para la valoración de las actuaciones de comunicación puestas en marcha por cada uno de los organismos implicados en la gestión de los Fondos Estructurales permiten evaluar cuantitativa y comparativamente las actuaciones llevadas a cabo, siendo adecuados como fuente de información sobre el desarrollo de las acciones y el resultado inmediato generado por las mismas.

En este sentido, las Autoridades de Gestión y los Organismos Intermedios han realizado un gran esfuerzo para, por medio de jornadas, reuniones, instrucciones, etc., garantizar la buena comprensión de los siete tipos de indicadores y facilitar el volcado y tratamiento de los mismos, para lo que se ha creado una aplicación informática de Indicadores de Comunicación a estos efectos.

En definitiva, el análisis del grado de avance de las actividades de I+D por medio de los indicadores de comunicación parece adecuado y entre 2010 y 2013 podrá realizarse de forma más sencilla y sistemática tras la experiencia adquirida en esta primera parte del periodo.

En cuanto a los **indicadores de impacto** relativos a los órganos gestores, colaboradores y/o beneficiarios, los resultados obtenidos resultan de gran utilidad para las Autoridades de Gestión y los Organismos Intermedios en tanto en cuanto permiten identificar el impacto de las acciones desarrolladas y, en su caso, tomar medidas correctoras al respecto.

Los indicadores de impacto obtenidos por medio de la encuesta realizada a la ciudadanía de la Comunitat Valenciana con el fin de contrastar si el público en general está concienciado con el papel que la Unión Europea juega en la mejora de su calidad de vida, aportan una visión más global del impacto de las medidas de información y publicidad desarrolladas. En esta línea, permiten evaluar el cumplimiento de dos de los cuatro objetivos globales del Plan de Comunicación: Dotar de mayor notoriedad y transparencia a las actuaciones de la Unión Europea en la Comunitat Valenciana y trasladar una imagen homogénea y coherente a la ciudadanía, por lo que parecen adecuados para situar el nivel de conocimiento general de la ciudadanía, independientemente de sus causas. La realización periódica de la encuesta permitirá trazar la evolución de dicho conocimiento.

La realización de **entrevistas** a los agentes implicados en la gestión de los Fondos, organismos intermedios, órganos gestores, colaboradores, beneficiarios, etc. ha supuesto una de las principales y más valiosas fuentes de información del proceso de evaluación, especialmente desde el punto de vista cualitativo, siendo destacable el alto grado de colaboración de las personas encuestadas.

Finalmente, los **grupos de discusión** realizados, del mismo modo que las entrevistas personales, podrían considerarse una acción de comunicación en sí misma, al servir de herramienta para incidir en el grado de concienciación de las personas responsables de información y publicidad en los órganos gestores, colaboradores y beneficiarios acerca de la importancia de la comunicación de los fondos.



---

Un aspecto diferenciador de los grupos de discusión fue la participación en los mismos de los responsables de los Gabinetes de Prensa de diferentes organismos de la Generalitat Valenciana, en línea con el objetivo del Plan de Comunicación de lograr una mayor complicidad con los medios de comunicación.

Respecto a la metodología del proceso de evaluación en su conjunto puede concluirse que los medios y técnicas definidos en la Guía Metodológica son adecuados para un seguimiento completo y preciso de la ejecución de los Planes de Comunicación y proporciona los elementos necesarios para la valoración de los aspectos vinculados a la información y la publicidad de las intervenciones de los Fondos Estructurales.

## 2. ANÁLISIS DE LA PROGRAMACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

El objetivo del presente apartado es el de verificar que la estrategia de comunicación desarrollada por la Comunitat Valenciana sea coherente y consistente en sí misma y respecto a la estrategia de comunicación de los Fondos Estructurales de la Unión Europea.

Por otra parte, se analizan dos aspectos adicionales: por un lado, los recursos económicos, humanos y técnicos vinculados con las tareas de comunicación de los Programas Operativos y por otro, la incorporación de la perspectiva de género en la estrategia del Plan de Comunicación.

En lo que respecta a los medios empleados para la aplicación del Plan de Comunicación, de los que se dará cuenta asimismo en el apartado 3.3. del presente informe, se considerará el principio de proporcionalidad, establecido en el artículo 4.3. del Reglamento 1828/2006<sup>2</sup>: En consecuencia, los indicadores de seguimiento de las actuaciones de información y publicidad recopilados por los distintos órganos intermedios y gestores/colaboradores serán analizados asimismo desde la óptica de la proporcionalidad, en función de su participación en los Programas Operativos correspondientes al FEDER y al FSE.

Para todo lo anterior, se ha tenido en cuenta, además del contenido específico del Plan de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER y del FSE, la información en materia de información y publicidad de carácter comunitario, estatal y regional, así como la recabada en el transcurso de las entrevistas con las autoridades de gestión, los organismos intermedios de la Administración General del Estado y la administración regional y los órganos gestores, colaboradores y/o beneficiarios de la Generalitat Valenciana.

### **2.1. Evaluación de la pertinencia del Plan**

Con el análisis de la pertinencia del Plan de Comunicación se pretende determinar la correspondencia de este documento con la estrategia de información y publicidad, así como los objetivos y orientaciones en la materia establecidas por la Unión Europea.

El actual Plan de Comunicación de los Programas Operativos de FEDER y FSE de la Comunitat Valenciana tiene como antecedente el análisis de la información disponible sobre la evaluación del Plan de acciones de información y publicidad del Programa Operativo Integrado de la Comunitat Valenciana (POICV) 2000-2006 y el balance de las mismas.

---

<sup>2</sup> “los medios utilizados para la aplicación, el seguimiento y la evaluación del plan de comunicación serán proporcionales a las medidas de información y publicidad determinadas en el plan de comunicación”.

Así, el Plan recoge que las acciones de información y publicidad del periodo anterior se ejecutaron de conformidad con la normativa comunitaria de aplicación en esta materia y con lo establecido en el capítulo VI del Complemento de Programa del POICV.

No obstante, a pesar de los avances registrados en materia de comunicación tanto externa como interna y de los logros alcanzados por el anterior Plan de información y publicidad el presente Plan de Comunicación incorpora elementos de mejora, y se adapta a las nuevas exigencias reglamentarias del periodo 2007-2013.

En este sentido, el planteamiento de la estrategia contemplada en el presente plan se basa en dos aspectos fundamentales: una planificación coordinada de las acciones de carácter genérico, no directamente vinculadas a la ejecución de los proyectos, que garantice un mensaje coherente y eficaz de los Fondos Europeos a través de los medios adecuados; y un enfoque de sensibilización y comunicación hacia la ciudadanía de la Comunitat Valenciana en su conjunto, además de las actividades diseñadas por los órganos gestores/colaboradores.

El Plan actual nace con la idea de conseguir que un mayor número de destinatarios de las actuaciones de los Programas Operativos sea consciente del origen comunitario de la ayuda que reciben y también conocedor de los sectores o ámbitos de intervención que la Unión potencia.

La estrategia a seguir para alcanzar los objetivos del Plan que se detallan a continuación, presenta una doble línea: Integración y Participación. En lo que respecta a la **Estrategia de Integración**: en la búsqueda de la máxima eficacia, en términos de comunicación, las Autoridades de Gestión y la Dirección General de Economía de la Consellería de Economía, Hacienda y Empleo, como órgano intermedio, deben velar por la promoción de actuaciones que den respuesta a las necesidades globales. Para ello se deben recoger las conclusiones de las evaluaciones de los distintos órganos gestores/colaboradores, diseñar campañas y seleccionar los medios adecuados para trasladar el mensaje al público de toda la Comunitat Valenciana.

La **Estrategia de Participación** prevista persigue la implicación de todos los órganos gestores/colaboradores en el diseño de las acciones del nuevo periodo. Todos los actores que vienen desarrollando acciones de comunicación deben contribuir con sus objetivos y experiencias al establecimiento de las prioridades, con el objeto de reducir los esfuerzos necesarios, optimizar los recursos y aumentar la eficacia del plan.

Estos enfoques complementarios contribuyen a que se haya desarrollado un plan acorde con las necesidades de los destinatarios directos y con la sensibilización de la ciudadanía, involucrando a los gestores de las acciones y analizando los medios y mensajes a emplear, en cada caso, de modo que la estrategia de comunicación resulte pertinente.

En esta misma línea, se estudia en qué medida los objetivos y acciones contemplados en el Plan se ajustan tanto a las necesidades identificadas, que ya se han adelantado, como a las pautas establecidas a nivel comunitario en términos de información y publicidad de los Fondos Estructurales.

Así, como objetivos del Plan se identifican los cuatro siguientes:

- O1 - Dotar de mayor notoriedad y transparencia a las actuaciones de la Unión Europea en la Comunitat Valenciana: objetivo destinado al público en general.
- O2 - Trasladar una imagen homogénea y coherente a la ciudadanía, cuyo destinatario es también el público en general.
- O3 - Implicar en mayor medida a los órganos gestores en las acciones de comunicación de los Programas Operativos: objetivo destinado a los órganos gestores/colaboradores.
- O4 - Incidir de forma más intensa en los medios de comunicación, consiguiendo su complicidad, siendo en este caso éstos los destinatarios de las acciones encaminadas al cumplimiento de este objetivo.

Los destinatarios de cada uno de estos objetivos varían: los dos primeros se dirigen a la ciudadanía en su conjunto, mientras que el tercero va encaminado a la mejora de la eficacia de las acciones, mediante una mayor participación de los gestores en materia de comunicación de sus intervenciones cofinanciadas.

Por último, los medios de comunicación, se han identificado como un colectivo de interés al que dirigir los esfuerzos para dar a conocer los Fondos Estructurales y los logros alcanzados por los mismos, a través del cuarto objetivo del Plan de comunicación.

En relación a las redes de comunicación existentes a nivel europeo en materia de FEDER y FSE, INFORM e INIO, detalladas en el apartado 2.3. de este informe, éstas no establecen una estrategia común de actuación en materia de comunicación de los Fondos Estructurales para el conjunto de los Estados miembros de la Unión Europea.

Dichas redes emiten documentos orientativos en cuanto a la tipología de acciones de comunicación a ejecutar, la aplicación de la información y publicidad de las intervenciones o la recopilación de buenas prácticas, entre otros aspectos, si bien éstos se refieren a las cuestiones prácticas a nivel “técnico” y no a pautas a nivel programático o estratégico.

En el caso de la Comunitat Valenciana, se ha establecido en una estrategia basada en las necesidades de comunicación detectadas en base a la experiencia del anterior período de programación, con dos ejes fundamentales: la integración y la participación y tres categorías de público destinatario: destinatarios internos, externos (incluyendo los medios de comunicación social) y el público en general. Dichos ejes y públicos determinan las acciones de comunicación a desarrollar, así como el enfoque de las mismas, los cuales se consideran pertinentes para el cumplimiento de los objetivos previstos.

En esta línea, para el presente análisis pueden aplicarse a modo de referencia las pautas establecidas por la Comisión Europea para comunicar sus actuaciones en general.

Así, preocupada por reducir la brecha que separa a la ciudadanía y a la Unión Europea (UE), propone en su Comunicación “Comunicar sobre Europa en asociación” varias acciones que permitan informar mejor y escuchar a las ciudadanas y ciudadanos europeos. Estas acciones están en consonancia con el Libro Blanco sobre una política de comunicación europea, de febrero de 2006. Dicha Comunicación cuenta con los siguientes objetivos:

Una comunicación coherente e integrada: Las actividades y los servicios de comunicación de la Comisión Europea están muy diversificados; lo mismo ocurre con las herramientas de comunicación. A fin de lograr una coherencia en el mensaje a transmitir sobre la acción europea por todas las partes interesadas, resulta necesario integrar y explotar convenientemente el conjunto de las actividades de comunicación.

Implicar a la ciudadanía: La Comisión fomenta la ciudadanía europea activa, ayudando a los Estados miembros que lo deseen a hablar de Europa en los centros escolares, a través de diversas medidas. El acceso de la sociedad civil a la Comisión mejorará gracias a la designación de un punto de contacto específico en cada uno de sus servicios. Esto se extrapola en el caso de la política de cohesión a las autoridades de gestión y organismos intermedios de los fondos estructurales.

Crear una esfera pública europea: Con el fin de suscitar un debate que atraviese las fronteras nacionales, es necesario implicar en el proceso de comunicación a los actores políticos, así como a los medios de comunicación y los servicios de información, siendo también éste uno de los principales objetivos del Plan de Comunicación objeto de evaluación. La Comisión desea garantizar una cobertura más amplia de los asuntos europeos en las cadenas audiovisuales existentes y que se escuche y se comprenda a la opinión pública europea. Para ello, la Comisión quiere reforzar el “Eurobarómetro” por medio de un mayor uso de herramientas de encuestas cualitativas e innovadoras y de sondeos que tengan por objeto valorar los efectos de la comunicación.

Reforzar el enfoque de asociación: La comunicación no debe ser «un asunto de Bruselas». Por ello, la Comisión quiere colaborar con los Estados miembros, reforzando las asociaciones de gestión con aquellos que lo deseen. Estas asociaciones de gestión se basan en planes de comunicación comunes permitiendo adaptar la comunicación a las circunstancias locales y a los temas de interés nacional, sin que se difunda el mismo mensaje, sino que se informe de manera coordinada y adaptada al interlocutor.

Si se analiza la correlación existente entre los objetivos anteriormente expuestos y los marcados por el Plan de Comunicación de los Programas Operativos FEDER y FSE de la Comunitat Valenciana, con el fin de identificar la correspondencia de la estrategia de comunicación de la Comunitat Valenciana, pueden realizarse las siguientes afirmaciones:

- Cada uno de los objetivos del Plan de Comunicación de los Programas Operativos FEDER y FSE contribuye a la consecución de al menos uno de los objetivos de la Comisión y todas las acciones definidas en el mismo contribuyen al alcance de los objetivos marcados por la Comisión Europea. Ambos aspectos muestran la coherencia entre el Plan de Comunicación de la Comunitat Valenciana y los objetivos de comunicación de la Comisión Europea.

- En efecto, el objetivo de “Trasladar una imagen homogénea y coherente a la ciudadanía” de la Comunitat Valenciana está en línea con el objetivo de garantizar una “comunicación coherente e integrada” de la Comisión Europea.
- El objetivo de la Comisión de implicar a la ciudadanía podrá lograrse mediante las acciones definidas en el Plan de Comunicación y destinadas al público en general (jornadas y seminarios, creación de la marca, materiales gráficos, merchandising, día de Europa, etc.). Conviene subrayar, en relación a la importancia otorgada por la Comisión Europea al ámbito escolar, la organización del día de Europa de 2009 en la Comunitat Valenciana, destinada al público escolar.
- En cuanto a la creación de una esfera pública europea, se establece la implicación de los medios de comunicación como una de las vías para lograr dicho objetivo, coincidiendo con uno de los objetivos identificados en el Plan de Comunicación de la Comunitat Valenciana, el de “incidir de forma más intensa en los medios de comunicación, consiguiendo su complicidad”.
- Por último, se encuentra el objetivo de reforzar el enfoque de asociación. Éste es potenciado por la creación de redes de comunicación a nivel autonómico, nacional y europeo. En este sentido, cabe destacar que las redes de comunicación establecidas en el marco de dicho Plan de Comunicación contribuyen a fortalecer esta asociación.

En conclusión, a efectos de coherencia externa y pertinencia, puede afirmarse que la estrategia del Plan de Comunicación de los PO de la Comunitat Valenciana se encuentra alineada con la estrategia de comunicación impulsada desde la Unión Europea y es pertinente para dar respuesta a las necesidades a través de los objetivos y acciones que plantea.

## **2.2. Análisis de la validez y consistencia interna del Plan**

Se entiende la coherencia y consistencia como la presencia de una armonía o relación lógica de una cosa con otra, de forma que no haya contradicciones entre ellas.

Para el análisis de la consistencia interna se parte de los objetivos definidos en el Plan de Comunicación de los PO FEDER – FSE de la Comunitat Valenciana 2007 – 2013, previamente expuestos.

Si se analiza la capacidad de dichos objetivos, relacionados con el FEDER y el FSE, de incidir sobre el resto, bien por su influencia bien por su sensibilidad, se aprecia que los dos primeros objetivos (O1 y O2) se influyen mutuamente, dado que se dirigen al mismo público objetivo: la ciudadanía; mientras que el O4 tiene capacidad de influencia sobre el O1 y el O2 y el OE3 influye sobre los otros tres.

En cuanto al grado en que cada uno de los objetivos es sensible a la intervención del resto, destacan asimismo el O1 y O2, que son sensibles a los otros tres objetivos, respectivamente. En este sentido, puede afirmarse que tanto el grado de notoriedad y transparencia de las actuaciones de la UE, como la consecución de una imagen homogénea y transparente tienen

que ver con una mayor implicación de los órganos gestores/colaboradores en las acciones de comunicación de los programas.

Por otra parte, los objetivos O3 y O4, dirigidos a implicar en mayor medida a los órganos gestores/colaboradores en las acciones de comunicación de los Programas Operativos y a incidir de forma más intensa en los medios de comunicación, consiguiendo su complicidad, influyen de forma significativa en el resto, mientras que se ven menos influenciados por ellos, de modo que presentan una alta capacidad de arrastre para la consecución de los otros dos objetivos: O1 y O2.

En este sentido, puede afirmarse que la estrategia contemplada en el Plan de Comunicación es sólida, presentando una dualidad en cuanto a objetivos: dos influyentes (O3 y O4), en los que se habrán de concentrar los esfuerzos y recursos, frente a dos sensibles (O1 y O2), a los que se podrá dar cumplimiento por influencia de los otros dos. Los objetivos O3 y O4 son, por otra parte, sobre los que la Generalitat Valenciana y sus órganos gestores, colaboradores y/o beneficiarios tienen un mayor grado de influencia por medio de sus acciones directas.

En este contexto, en el Plan de Comunicación se han definido una serie de acciones de comunicación encaminadas a la consecución de los diferentes objetivos definidos.

Se ha observado cómo todas las medidas de comunicación diseñadas permiten el cumplimiento de, al menos, uno de los objetivos definidos para el Plan de Comunicación, llegando algunas incluso a incidir en el cumplimiento de los 4 objetivos identificados como prioritarios, como es el caso de las jornadas, seminarios, conferencias, etc., publicaciones y la presencia en ferias.

La práctica totalidad de las acciones de comunicación identificadas en el Plan de Comunicación son consistentes con el objetivo O1 de dotar de mayor notoriedad y transparencia a las actuaciones de la Unión Europea e incluso con el objetivo O2 de favorecer una imagen homogénea y coherente a la ciudadanía, que son los que se han identificado como objetivos más sensibles. Independientemente del destinatario final de dichas acciones, todas ellas están diseñadas con el fin de mejorar la imagen y la homogeneidad de la aplicación de los Fondos Europeos.

Los objetivos O3 y O4, más concretos y enfocados hacia destinatarios específicos (órganos gestores/colaboradores y medios de comunicación), se apoyan en un menor número de acciones, si bien el número de acciones que pueden contribuir a su cumplimiento es elevado. Como se ha comentado anteriormente, el cumplimiento de los objetivos O3 y O4 favorecerá a su vez el alcance de los objetivos más prioritarios del Plan (los objetivos O1 y O2).

Con todo ello, se puede afirmar que la realización de las diferentes acciones identificadas en el Plan de Comunicación de los Programas Operativos FEDER y FSE de la Comunitat Valenciana, son consistentes con la finalidad del Plan en sí mismo, establecida a través de sus cuatro objetivos.

### ***2.3. Adecuación de la dotación de los medios económicos, humanos y técnicos asignados a las tareas de comunicación***

Con el fin de favorecer la correcta aplicación de las normas y actuaciones recogidas en el Plan de Comunicación se han designado personas con responsabilidades específicas en la materia en el seno de las Autoridades de Gestión, los Organismos Intermedios y los Órganos Gestores, Colaboradores y/o Beneficiarios.

De acuerdo con la información recopilada en las entrevistas, puede afirmarse que al menos existe, en cada organismo, una persona responsable en materia de información y publicidad de sus intervenciones en el marco de los Programas Operativos, en algunos casos, existen dos o incluso tres personas que comparten dicha responsabilidad.

La ejecución de las acciones de comunicación de carácter interno o con un enfoque informativo es realizada por estas personas, con apoyo del resto de técnicos de su área; si se trata de acciones con enfoque divulgativo puede contarse con el apoyo de una empresa externa especializada.

En cada una de las Autoridades de gestión de FEDER y FSE se ha designado una persona responsable de comunicación que dedica una alta proporción de su tiempo a estas tareas, apoyada por dos personas a tiempo parcial, en el caso de la Dirección General de Fondos Comunitarios.

En el caso de los organismos intermedios de ámbito estatal existe una persona responsable de las acciones conjuntas de la entidad y otra en cada una de las delegaciones u oficinas territoriales.

Por otra parte, el Organismo intermedio regional cuenta con una persona responsable de comunicación del FEDER y otra del FSE que coordinan la gestión de la comunicación de Fondos Europeos de los organismos de la Generalitat Valenciana, disponiendo desde el presente periodo de programación, de una persona responsable en materia de Información y Publicidad.

En esta primera parte del periodo, en la que las actividades en materia de información y publicidad adquieren gran importancia, destaca el avance identificado en la sensibilización y concienciación acerca de la relevancia del cumplimiento de las obligaciones en materia de comunicación por parte de las autoridades de gestión, los organismos intermedios e incluso los organismos gestores, colaboradores y/o beneficiarios de la Generalitat Valenciana. La actual dotación de recursos y su creciente grado de implicación se consideran apropiados para el correcto desarrollo del Plan de Comunicación.

Las personas responsables de comunicación se reúnen regularmente para tratar los aspectos relacionados con la información y publicidad en torno a redes y grupos de trabajo.

Así, si a nivel europeo, se han constituido las redes INFORM e INIO, a nivel nacional, se ha creado el Grupo Español de Responsables en materia de Información y Publicidad (GERIP), en el que participan los responsables en materia de Información y Publicidad de los Programas



Operativos, además de las autoridades de gestión del FEDER y del FSE, a través de las personas responsables en materia de información y publicidad.

El GERIP coordina la puesta en marcha, organización y programación de todos los Planes de Comunicación, constituyendo una plataforma de intercambio de ideas e información, en la que se establecen pautas comunes de actuación y se plantean medidas conjuntas a emprender en materia de información y publicidad de los Fondos Estructurales.

Por otra parte, también se ha constituido el Grupo de Responsables de Comunicación de los Organismos de la Administración General de Estado (GRECO-AGE), en el que participan además de los organismos intermedios del tramo estatal de los Programas Operativos de FEDER, todas las Entidades Locales que reciben financiación a través del FEDER o del Fondo de Cohesión en el tramo nacional.

A nivel autonómico, se ha procedido a la creación de un Grupo de Responsables de Comunicación de la Generalitat Valenciana (GRECOM – GV), del que forman parte todos los órganos gestores, colaboradores y/o beneficiarios de los dos programas operativos, cuya finalidad es la coordinación de todos los aspectos relacionados con el Plan de Comunicación con vistas a propiciar la mejor ejecución del mismo, facilitando la información y fomentando la participación y cooperación de los órganos gestores/colaboradores en relación a las actividades de información y publicidad. Además, muchos de los miembros del GRECOM contribuyeron a la elaboración del Plan de Comunicación, lo cual influye positivamente en el cumplimiento del mismo.

En el seno de dichas redes de comunicación se realizan reuniones periódicas de cara a marcar las pautas en materia de seguimiento y evaluación de las acciones de información y publicidad relativas a las actuaciones cofinanciadas con Fondos Estructurales. Mientras que el objetivo último consiste en lograr una mayor visibilidad de los Fondos, unido a una mayor concienciación de la ciudadanía acerca del papel que Europa juega en la mejora de su calidad de vida, los objetivos específicos de las mismas son el intercambio de experiencias y la unificación de criterios.

Estos aspectos son percibidos como muy útiles por parte de los órganos gestores/colaboradores. En efecto, desde la creación de las mismas se identifica una involucración mucho mayor de los organismos implicados en la gestión de los fondos. Asimismo, su creación ha sido fundamental para reforzar la comunicación interna, ya no sólo por medio de las reuniones sino también de los mailings, intercambios de información a través del correo electrónico, etc.

En lo que respecta a **los recursos técnicos**, destaca la aplicación informática que se ha desarrollado con carácter provisional, para el volcado de los indicadores de comunicación, denominada INFOCO, que ha estado disponible para los organismos intermedios desde el 21 de septiembre de 2009. En la actualidad, las autoridades de gestión, están en fase de desarrollo del módulo de indicadores de comunicación dentro de sus herramientas informáticas de gestión Fondos 2007 y FSE 2007.

En cuanto a la **asignación de los recursos económicos destinados al Plan de Comunicación y la adecuación** de los mismos, se destaca el hecho de que van a ser revisados con el fin de determinar su importe total, sea o no objeto de cofinanciación, así como establecer una metodología adecuada de imputación del gasto entre todos los intervinientes en la puesta en práctica del Plan de Comunicación.

#### ***2.4. Consideración del principio de igualdad de oportunidades en la estrategia de comunicación***

La igualdad entre mujeres y hombres y la no discriminación se ha constituido como un principio horizontal requerido por la Comunidad Europea, que debe ser respetado en las diferentes etapas de planificación y gestión de los Fondos comunitarios y así ha quedado recogido en el artículo 16 del Reglamento (CE) N° 1083/2006 en el que se especifica que: “Los Estados miembros y la Comisión velarán por promover la igualdad entre hombres y mujeres y la integración de las cuestiones de género en las diferentes etapas de la ejecución de los Fondos”.

En lo que se refiere al diagnóstico y la programación, la incorporación se efectúa a través de un análisis de contexto y una evaluación previa que permita analizar las posibles diferencias que pueda tener el impacto de las acciones programadas sobre las mujeres y sobre los hombres.

El Plan de Comunicación de los Programas Operativos de FEDER y FSE contempla entre sus acciones de comunicación actividades tanto de carácter transversal como específico que reflejan la perspectiva de género. En este sentido, incluye jornadas de carácter temático dirigidas al fomento de la igualdad entre hombres y mujeres (en el caso del FSE) y a los principios horizontales entre hombres y mujeres (en el caso de FEDER).

Los contenidos de dicho Plan emplean en su mayor parte una redacción inclusiva y respetuosa con las recomendaciones del lenguaje no sexista:

- uso de genéricos, si bien se destaca la utilización del sustantivo “ciudadanos”, que se recomienda sustituir por el neutro “ciudadanía”, y de otros términos tales como “usuarios o beneficiarios”, que se recomienda poner en sus acepciones masculina y femenina “usuarios/as o beneficiarios/as” o bien en el segundo caso, referirse a la tipologías concreta: entidades beneficiarias, organismos beneficiarios o empresas beneficiarias.
- en general, empleo de un lenguaje claro que no recurre al uso de estereotipos.

Por último, la Guía Metodológica tiene en cuenta el principio transversal de la igualdad de género en el lenguaje que emplea y en la transmisión de mensajes neutros y no discriminatorios.

### 3. ANÁLISIS DE LA APLICACIÓN DE LAS MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD

El Plan de Comunicación de los Programas Operativos FEDER y FSE de la Comunitat Valenciana 2007-2013 prevé una serie de acciones de comunicación para los distintos públicos destinatarios, que deben ser llevadas a cabo en cuatro fases diferenciadas. La mayor parte de ellas tienen una ejecución continuada en el tiempo, mientras que para algunas se establece un plazo determinado de realización.

El presente apartado analiza las actividades realizadas a lo largo del periodo de enero de 2007 a marzo de 2010. Para este periodo de programación, se ha establecido que la totalidad de las actuaciones de Información y Publicidad desarrolladas por los diferentes organismos intermedios, gestores, colaboradores y/o beneficiarios deben ser volcados en la herramienta de recogida de indicadores de comunicación. El primer subepígrafe recoge el avance en la ejecución y volcado de estos indicadores para cada uno de los organismos.

Se establece asimismo que las actividades de I+P desarrolladas en cada uno de los ejercicios del periodo sean incluidas en los informes anuales de seguimiento. El segundo subepígrafe, 3.2., repasa el contenido de los informes de 2007, 2008 y 2009 en cuanto a la ejecución de las medidas de Información y Publicidad.

Por último, se analiza la repercusión de los sistemas de seguimiento en la calidad de la ejecución de las medidas en cuanto a aspectos como las personas u organismos responsables de comunicación, la elaboración de un Manual de Comunicación, la creación de redes a nivel regional, nacional y europeo, etc.

#### 3.1. *Avances en la ejecución de las medidas*

El periodo que abarca esta evaluación cubre prácticamente dos de las fases del Plan (2007-2008 y 2009-2010) en las que han sido realizadas gran parte de las acciones definidas en el Plan de Comunicación.

Como se ha comentado anteriormente, el medio definido en la Guía Metodológica para medir de forma objetiva, homogénea y cuantitativa el grado de avance en la ejecución de las actuaciones de I+P definidas, son los **indicadores de comunicación**. Dichos indicadores, que se clasifican en dos tipos: de realización y de resultados, en función de si se orientan a medir la ejecución física o bien su repercusión a corto plazo, recogen las actuaciones llevadas a cabo en esta primera parte del periodo de programación por las Autoridades de Gestión, Organismos Intermedios y Órganos Gestores, colaboradores y/o beneficiarios.

Las actividades de información y publicidad se desglosan en siete tipos diferentes que se recopilan y vuelcan en la aplicación informática diseñada al efecto por parte de las Autoridades de Gestión.

Los tipos de actividades definidas son las siguientes:

1. Actividades y actos públicos
2. Difusión en medios de comunicación
3. Publicaciones realizadas
4. Información a través de páginas web
5. Información a través de cualquier tipo de cartelería
6. Instrucciones emitidas hacia los participantes en los Programas Operativos
7. Redes de información y publicidad

En el Plan de Comunicación aparecen cuantificadas las previsiones para 2013 en lo que respecta a los indicadores de realización y resultados. En vista de las grandes desviaciones fruto del gran volumen de actuaciones registradas entre el 1 de enero de 2007 y el 31 de diciembre 2009, se ha procedido a redimensionar dichos indicadores, llegando a duplicarse o incluso triplicarse los objetivos inicialmente planteados para los indicadores de Actividades y actos públicos, difusión en los medios de comunicación, publicaciones realizadas, instrucciones emitidas hacia los participantes en los Programas Operativos y Redes de Información y Publicidad.

El Plan de Comunicación realiza también una estimación presupuestaria para su ejecución. Se debe indicar que actualmente se está debatiendo, en las redes correspondientes, la metodología de volcado del montante destinado a la comunicación, una vez que el volcado de la información se realice de forma homogénea, se revisará, en su caso, el importe destinado al Plan de Comunicación, en el próximo Comité de Seguimiento. En consecuencia, este proceso de revisión aconseja no realizar de momento ninguna valoración del montante reflejado en el Plan, hasta que no se garantice la homogeneidad en la imputación entre los organismos implicados en los diferentes Planes de Comunicación.

Por todo ello, el foco a la hora de extraer conclusiones de este análisis se pone en el número y la naturaleza de las acciones realizadas.

En la tabla siguiente, se recoge, desde el 1 de enero de 2007 hasta el primer trimestre de 2010, la programación y el número y grado de avance de los indicadores de seguimiento y evaluación en el marco del Plan de Comunicación de los Programas Operativos FEDER y FSE de la Comunitat Valenciana.

**Tabla 1: INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN  
PLAN DE COMUNICACIÓN DE LA COMUNITAT VALENCIANA**

Tipo Act.	Indicador realización	Progr.	Ejec.	%	Indicador Resultado	Progr.	Ejec.	%	Montante estimado
1	Nº actividades y actos públicos	660	560	84,80%	Nº de asistentes	80.000	484.341	605,40%	4.331.809
2	Nº de acciones de difusión	1.000	1.573	157,30%					1.314.031
3	Nº de publicaciones externas realizadas	220	262	119,10%	% publicaciones distribuidas / editadas	100%	95,80%		1.641.848
					Nº puntos de distribución	154	103	66,90%	
4	Nº de páginas Web	3	3	100%	Nº de Visitas	180.000	80.434	44,70%	226.650
5	Nº de soportes publicitarios	710	582	82%					788.335
6	Nº de documentación interna distribuida	230	175	76,10%	% de organismos cubiertos	100%	98%		15.286
7	Nº de redes de información y publicidad	5	5	100%	Nº reuniones	86	43	50%	197.320
					Nº asistentes	135	125	92,40%	

*Datos extraídos de la aplicación informática de "Indicadores de Comunicación" del Ministerio de Economía y Hacienda para la Comunitat Valenciana.*

En términos globales, puede observarse en la tabla anterior, que el grado de ejecución de las previsiones a alcanzar en 2013 es muy avanzado superando o próximo al 100% en muchos casos. En algunos casos, se identifica un problema de volcado que repercute en el elevado volumen de indicadores recogidos por lo que, tanto los resultados obtenidos como la metodología de volcado, están siendo revisados.

A continuación, se presenta un análisis detallado, indicador por indicador, del volumen y resultado de las acciones de Información y Publicidad llevadas a cabo entre 2007, con la puesta en marcha de los Programas Operativos, y el primer trimestre de 2010 por los diferentes organismos implicados en la gestión de Fondos Europeos. Los datos cuantitativos obtenidos por medio de los indicadores se completan con la información cualitativa recogida por medio de las entrevistas, las encuestas, la información facilitada al equipo evaluador y los grupos de discusión desarrollados en el proceso de evaluación.

El primer tipo de indicador, **actividades y actos públicos** contempla el número de eventos realizados (indicador de realización) y el número de asistentes a los mismos (indicador de resultados). En este periodo se han realizado 560 actos, lo que supone un 85% del número de actividades y actos públicos previstos. En estos actos se ha informado de las actuaciones cofinanciadas o bien de la importancia de la acción de la UE en el desarrollo socioeconómico de la región. A su vez, estas actividades y actos públicos han tenido como destinatarios, tanto a personas/empresas beneficiarias potenciales o efectivas como a colectivos profesionales y ciudadanía en general.

En cuanto al número de asistentes, se ha superado lo esperado en un 505%, de los 80.000 asistentes previstos hasta 2013. Conviene destacar que el 88% del número total de asistentes registrados (429.917) proviene de actos y actividades de la Agencia Valenciana de Turismo.

Esto se debe a la participación en diversas ferias con gran afluencia de público: FITUR en España, ITB en Alemania, Vakantiebeurs en Holanda, World Travel Market en Reino Unido, etc., lo que favorece en gran medida el grado de visibilidad de sus actuaciones cofinanciadas. En vista de las desviaciones, se está revisando el método de medida que está siendo utilizado por los diferentes organismos gestores/colaboradores para contabilizar el número de asistentes a los actos públicos de forma más homogénea y adaptada a la naturaleza del indicador.

Entre los actos realizados, destacan por su relevancia, los organizados por la Autoridad de Gestión para la **presentación de los Programas Operativos FEDER y de FSE**. El acto de presentación de los Programas Operativos del FEDER, celebrado el 22 de diciembre de 2007, fue presidido por la entonces Comisaria Europea de Política Regional, D<sup>a</sup>. Danuta Hubner y por el Secretario de Estado de Hacienda, D. Carlos Ocaña y contó con la representación de los organismos responsables de la gestión del FEDER en todas las Comunidades y Ciudades Autónomas. El acto de presentación de los Programas Operativos del FSE tuvo lugar el 27 de noviembre de 2007, estando presidido por el Ministro de Trabajo y Asuntos Sociales y contó con la representación de la Comisión Europea, los Organismos Intermedios de los Programas Operativos Plurirregionales, representantes de las Comunidades y Ciudades Autónomas y otros Organismos.

Por su parte, el Organismo intermedio regional también ha organizado por su parte sendos actos de presentación de los Programas Operativos del FEDER y del FSE de la Comunidad Valenciana.

Desde la Dirección General de Fondos Comunitarios del Ministerio de Economía y Hacienda, en su papel como Autoridad de Gestión del Programa Operativo del FEDER, se han llevado a cabo más de 100 actividades y actos relacionados principalmente con la puesta en marcha de los Programas Operativos y la necesidad asociada de información y formación a los agentes implicados en su gestión y a su necesaria participación y representación en Europa y en las diferentes Comunidades Autónomas.

Adicionalmente, tanto las Autoridades de Gestión como la Dirección General de Economía de la Generalitat Valenciana, como Organismo Intermedio regional, han celebrado anualmente el **Día de Europa** con el correspondiente izamiento de la bandera de la Unión Europea, en eventos enfocados a diferentes públicos objetivos en función del año: entorno escolar y órganos gestores/colaboradores de los Fondos Europeos, entre otros.

De la **Administración General del Estado**, organismos como ADIF, el Ministerio de Política Territorial o la Dirección General de Pequeña y Mediana Empresa, del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, han sido activos en la promoción de los Fondos Europeos por medio de actividades y actos públicos con un número asociado de asistentes superior a las 5.000 personas.

Por parte de los órganos gestores/colaboradores de la **Generalitat Valenciana** se ha identificado un gran esfuerzo en la organización y participación en jornadas, ferias, seminarios sectoriales, etc. En este sentido, destaca, como ya se ha comentado, la Agencia Valenciana de Turismo (AVT) por su organización y participación en actos públicos, especialmente ferias, con un gran volumen de asistentes asociados. Cabe mencionar asimismo, el *bus interactiu* por

parte de la Dirección General de Modernización, u otras actividades como por ejemplo, la Feria “Educaemplea” o “Formaempleo” (SERVEF), las jornadas sobre eficiencia energética (Agencia Valenciana de la Energía), las actividades del día de la persona emprendedora con la colaboración de diversos organismos de la Generalitat Valenciana, los cursos de formación de igualdad de oportunidades de la Dirección General de la Mujer, etc.

Algunos organismos se encuentran en la fase de inicio de sus actuaciones cofinanciadas (Confederación Hidrográfica del Júcar, la Conselleria de Medio Ambiente, etc.) por lo que se espera que intensifiquen la realización de actividades y actos públicos (presentación de logros y resultados, inauguraciones, etc.) a lo largo de la segunda parte del periodo de programación una vez ya superadas las actuaciones relacionadas con el correcto lanzamiento de los Programas Operativos, más intensivas en la fase objeto de evaluación.

En cuanto a la **difusión en medios de comunicación**, se mide la realización de esta actividad por medio del número de acciones de difusión que los diferentes organismos implicados en la gestión de Fondos Europeos han llevado a cabo en los medios de comunicación. A 31 de marzo de 2010 ya se ha superado en más de un 57% el objetivo marcado para este indicador de realización. En vista de las desviaciones observadas, se está realizando una revisión de los indicadores introducidos con el fin de comprobar y garantizar la calidad de volcado de los indicadores por parte de los diferentes organismos.

Tanto por parte de los Organismos Intermedios como de los Órganos Gestores/Colaboradores, se han realizado actividades de difusión dirigidas al conjunto de la ciudadanía. Para ello, se ha recurrido a diferentes medios de comunicación: televisión, radio, prensa, Internet, etc., siendo el recurso más utilizado la emisión de notas de prensa acerca de los programas cofinanciados. En este sentido, destacan, por parte de la Administración General del Estado, el Ministerio de Política Territorial y ACUAMED, con más de 170 y 100 acciones respectivamente y, por parte de la Generalitat Valenciana, la Agencia Valenciana de Turismo, el IVEX, el IMPIVA o la Dirección General de Modernización, con 44, 30, 26 y 25 actuaciones respectivamente.

En algunos casos, se está haciendo uso de recursos más novedosos. Conviene poner de relieve el caso de los ayuntamientos enmarcados en la iniciativa Urbana, que realizan una importante tarea de difusión a nivel local o el caso de ADIF, que dispone de Puntos de Información y Atención al Ciudadano permanentes en las diferentes estaciones de la Comunitat Valenciana en los que queda reflejada la cofinanciación de sus proyectos con Fondos Europeos.

Se identifican también casos en los que, entre 2007 y 2010, se ha incidido en mayor medida en otro tipo de actividades y no tanto en las acciones de difusión (Dirección General de Política Comercial, del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, la Oficina Presupuestaria del Ministerio de Medio Ambiente, la Subdirección General de Incentivos regionales, del Ministerio de Economía y Hacienda o la Dirección General de Política Científica, de la Conselleria de Educación). Como ocurría en el caso de los actos públicos, se prevé que la realización de acciones de difusión por parte de los organismos anteriores se relance en la segunda parte del periodo con el avance o finalización de los proyectos cofinanciados en marcha.

A lo largo de las entrevistas y con el fin de dinamizar este tipo de actuaciones, se ha identificado la posibilidad de fomentar la agrupación de organismos para el desarrollo de acciones de difusión de los Fondos Europeos, especialmente en el caso de aquellos con un volumen pequeño de actuaciones cofinanciadas, con el objeto de incrementar el impacto de las mismas. Asimismo, se propone la búsqueda de ideas y oportunidades de difusión de bajo coste (por medio de las páginas web, boletines electrónicos, etc.) que podrían ser detectadas y compartidas por los diferentes organismos gestores en el seno de las redes de comunicación.

En el caso de los órganos implicados en la gestión de Fondos Europeos de la Generalitat Valenciana, cerca del 50% afirma disponer de algún Gabinete de Prensa por lo que la concienciación de éstos acerca de la importancia de la información y publicidad de Fondos Europeos, en la que se está trabajando, supone una oportunidad de potenciar las acciones de difusión entre 2010 y 2013, velando por la consecución del objetivo del Plan de Comunicación orientado al logro de una mayor complicidad con los medios de comunicación.

En tercer lugar, la actividad de **publicaciones realizadas** contempla el indicador de realización “Número de publicaciones externas realizadas” y dos indicadores de resultados: “el porcentaje de publicaciones distribuidas respecto de las editadas” y el “número de puntos de distribución disponibles”. En esta primera parte del periodo se ha superado el objetivo previsto en cuanto al número de publicaciones editadas (cubierto en un 119,10%) con un total de 262 frente a las 220 programadas. En cuanto a los indicadores de resultados, se ha distribuido el 95,80% de las publicaciones editadas, próximo al 100% planificado, alcanzando ya 103 puntos de distribución de los 154 establecidos como objetivo del periodo 2007-2013.

Los organismos de la Administración General del Estado que destacan por el esfuerzo realizado en cuanto al número de publicaciones editadas son el Consejo Superior de Cámaras de Comercio, Industria y Navegación de España, el Ministerio de Política Territorial y ACUAMED y ADIF. Por el número de puntos de distribución, destaca la Dirección General de Fondos Comunitarios, que por su papel de Autoridad de Gestión da cobertura a todos los territorios del Estado Español.

En el caso de la Generalitat Valenciana, las publicaciones externas más numerosas se dan en el caso del SERVEF, con los boletines semanales o los folletos de oferta de formación y empleo, que cuentan además con un gran número de puntos de distribución y en el caso del IVEX y de la AVT.

El indicador de **información a través de páginas web** recoge el número de páginas web disponibles así como los resultados de las mismas medidos por el número medio de visitas anuales. Se cuenta con tres páginas web, a saber: las de las Autoridades de Gestión de ambos fondos y la de la Dirección General de Economía de la Generalitat Valenciana como Organismo Intermedio regional. Dichas páginas web se encuentran en continua actualización y su uso como instrumentos de canalización de la información de los Fondos Europeos va en aumento. En ella se encuentran todos los documentos e información disponibles en relación con la gestión de los fondos así como enlaces con páginas de la Unión Europea y del resto de organismos relacionados con la gestión de Fondos Europeos (Autoridades de Gestión, Organismos Intermedios, Órganos Gestores/Colaboradores, etc.).



Al analizar el número de visitantes anuales de éstas, 80.434 visitas anuales de media, cabe mencionar que en el momento de programación del valor objetivo no se tuvo en cuenta por la Generalitat Valenciana que la cuantificación que debía preverse era una media anual, por ello el resultado que se muestra en la ejecución alcanza únicamente un 44% del estimado en el Plan de Comunicación.

La **información a través de cualquier tipo de cartelería** está medida mediante el número de soportes publicitarios, vallas, placas, carteles y otros soportes que permiten dar visibilidad a las actuaciones cofinanciadas. A 31 de marzo de 2010, se ha utilizado un total de 582 soportes de los 710 previstos, por lo que el indicador está cubierto al 82%, habiendo transcurrido únicamente la mitad del periodo del Plan de Comunicación, por lo que es previsible que para 2013, se supere el objetivo fijado. Este tipo de actividad supone uno de los medios más eficaces para garantizar el conocimiento de los beneficiarios y la ciudadanía acerca de la cofinanciación de programas y actuaciones con fondos europeos, por su contribución a una mayor visibilidad de los proyectos de infraestructuras, cursos de formación o bienes y equipamientos cofinanciados.

Los soportes utilizados por la Agencia Valenciana de Turismo (AVT), en relación con la señalización turística, suponen más de un 53% del total de cartelería de los organismos de la Comunitat Valenciana. Llama la atención el gran número de formatos utilizados como soportes publicitarios: paneles, carteles de cartón-pluma, vinilos en papeleras, proyectores, vídeos, paneles en Braille, etc.

Por parte de la AGE, el Ministerio de Política Territorial, ACUAMED, la Unidad Administradora del Fondo Social Europeo (UAFSE) y el ICEX destacan por el número de soportes publicitarios utilizados.

El sexto tipo de actividad se refiere a las **instrucciones emitidas hacia los participantes en los Programas Operativos** cuyo indicador es la documentación interna distribuida (indicador de realización) y el porcentaje de organismos cubiertos (indicador de resultados). Al finalizar el periodo de evaluación, el objetivo está cubierto en un 76,10%, con una cobertura del 98% de los organismos.

Desde la Dirección General de Fondos Comunitarios se ha emitido cerca de un 50% de la documentación interna distribuida y cuyo fin es el de mejorar la coordinación en el desarrollo de los Planes de Comunicación y la formación e información a los organismos intermedios, gestores, colaboradores y/o beneficiarios acerca de la importancia de las acciones de Información y Publicidad de los Fondos Europeos.

El grado de cobertura de los organismos destinatarios de dicha documentación interna distribuida es, en la práctica totalidad de los organismos de la AGE, del 100%. Únicamente se registran excepciones en el caso de la Dirección General de Política Comercial y de la iniciativa Urbana Alicante, con una cobertura del 2% y del 16% respectivamente, lo que puede deberse a errores de interpretación o introducción de los datos en la herramienta.

Por parte de la Generalitat Valenciana, gran parte de la documentación interna registrada corresponde a la distribuida por la Dirección General de Economía en torno a instrucciones de

comunicación, ponencias, normativa comunitaria, etc. con el fin de mejorar el conocimiento de los organismos gestores en las materias de información y publicidad. Su cobertura es del 100% de los organismos.

Inicialmente, este tipo de indicador no contemplaba las acciones llevadas a cabo por los gestores/colaboradores, luego se abrió a éstos para incluir las instrucciones emitidas hacia sus beneficiarios u otros departamentos gestores. A lo largo de las entrevistas realizadas con los mismos en el proceso de evaluación, se ha transmitido la necesidad de incluir este tipo de indicador, por lo que la mayoría de ellos ya los han volcado, y el resto comenzará a hacerlo a raíz de la realización del informe de evaluación.

Por último, las **redes de Información y Publicidad** contemplan el número de redes existentes así como, de cara a medir sus resultados, el número de reuniones realizadas y el número de asistentes a las mismas. El objetivo inicial en cuanto a número de redes de información y publicidad era de 3 y contemplaba el GERIP, el GRECO-AGE y la red autonómica GRECOM-GV, todas ellas creadas entre 2007 y 2008. A finales de 2010 se ha ampliado a 5 al añadirse las redes europeas INFORM e INIO en las que participan las personas responsables de comunicación de las Autoridades de Gestión de forma permanente y de los organismos regionales pertenecientes a la red GERIP y GRECO-AGE, de forma rotatoria.

En esta primera parte del periodo se han realizado, en el seno de las redes nacionales 43 reuniones a las que han asistido 125 personas. Esto sitúa los objetivos en cuanto a número de reuniones y número de asistentes en un 50% y un 92,40% de cumplimiento respecto a la programación. La evolución registrada a 31 de marzo de 2010 hace prever el cumplimiento de las previsiones al final del periodo.

A la vista del análisis efectuado, puede concluirse que se ha producido un gran avance en el desarrollo de actividades de Información y Publicidad previstas en el Plan de Comunicación 2007-2013, realizándose volumen importante de acciones de entre toda la tipología prevista y pudiendo preverse la plena cobertura de los objetivos fijados en 2013.

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

El reglamento 1828/2006 estipula la obligatoriedad de aportar información periódica sobre la aplicación de los Planes de Comunicación de los Programas Operativos en las reuniones del Comité de Seguimiento, así como en los informes de ejecución de los mismos.

Los informes anuales de ejecución, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 4 apartado 2 y en el artículo 7, apartado 2 letra d) en lo relativo a la publicación de la lista de beneficiarios, del Reglamento (CE) nº 1828/2006, han de contener un capítulo dedicado a presentar los avances en la aplicación de su correspondiente Plan de Comunicación, ofreciendo información sobre:

- Medidas de información y publicidad emprendidas
- Medios de comunicación utilizados
- Disposiciones relativas a la publicación, electrónica o por otros medios, de la lista de beneficiarios, operaciones y fondos públicos asignados a las operaciones
- Grado de ejecución física y financiera de las medidas del Plan (indicadores de seguimiento)
- Contenido de cualquier modificación importante del Plan de Comunicación
- Buenas prácticas identificadas, conforme a los criterios establecidos 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”.

Los Programas Operativos FEDER y FSE realizan anualmente informes de ejecución independientes. Dada la existencia de un único Plan de Comunicación para ambos y la similitud del contenido de dichos informes, se procede a analizar la inclusión de las actividades de Información y Publicidad en los informes anuales de forma conjunta.

En lo que respecta a la información reglamentaria que debe incluirse en los informes de ejecución se observa que los **informes de ejecución de 2007 y 2008** contienen la siguiente información:

- Medidas de información y publicidad emprendidas: las medidas de información y publicidad llevadas a cabo en dichos ejercicios abarcan el grueso del contenido de los informes de evaluación de 2007 y 2008 haciendo especial hincapié en aquellas acciones que reflejan el cumplimiento de lo establecido en el Plan de Comunicación (constitución de las redes de comunicación, actos de presentación de los Programas Operativos, conmemoración del Día de Europa, publicación de la lista de beneficiarios, etc.)
- Medios de comunicación utilizados: los informes de ejecución hacen mención a los siguientes medios de comunicación: la utilización de las páginas web, la promoción de los Programas Operativos mediante la realización de diferentes actos, etc.

- Disposiciones relativas a la publicación, electrónica o por otros medios, de la lista de beneficiarios, operaciones y fondos públicos asignados a las operaciones: se hace referencia a la publicación tanto de la lista de beneficiarios, como del resto de información relevante acerca de los Fondos Europeos en las páginas [www.dgfc.meh.es](http://www.dgfc.meh.es) y [www.mtin.es/uafse](http://www.mtin.es/uafse).
- Grado de ejecución física y financiera de las medidas del Plan (indicadores de seguimiento): dada la no disponibilidad de esta información en el momento de elaboración de los informes de ejecución, la información no está reflejada con este nivel de detalle.
- Contenido de cualquier modificación importante del Plan de Comunicación: se entiende que no ha habido ninguna modificación importante respecto al Plan de Comunicación inicial en el periodo 2007 - 2008.
- Buenas prácticas identificadas: la identificación de buenas prácticas se ha iniciado con posterioridad a dichos informes por lo que no se incluye información en este sentido.

Los informes de ejecución de los años 2007 y 2008 incluyen información descriptiva de las principales actividades que se han llevado a cabo por el Organismo Intermedio y la Autoridad de Gestión.

El **informe de ejecución de 2009** recoge todos los aspectos exigidos reglamentariamente en cuanto a la información a incluir en los informes de ejecución:

- Medidas de información y publicidad emprendidas: se incluyen las acciones puestas en marcha durante el año 2009: actos públicos por parte del Organismo Intermedio, por parte de los Órganos Gestores/Colaboradores, celebración del Día de Europa, Bus *Interactiu*, Ferias "Formaempleo" y "Educa Emplea", Día de la persona emprendedora, etc.
- Medios de comunicación utilizados: el informe de ejecución de 2009 recoge de forma expresa los medios de comunicación utilizados para llevar a cabo las actuaciones de difusión: cuñas de radio, anuncios en prensa, televisión, revistas comarcales, anuncios banner en las páginas web, publicaciones externas, cartelería, etc.
- Disposiciones relativas a la publicación, electrónica o por otros medios, de la lista de beneficiarios, operaciones y fondos públicos asignados a las operaciones: se hace mención específica a la información de conformidad con el artículo 7 del Reglamento (CE) 1828/2006 y a la inclusión de los beneficiarios en una lista pública cuya publicación centralizan las Autoridades de Gestión.
- Grado de ejecución física y financiera de las medidas del Plan (indicadores de seguimiento): el informe incluye una tabla resumen que recoge el estado de los indicadores de Información y Publicidad a 31 de marzo de 2009. Dado que hasta el mes de septiembre de 2009 no estuvo disponible la aplicación para el volcado de indicadores, se recoge información cuantitativa de los indicadores de información y publicidad (en adelante, I+P) de las anualidades 2007, 2008 y 2009.

- Contenido de cualquier modificación importante del Plan de Comunicación: se incluye la información de los indicadores de seguimiento con la correspondiente incorporación de la revisión al alza, consecuencia de las actuaciones hasta ahora realizadas, así como una modificación del presupuesto estimado, que asciende a 7.500.000 euros en lugar de los 5.600.000 euros inicialmente previstos.
- Buenas prácticas identificadas: se incluye el detalle de nueve buenas prácticas identificadas con la consecuente explicación de las razones por las que es considerada buena práctica. Las buenas prácticas identificadas son las siguientes:
  1. El etiquetado identificativo. La serigrafía impresa de serie del logo de la Unión Europea sobre la tapa de los ordenadores portátiles cofinanciados por el FEDER en el ámbito sanitario.
  2. Boletín semanal de ofertas del Servef.
  3. Manual de Comunicación de los Programas Operativos de la Comunitat Valenciana FEDER y FSE 2007 – 2013.
  4. Creación del Grupo de Responsables de Comunicación de la Generalitat Valenciana (GRECOM-GV).
  5. Publicación en la web pública del Portal de Contratación de AENA, todos los anuncios de licitación de los expedientes de contratación que precisan concurrencia, con referencia a aquellos cofinanciados por el FEDER.
  6. Seminarios de información sobre Fondos Comunitarios llevados a cabo por el ADIF.
  7. Realización de encuentros interprovinciales y nacionales a lo largo de toda la geografía española. En particular, el llevado a cabo en Valencia.
  8. Constitución de la red GERIP (Grupo Español de Responsables de Información y Publicidad).
  9. Elaboración de la “Guía Metodológica de seguimiento y evaluación de los Planes de Comunicación de los Programas Operativos FEDER, Fondo de Cohesión y FSE 2007 – 2013”.

Así pues, se observa una mejora significativa en el informe de ejecución de 2009 respecto a los ejercicios anteriores, recogiendo este último la totalidad de la información exigida reglamentariamente de forma completa y exhaustiva.

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

El sistema de seguimiento de las medidas de los Planes de Comunicación está orientado a cumplir con lo establecido en el artículo 4 del Reglamento (CE) nº 1828/2006, garantizando que se dispone de la información necesaria para atender a los requerimientos de la normativa comunitaria. La evaluación de la calidad en la ejecución de las medidas deberá permitir identificar factores de éxito u obstáculos y mejorar así la aplicación y seguimiento de los Programas Operativos.

Con esta finalidad, se realiza un análisis de diferentes aspectos relacionados con los sistemas de seguimiento de los Programas Operativos relacionados con la información y la publicidad. En primer lugar, se analiza la **existencia de instrucciones a los órganos encargados de la gestión y ejecución de las actuaciones en materia de gestión, seguimiento, control, evaluación e información y publicidad**. En base a los requerimientos reglamentarios, desde el principio del periodo, se han emitido instrucciones concretas y prácticas que facilitan la aplicación e interpretación de las obligaciones que los organismos gestores, colaboradores y/o beneficiarios adquieren al ser partícipes de una actuación cofinanciada con Fondos Europeos.

Las Autoridades de Gestión- Dirección General de Fondos Comunitarios del Ministerio de Economía y Hacienda y Unidad Administradora del Fondo Social Europeo (UAFSE)- y el Organismo Intermedio regional- la Dirección General de Economía de la Consellería de Economía, Hacienda y Empleo- que asumen las responsabilidades en la materia, han organizado diversas sesiones formativas con las personas implicadas en la gestión de los Fondos Europeos en lo que respecta a los procesos de Gestión, Control, Evaluación y Comunicación. Estas sesiones se han identificado como uno de los medios más eficientes para la transmisión de instrucciones de gestión y ejecución.

En el caso de los aspectos de Información y Publicidad y con el fin de facilitar dicha comunicación y clarificar los aspectos de I+P a los órganos gestores, colaboradores y/o beneficiarios, se han emitido instrucciones puntuales hasta que se produjo la sistematización de los procedimientos así como con ocasión de la elaboración de los informes anuales de ejecución o con información aclaratoria acerca de aspectos relacionados con la descripción y volcado de los indicadores de comunicación. Estas iniciativas han permitido agilizar el cumplimiento de las exigencias reglamentarias a través de pautas de actuación centralizadas y homogéneas.

Para la transmisión de dichas instrucciones se han utilizado medios electrónicos, así como las reuniones periódicas celebradas en el seno de las redes de comunicación como el GERIP, el GRECO-AGE y el GRECOM-GV. En este caso, es frecuente el envío de correos electrónicos con anterioridad a la celebración de las reuniones con la documentación e información más relevante a tratar en las mismas. Asimismo, por parte de las personas responsables en materia de I+P tanto de las Autoridades de Gestión del FEDER y del FSE como de los Organismos Intermedios, se han aprovechado las reuniones realizadas con los órganos gestores, colaboradores y/o beneficiarios enfocadas a temas de gestión, control o evaluación para hacer aportaciones, aclaraciones o matices a las instrucciones relacionadas con la Información y la

Publicidad, lo que ha contribuido a facilitar la comprensión de los requerimientos y a compartir las inquietudes entre todas las personas participantes de la gestión y seguimiento de las intervenciones cofinanciadas por los Fondos Estructurales.

Otro de los medios utilizados para trasladar dichas instrucciones a los beneficiarios es a través de manuales específicos de gestión, seguimiento, control, evaluación e información y publicidad, así como por medio de instrucciones incluidas en el texto de convenios de colaboración o pliegos de cláusulas.

La mencionada **“Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER, Fondo de Cohesión y FSE 2007-2013”** constituye el punto de partida del resto de manuales elaborados en materia de comunicación, estableciendo las directrices de seguimiento de los Planes y los aspectos a evaluar, lo cual ha contribuido a fomentar la elaboración de instrucciones específicas por parte de los agentes intervinientes en la gestión y ejecución de actuaciones cofinanciadas con Fondos de finalidad estructural.

En este sentido, la Dirección General de Economía de la Generalitat Valenciana ha elaborado un **“Manual de Comunicación de los Programas Operativos de la Comunitat Valenciana FEDER y FSE 2007-2013”** que describe de forma exhaustiva las pautas de comunicación generales y para las diferentes acciones contempladas en el Plan de Comunicación, así como las normas de uso de los elementos de identidad de la Unión Europea y las pautas de utilización de la nueva marca identificativa para los Fondos Estructurales de la Comunitat Valenciana. Dicho logotipo, que recoge de forma clara, simple y adaptable el nombre y símbolo de los fondos, se encuentra disponible, junto con los logos y emblemas oficiales de la Unión Europea, en la página web de la Dirección General de Economía de la Generalitat Valenciana, cuyo contenido se ha reestructurado, mejorando su accesibilidad.

El Manual de Comunicación ha sido repartido a todos las personas responsables en materia de I+D de cada uno de los Órganos Gestores, colaboradores y/o beneficiarios de ámbito regional, que a su vez lo han distribuido entre las personas implicadas en la gestión de los fondos y, en su caso, entre los beneficiarios. El Manual de Comunicación está asimismo disponible en la página web de dicha Dirección General, así como en la de la práctica totalidad de las páginas los Órganos Gestores/Colaboradores.

Cabe destacar que ciertos organismos intermedios y órganos gestores/colaboradores han elaborado manuales específicos relacionados con los aspectos de la comunicación de los Fondos, facilitando la transmisión de las pautas a seguir en la materia, adaptándolas a sus necesidades concretas y minimizando las posibilidades de una interpretación errónea de las directrices generales. Es el caso de la Consellería de Educación o de los Ayuntamientos de Alicante y Torrent, que disponen de un manual de comunicación de uso propio. Lo mismo pretende hacerse, por ejemplo, en la Agencia Valenciana de Turismo.

Dichos manuales e instrucciones establecen una serie de procedimientos que buscan alcanzar los objetivos asociados a la gestión de los fondos. En este sentido, se evalúa a continuación la calidad de los procedimientos establecidos.

Para la evaluación del grado de ejecución física del Plan se ha utilizado el **sistema de indicadores de comunicación** cuyos resultados para el periodo del 1 de enero de 2007 al 31 de marzo de 2010 han sido analizados en el apartado 3.1. Dichos indicadores han sido diseñados a partir de las aportaciones realizadas por los miembros del GERIP tratando de abarcar todas las tipologías de actividades de Información y Publicidad de las que los agentes implicados en la gestión de los Fondos Europeos disponen, independientemente de su naturaleza y ámbito de actividad. El hecho de que se trate de un número acotado y reducido facilita la recogida, el hecho de que se hayan definido de forma clara y precisa facilita su interpretación y su homogeneidad facilita su comparabilidad y agregabilidad, constituyendo una herramienta adecuada para el seguimiento de la ejecución de las acciones de comunicación.

Por otra parte, el establecimiento de objetivos a alcanzar para cada uno de ellos al final del período permite un horizonte de análisis bien definido y que obliga a planificar las acciones a desarrollar hacia su cumplimiento.

El volcado de los indicadores se ha realizado por las Autoridades de Gestión, los Órganos intermedios dependientes de la AGE y por el Organismo Intermedio regional, utilizando para ello la aplicación de indicadores de comunicación diseñada a estos efectos y puesta en funcionamiento en septiembre de 2009 por el Ministerio de Economía y Hacienda. En el caso de los Órganos Gestores/Colaboradores dependientes de la Generalitat Valenciana, el volcado ha sido realizado por el Organismo Intermedio regional sobre la base de los datos facilitados a la Dirección General de Economía en formato de hoja de cálculo.

La novedad de la puesta en marcha del sistema de indicadores ha entrañado algunas dificultades que han ido superándose a lo largo del periodo objeto de evaluación. El volcado de indicadores ha requerido un esfuerzo importante por parte de los Órganos Gestores, colaboradores y/o beneficiarios que inicialmente consideraron dificultoso el proceso de interpretación de los indicadores de comunicación definidos y de traslado de información acerca de actuaciones llevadas a cabo en 2007. A fin de facilitar la tarea de recogida de dichos indicadores se han organizado sesiones de formación y se ha distribuido tanto a los organismos de la AGE como de la Generalitat Valenciana gran cantidad de información aclaratoria en este sentido que ha sido considerada muy fructífera y clarificadora por las personas que la han recibido. Para el periodo 2010-2013 sería conveniente que el volcado de los indicadores por parte de los organismos gestores/colaboradores se realizase a medida que se ejecutan las actuaciones con el fin de facilitar su identificación y detalle.

Los **indicadores de impacto** contemplados en la Guía Metodológica persiguen la evaluación más a largo plazo de las actuaciones llevadas a cabo por las Autoridades de Gestión, Organismos Intermedios y demás Órganos Gestores, colaboradores y/o beneficiarios. Respecto al impacto de las medidas de I+D en los órganos gestores, colaboradores y/o beneficiarios, se mide su grado de conocimiento de las obligaciones existentes en la programación, gestión, seguimiento, control, evaluación e información y publicidad, su tasa de satisfacción respecto a la información facilitada así como la tasa de utilidad de las actuaciones. La información a recopilar ha sido definida en detalle en la Guía Metodológica y la recogida de las valoraciones se realiza de forma directa por medio de las entrevistas o encuestas del proceso de evaluación por lo que los resultados obtenidos aportan un input relevante a las



Autoridades de Gestión y Organismos Intermedios de cara a la implantación de medidas correctoras y mejoras de aquellos aspectos peor valorados.

Respecto a la ciudadanía, se mide su grado de conocimiento de los Fondos Estructurales y su grado de conocimiento del papel desempeñado por la Unión Europea. El procedimiento definido para su valoración, una encuesta a la ciudadanía, contempla la proporcionalidad de las Comunidades y Ciudades Autónomas y establece la batería de cuestiones a formular. Sus resultados, obtenidos de forma homogénea para el conjunto del territorio nacional, serán especialmente valiosos en tanto en cuanto la encuesta a la ciudadanía se realice de forma periódica. La concienciación de la ciudadanía acerca de la aportación de la Unión Europea a la mejora de su calidad de vida es el objetivo último de la comunicación de los Fondos Estructurales pero no se trata del único medio utilizado a estos efectos. Al analizar los resultados obtenidos deberá, por tanto, tenerse en cuenta que la correcta comunicación de los Fondos Estructurales contribuye a la mejora del grado de conocimiento de la ciudadanía si bien toda evolución en dicho grado de conocimiento no puede atribuirse de forma unívoca a la misma.

El Manual de Comunicación establece la necesidad de todo organismo relacionado con la gestión de los Fondos Europeos de contar con un **archivo documental** en formato electrónico. Las Autoridades de Gestión, el Organismo Intermedio regional y gran parte de los organismos gestores de la AGE y de la Generalitat Valenciana ya disponen de un archivo documental (físico y electrónico) en el que se recopilan las publicaciones y materiales gráficos elaborados.

Finalmente, en cuanto al procedimiento de **identificación de Buenas Prácticas**, la Guía Metodológica establece, en línea con las indicaciones de la Comisión Europea, los siete criterios que toda actuación debe cumplir para poder ser considerada como una buena práctica. La disponibilidad de dichos criterios no sólo sistematiza la identificación de Buenas Prácticas al permitir contrastar diferentes actuaciones sino que sirve como guía a los organismos ejecutores de acciones de I+D para enfocar sus actuaciones al cumplimiento de dichos criterios.

En cuanto a los **recursos destinados a las actividades de Información y Publicidad**, como se ha comentado en el apartado 2.3., se menciona que el presupuesto del Plan de Comunicación está siendo objeto de discusión en el seno del GERIP, por lo que no se entra en su valoración en el presente proceso de evaluación.

En cuanto a los **recursos humanos**, tanto las Autoridades de Gestión del FEDER y del FSE como los Organismos Intermedios regionales, cuentan con una persona responsable de la gestión de la comunicación de los Fondos Europeos que vela por la puesta en marcha, coordinación y seguimiento de los Planes de Comunicación. Dichas personas constituyen la referencia para el resto de organismos gestores, colaboradores o beneficiarios de Fondos Europeos para la aportación de sugerencias, resolución de dudas, consultas, etc.

Asimismo, cada Órgano Gestor/ Colaborador cuenta con una persona responsable de Información y Publicidad, aunque sin dedicación exclusiva en esta materia, que participa en las reuniones periódicas realizadas en el GRECO-AGE y el GRECOM-GV con el fin de mejorar la gestión de los Fondos Europeos en materia de Información y Publicidad.

El nombramiento de dicha persona para cada uno de los Órganos Gestores, colaboradores y/o beneficiarios con el fin de canalizar a través de ella los mensajes en esta materia ha producido muy buenos resultados. A lo largo del proceso de evaluación se ha identificado una creciente sensibilización y concienciación de dichos responsables respecto a la necesidad de dar visibilidad a las intervenciones cofinanciadas y mejorar la transmisión de la participación en los Fondos en el desarrollo de las mismas. Prueba de ello es que las personas responsables de I+D, tanto de la AGE como de la Generalitat Valenciana, afirman ser conocedoras del Plan y el Manual de Comunicación y haberlo transmitido convenientemente en sus organizaciones al resto de personas implicadas en la gestión de Fondos Europeos.

El Organismo Intermedio y los Órganos Gestores/Colaboradores disponen de **aplicaciones informáticas que aseguran la calidad del seguimiento y de la ejecución**. A nivel nacional las herramientas puestas a disposición de los organismos implicados en la gestión de Fondos Europeos son FONDOS 2007, para el FEDER y FSE 2007, para el Fondo Social Europeo, que incluyen datos financieros, administrativos, de gestión, etc.

Como se ha comentado anteriormente, hasta la fecha, los indicadores de comunicación han sido recogidos por medio de la aplicación Indicadores de Comunicación, específicamente creada a estos efectos, hasta su volcado directo en la aplicación FONDOS 2007.

A nivel de la Comunitat Valenciana, con el fin de facilitar mayor información a la Dirección General de Economía, se han desarrollado las herramientas denominadas *Federico* para FEDER y *Sofía* para FSE. Dichas herramientas se han empezado a utilizar recientemente y algunas aplicaciones todavía se encuentran en fase de desarrollo.

Desde las Autoridades de Gestión y los Organismos Intermedios, se han impulsado diversas jornadas formativas en relación a los aplicativos informáticos. Dichas sesiones son bien valoradas por los organismos gestores/colaboradores de Fondos Europeos, dada su practicidad y aplicabilidad por lo que deberán seguir potenciándose en la segunda fase del periodo de programación.

A lo largo del desarrollo de este período de programación, se han creado diversas **redes de comunicación** para los agentes implicados en la gestión de los Fondos Europeos, las redes INFORM e INIO a nivel **europ**eo, el Grupo Español de responsables en materia de Información y Publicidad (GERIP) y el Grupo de Responsables de Comunicación de la Administración General del Estado (GRECO-AGE), a nivel **nacional**, y el Grupo de Responsables de Comunicación de la Generalitat Valenciana (GRECOM-GV), a nivel de la **Generalitat Valenciana**. La creación de las redes de comunicación ha supuesto un avance importante al suponer un punto de encuentro de los organismos implicados en la gestión de fondos en el que promover una estrategia común de comunicación, establecer pautas y procedimientos comunes, compartir información, buenas prácticas, etc.

El **Grupo Español de Responsables en materia de Información y Publicidad (GERIP)**, impulsado por la Autoridad de Gestión e integrado por las personas responsables en materia de información y publicidad de las Autoridades de Gestión del FEDER, del Fondo de Cohesión y del FSE y por representantes de los Organismos Intermedios regionales, coordina la puesta en marcha, organización y programación de los Planes de Comunicación y constituye un

instrumento fundamental para mejorar todas las fases de su gestión (ejecución, seguimiento y evaluación). Establece asimismo un puente entre las redes españolas y las de la Comisión Europea INFORM e INIO.

Desde su creación, y hasta el primer trimestre de 2010, se han realizado multitud de reuniones en el seno del GERIP en las que se han abordado diversos temas entre los que destaca la elaboración de la “Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER, Fondo de Cohesión y FSE 2007-2013”. Se ha discutido también temas como la realización de modificaciones a los Planes de Comunicación, en referencia, por ejemplo, a la cuantificación de los objetivos de los indicadores para 2013, la identificación de buenas prácticas, la preparación de los Comités de seguimiento e informes de evaluación, etc.

Se han creado asimismo los Grupos de Responsables de Comunicación de la Administración General del Estado (**GRECO-AGE**) en el que participan las Autoridades de gestión de FEDER y del Fondo de Cohesión y todos los organismos de la AGE con competencias en materia de Fondos Europeos y de la Generalitat Valenciana (**GRECOM-GV**) en el que participa la Dirección General de Economía como organismo intermedio regional, una representación de la Dirección General de Promoción Institucional y los responsables de Información y Publicidad de los Órganos Gestores/Colaboradores de la Comunitat Valenciana. Dichas redes tienen por misión velar por el cumplimiento de los requerimientos en materia de información y publicidad recogidos en el Plan de Comunicación de los Programas Operativos.

Por otra parte, han favorecido la comunicación interna, tanto vertical como horizontal entre los diferentes organismos y personas que intervienen en la adjudicación y ejecución de los programas operativos. Uno de sus objetivos era el trasladar a las personas relacionadas con la gestión de los fondos sus obligaciones en materia de información y publicidad para lo que se ha realizado reuniones periódicas con la asistencia de la persona responsable de Información y Publicidad de cada Órgano Gestor / Colaborador así como comunicaciones puntuales para la aportación o matización de instrucciones.

Además de la coordinación de las actividades de información y publicidad por medio de las redes de comunicación creadas en el presente periodo de programación, es necesaria la comunicación y coordinación con otros órganos. Se dispone en efecto de otros foros destinados a facilitar el seguimiento y coordinación de la evolución de los Programas Operativos. Éstos son el Comité Consultivo de Seguimiento Estratégico y Evaluación (CCSEE), el Grupo Técnico de Evaluación para el FSE (GTE-FSE) o los Comités de Seguimiento de los Programas Operativos del FEDER y del FSE de la Comunitat Valenciana, foros en los que participan los organismos intermedios de los Programas Operativos regionales, así como las personas responsables de comunicación en las Autoridades de Gestión, asegurando así la coordinación y complementariedad.

La misión del CCSEE es coordinar el proceso de evaluación en el periodo de programación 2007-2013, de acuerdo con los requerimientos exigidos en los artículos 47 y 48 del Reglamento 1083/2006 y las orientaciones del Documento de trabajo nº 5 de la Comisión Europea. Entre sus funciones está la de efectuar un seguimiento de los estudios de evaluación realizados en el

marco de los Planes de evaluación previstos para el septenio, tanto para las intervenciones de FEDER como las de FSE.

Por otra parte, existe otro foro exclusivo del Fondo Social Europeo, dadas sus particularidades: el Grupo Técnico de Evaluación para el FSE (GTE), coordinado y dirigido desde la UAFSE, para asegurar el ejercicio de evaluación continúa en el marco de la normativa en vigor.

Ambos comités sirven de plataforma común para el intercambio de ideas y experiencias en materia de evaluación, incluyendo la relativa a los planes de comunicación, y para reforzar la función de ésta durante el periodo de programación en curso.

Los Comités de Seguimiento, reunidos anualmente, tienen como objetivo, en relación con la Información y la Publicidad, evaluar la aplicación del Plan de Comunicación así como aprobar los informes de ejecución anuales y su cumplimiento con los requerimientos reglamentarios.

A estos efectos, anualmente, la Autoridad de Gestión ha facilitado la siguiente información:

- El Plan de Comunicación, los avances en su aplicación y el contenido de cualquier modificación importante al mismo;
- Las medidas del Plan llevadas a cabo;
- Los medios de Comunicación utilizados;
- El grado de ejecución del Plan, por medio de los indicadores de seguimiento;
- Los informes anuales de ejecución conforme a los requerimientos reglamentarios enunciados en el apartado 3.2.

En base a esta información, los informes anuales de 2007, 2008 y 2009 han sido aprobados por el Comité de Seguimiento.

## 4. VERIFICACIÓN DE LA INCLUSIÓN DE LA INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD EN LAS ACTUACIONES DE VERIFICACIÓN Y CONTROL DE LOS FONDOS FEDER Y DEL FONDO SOCIAL EUROPEO

Según el artículo 60, a) del Reglamento (CE) 1083/2006, la **Autoridad de Gestión** deberá “comprobar que se ha llevado a cabo la entrega de los bienes o la prestación de los servicios objeto de cofinanciación, que se ha efectuado realmente el gasto declarado por los beneficiarios en relación con las operaciones, y que éste cumple las normas comunitarias y nacionales aplicables en la materia”.

Las actuaciones de verificación y control, que pueden efectuarse a priori, durante la ejecución de las acciones o con posterioridad a su desarrollo y pueden ser administrativas o sobre el terreno, comprenden aspectos de carácter administrativo, técnico, financiero y físico, incluyendo aquellos vinculados a la comunicación, tanto desde la dimensión de la información como de la publicidad de las intervenciones cofinanciadas. Es en este marco en el que se sitúa la verificación y control de los aspectos de información y publicidad, junto con el resto de materias a revisar en dicho proceso de verificación y control.

Las revisiones administrativas comprueban la realidad y conformidad del gasto declarado con la normativa comunitaria en materia de información y publicidad, en lo que se refiere a los siguientes aspectos:

1. Normas generales, que verifican si los justificantes originales han sido estampillados con un sello en el que figura el Programa Operativo que cofinancia, el porcentaje de cofinanciación comunitaria y el importe del justificante que se imputa total o parcialmente a cofinanciación.
2. Normas de contratación: si se cumplen las normas de publicidad de las licitaciones, si se han utilizado medios alternativos/adicionales de difusión, tales como diarios de tirada, autonómica, nacional o comunitaria, solicitud de tres presupuestos o similar
3. Subvenciones: si se han publicado las bases reguladoras en el diario oficial correspondiente.
4. Convenios: si hacen referencia a las obligaciones de los beneficiarios en materia de publicidad, de acuerdo con lo establecido en los artículos 2-10 del Reglamento 1828/2006.

La revisión de estos aspectos queda reflejada, por lo general, en una lista de control que recoge los aspectos clave de la función de control de las intervenciones. Dicha lista de control incluye información sobre los aspectos relacionados con la justificación de la realidad de las actuaciones efectuadas.

La lista de control cumplimentada desde el organismo intermedio regional incluye verificandos específicos relacionados con la información y publicidad de las actuaciones, destacando la revisión del cumplimiento de las especificaciones previstas en el Plan de Comunicación o bien en el Manual de Comunicación:

CUESTIÓN A VERIFICAR	Sí	No	No aplica	Observaciones
¿Se han establecido medidas al objeto de asegurar que las partes intervinientes en la ejecución han sido informadas de la cofinanciación? Indicar				Indicar: (Obligatorio cumplimiento)
¿Se han insertado referencias a la cofinanciación en los materiales asociados a las operaciones cofinanciadas, tales como manuales, guías, partes de asistencia, etc.?				
Dichas referencias, ¿cumplen con las características previstas en el Plan de Comunicación de la Generalitat Valenciana?				
¿Es necesaria la colocación de placas y/o carteles?				
Si ha sido necesaria la colocación de placas y/o carteles, ¿cumplen con las características previstas en el Manual de Comunicación?				
En las alusiones a la cofinanciación se incluye el emblema de la UE, la referencia al Fondo en cuestión y el lema elegido por la Generalitat Valenciana (se incluye el lema cuestión en el verificando)				
¿Se ha comunicado a los beneficiarios la cofinanciación europea? Indicar				Indicar: (Obligatorio cumplimiento)
¿Se ha comunicado a los beneficiarios que deben cumplir la normativa nacional y comunitaria? Indicar				Indicar: (Obligatorio cumplimiento)
¿Se ha informado a los beneficiarios de que la aceptación de la ayuda implica la aceptación de su inclusión en una lista pública de beneficiarios? Indicar				Indicar: (Obligatorio cumplimiento)

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

Por su parte, los órganos gestores/colaboradores en el marco de sus actividades de verificación de la realización de las actuaciones, suelen incluir una revisión de las acciones de comunicación, que vuelcan en el contenido de las actas de comprobación, bien durante el desarrollo de las mismas, bien a su finalización.

Algunos órganos gestores/colaboradores revisan la documentación de comunicación con carácter previo a su emisión, de modo que se garantice el cumplimiento de los requisitos y características técnicas; otros facilitan modelos de carteles, diplomas, de cara a facilitar el cumplimiento de las mismas por parte de los organismos ejecutores o de los beneficiarios.

En el caso de las verificaciones realizadas sobre el terreno, especialmente en el caso de las intervenciones del FEDER, se comprueban asimismo los aspectos de información y publicidad, en elementos tales como: la colocación de carteles (para obras en curso) y/o placas explicativas (para infraestructuras finalizadas), anuncios de los contratos y licitaciones, pliegos de cláusulas administrativas y técnicas, publicaciones realizadas, documentación soporte y justificativa, contenidos de las acciones de comunicación.

En el caso de la **Generalitat Valenciana**, desde la Dirección General de Economía de la Consellería de Economía, Hacienda y Empleo se realiza el 100% de las verificaciones administrativas. Las actuaciones de verificación y control quedan reflejadas en una lista de control que recoge los aspectos clave de la función de control de las intervenciones, la cual incluye, por lo general, aspectos relacionados con la justificación de la realidad de las actuaciones efectuadas. Como ya se expuso, entre los aspectos a revisar en el proceso de verificación y control están los aspectos de información y publicidad.

Los aplicativos informáticos utilizados a nivel de la Generalitat Valenciana, incluyen entre otras funciones, para las actividades de verificación y control (Federico para FEDER y Sofía para FSE) más verificandos que los aplicativos FONDOS 2007 y FSE 2007, que garantizan la comunicación entre el Organismo Intermedio y la Comisión Europea. Estos sistemas permiten mejorar el seguimiento de los Programas Operativos por parte de las Autoridades de Gestión.

En conclusión, los mecanismos que se están aplicando para la verificación de los aspectos de información y publicidad se consideran ajustados a la normativa de los Fondos Estructurales, incluso son más estrictos en el caso de los órganos gestores/colaboradores de la administración regional. La verificación del cumplimiento de los requisitos de comunicación no se circunscribe al ámbito de su inclusión en las listas de control del artículo 13 del Reglamento 1083/2006, sino que se extiende a la elaboración de convocatorias o al proceso de contratación, fundamentalmente en el caso de los órganos gestores/colaboradores de la Generalitat Valenciana y del organismo intermedio jefe de fila regional.

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

En el marco del proceso de evaluación de los planes de comunicación de los Programas Operativos de los Fondos Estructurales, la Guía Metodológica establece la necesidad de valorar las medidas de información y publicidad recogidas en dichos planes de acuerdo con su contribución al cumplimiento del principio de igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, desde una triple dimensión:

- 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 sobre las posibilidades de participación como beneficiarias de los programas.

Estos tres aspectos han sido tenidos en cuenta para el análisis efectuado, los cuales ponen de relieve la aplicación transversal del principio en las intervenciones cofinanciadas por los Fondos Estructurales, incluyendo las acciones de comunicación.

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

En el marco del primero de estos bloques, tanto a nivel nacional como autonómico, se están llevando a cabo actividades enfocadas a lograr la transversalidad de género con la cofinanciación europea, fundamentalmente del Fondo Social Europeo, que están siendo comunicadas y en consecuencia, contribuye al primero de los aspectos enumerados en la Guía Metodológica.

La Comunitat Valenciana cuenta con un Plan de Igualdad de Oportunidades entre Mujeres y Hombres, del que va a presentarse su cuarta edición, para el período 2010-2013 y que persigue conciliar la vida familiar y laboral, aumentar la participación femenina en la sociedad, transmitir valores de igualdad y conseguir la plena integración de la mujer, en definitiva una sociedad más igualitaria.

En consonancia con dicho Plan, las acciones estructurales también contribuyen a integrar la perspectiva de género en todas sus actuaciones. Los sistemas de gestión y de seguimiento puestos en marcha en la Comunidad Autónoma permiten identificar los avances que se van consiguiendo en este sentido, a través de un sistema de indicadores con información



desagregada por sexo. A su vez, el FSE distingue, entre sus prioridades, acciones concretas para impulsar la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres tales como la creación de Unidades de igualdad de género para el asesoramiento y campañas de sensibilización y concienciación entre los agentes sociales.

En el segundo bloque, encaminado a la utilización de una comunicación igualitaria, en los últimos años se ha avanzado bastante en la utilización de un lenguaje no sexista en las órdenes de convocatoria, formularios, escritos e informes en general de la Comunitat Valenciana y en particular, en la documentación relativa a los Fondos Estructurales. Algunas de las personas responsables de los diferentes organismos gestores/colaboradores así lo han manifestado, afirmando estar comenzando a prestar atención a la utilización de un lenguaje no sexista en las convocatorias, resoluciones de ayudas, etc., si bien dicha inquietud dista mucho de estar muy extendida.

Las imágenes utilizadas por estos organismos comunican roles no estereotipados y representativos de una información y comunicación igualitarias:

- Presentan a las mujeres en situaciones profesionales de liderazgo.
- Son equilibradas en cuanto a número de personas representadas por sexos.
- No escenifican roles tradicionales de género.

Estas afirmaciones se aplican asimismo al Manual de Comunicación y a la Guía Metodológica, que se ilustran con ejemplos gráficos neutros o no estereotipados.

Adicionalmente, desde la Consellería de Bienestar Social se han puesto en marcha varias iniciativas para velar por que la publicidad en medios de comunicación no transmita mensajes sexistas:

- En primer lugar, se ha constituido un órgano consultivo que actúa como foro de observación, análisis y canalización de denuncias originadas por los anuncios de carácter sexista que aparezcan en los medios de comunicación de la Comunitat: el Observatorio de publicidad no sexista.
- En segundo lugar, desde la DG Mujer y por la Igualdad se realizan acciones de sensibilización en materia de comunicación y género dirigidas a profesionales de los medios de comunicación
- En tercer lugar, esta DG celebra un Congreso con medios de comunicación para tratar la imagen que se transmite de las mujeres

En el caso específico del Plan de Comunicación y de las acciones y responsabilidades que de él se derivan para el caso de la Comunitat Valenciana, la atención del principio de igualdad de oportunidades está garantizada por los siguientes aspectos:

- El objetivo del Plan de dar mayor notoriedad y transparencia a las actuaciones de la Unión Europea en la Comunitat Valenciana es neutro y da a entender una divulgación global y no discriminatoria de las acciones cofinanciadas por los Fondos

- El objetivo de trasladar una imagen homogénea y coherente a la ciudadanía, según el cual todas las personas son objeto de atención por parte de los Programas, de modo uniforme y visible y sin distinción de sexo.
- La estrategia del Plan con la doble perspectiva de integración y participación contempla una dimensión global de la comunicación, lo que contribuye a reforzar la igualdad y la no discriminación.
- Entre las jornadas temáticas previstas, se recogen explícitamente las relativas al principio de igualdad de oportunidades, tanto en el caso de FEDER como de FSE.

En cuanto a la distribución por sexo de la dotación humana asignada a la implantación del Plan, destaca una alta presencia femenina. Cerca de un 70% de las personas responsables de comunicación en los organismos intermedios y gestores son mujeres.

Por otra parte, destaca la inclusión de parámetros de Igualdad de oportunidades como el tercer criterio a la hora de identificar buenas prácticas en materia de comunicación. Para ello, se han tenido en cuenta los elementos destacados anteriormente, tales como la utilización de un lenguaje no sexista y de términos genéricos en la documentación, así como de imágenes no estereotipadas; la alta participación femenina en las jornadas o eventos o la participación paritaria en foros y reuniones.

Por último, de acuerdo con los resultados del proceso de encuestación a la ciudadanía, el grado de conocimiento de los Fondos Estructurales por parte de las mujeres de la Comunitat Valenciana es más bajo que entre los hombres.

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

La Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER y FSE plantea la medición de dos tipos de indicadores de impacto relacionados con dos tipos de colectivos: los órganos gestores, colaboradores y/o beneficiarios y el conjunto de la ciudadanía.

A continuación se realizan, por lo tanto, los siguientes análisis:

1. Órganos Gestores, Colaboradores y/o Beneficiarios de Fondos Europeos: respecto a las actuaciones de los distintos colectivos implicados en la gestión de los Fondos de cada Programa Operativo, se analizan tres indicadores de impacto:
  - Grado de conocimiento de las obligaciones existentes en la programación, gestión, seguimiento, control, evaluación e información y publicidad.

En relación al impacto y valoración de las sesiones de formación realizadas:

  - Tasa de satisfacción, que indique la valoración de los beneficiarios / organismos intermedios y/o gestores respecto a la información facilitada por medio de sesiones de formación.
  - Tasa de utilidad de las actuaciones de formación realizadas.
2. Ciudadanía: respecto al conocimiento que la ciudadanía tiene de los fondos procedentes de la Unión Europea y del papel que ésta juega en la mejora de su calidad de vida, se analizan dos indicadores de impacto:
  - Grado de conocimiento de los Fondos Estructurales.
  - Grado de conocimiento del papel desempeñado por la Unión Europea.

La información necesaria para el análisis de impacto se ha extraído principalmente de las entrevistas y cuestionarios a los diferentes Órganos Gestores, colaboradores y beneficiarios en el primer caso, y de los resultados de la encuesta realizada a la ciudadanía, en el segundo.

La valoración cuantitativa del impacto de las medidas de comunicación puestas en marcha, tanto a nivel interno como a nivel externo, se ha completado con las aportaciones y oportunidades de mejora identificadas por medio de los grupos de discusión desarrollados en torno a los temas de sensibilización y concienciación a la ciudadanía y de accesibilidad y calidad en la formación e información proporcionada en materia de Información y Publicidad a beneficiarios potenciales.

Respecto al impacto de las actuaciones en el colectivo de los Órganos Gestores, colaboradores y/o beneficiarios de actuaciones cofinanciadas con Fondos Europeos, la tabla siguiente recoge las valoraciones obtenidas para los tres indicadores de impacto definidos.

**Tabla 2: Indicadores de impacto sobre los Órganos Gestores, colaboradores y beneficiarios**

Indicador de Impacto de los Órganos Gestores / Beneficiarios	Valor
Grado de conocimiento de las obligaciones	85,24%
Tasa de satisfacción respecto a la información facilitada	71%
Tasa de utilidad de las actuaciones	80%

*Fuente: Elaboración propia a partir de la información obtenida de las entrevistas y encuestas realizadas*

A continuación se analizarán dichos resultados en detalle considerando las implicaciones cuantitativas y cualitativas de los mismos.

Se valora en primer lugar su **grado de conocimiento de las obligaciones existentes en la programación, gestión, seguimiento, control, evaluación e información y publicidad**.

Como se ha comentado anteriormente, las Autoridades de Gestión y los Organismos Intermedios son los encargados de comunicar a los Órganos Gestores, colaboradores y/o beneficiarios las responsabilidades, en materia de gestión, control, evaluación y comunicación, que adquieren al participar en un programa cofinanciado con Fondos Europeos. En el ámbito de la información y la publicidad, se ha elaborado y difundido el Plan de Comunicación, un Manual de Comunicación y una Guía Metodológica, y se han creado diversas redes tanto a nivel nacional como autonómico con el fin de facilitar la transmisión del conocimiento de dichas responsabilidades a las entidades gestoras. Estas actuaciones singulares se han completado con múltiples comunicaciones internas de las Autoridades de Gestión y los Organismos Intermedios hacia el resto de organismos implicados en la gestión de los Fondos.

Todo el esfuerzo realizado por las Autoridades de Gestión, los Organismos Intermedios e incluso los Órganos Gestores/Colaboradores para la transmisión de información acerca del Plan y el Manual de Comunicación y de otras instrucciones específicas en referencia a las actividades de I+D se traduce en un **grado de conocimiento** de los Órganos Gestores, colaboradores y/o beneficiarios del **85,24%**, lo que representa un nivel muy satisfactorio de conocimiento.

Analizando separadamente el grado de conocimiento teórico y el aplicado, se obtiene que dichos organismos registran un **grado de conocimiento teórico del 83,92%**:

El nivel de conocimiento del Plan de Comunicación de los Programas Operativos FEDER y FSE de la Comunitat Valenciana 2007-2013 es generalizado en el caso de los órganos gestores, colaboradores y/o beneficiarios de la AGE y de la Generalitat Valenciana. Además del Plan de Comunicación en cuestión, afirman haber recibido, en términos generales, otras instrucciones o manuales que garantizan su continua actualización respecto los requerimientos

que han de respetar por su participación en la gestión o ejecución de actuaciones cofinanciadas.

El resto de beneficiarios encuestados han afirmado en un 85% de los casos conocer el Plan de Comunicación o bien haber recibido instrucciones específicas y/o un manual de seguimiento del Plan de Comunicación por parte de los organismos gestores de los fondos europeos que perciben. En vista del grado de conocimiento teórico de sus beneficiarios, destacan por la buena gestión de la comunicación realizada organismos como la Dirección General de Política Científica o la Agencia Valenciana de Turismo.

Adicionalmente, el 100% de los organismos implicados en la gestión de los fondos ha afirmado haber participado en jornadas o sesiones formativas en relación con los requisitos de comunicación del nuevo periodo de programación y formar parte de alguna de las redes de comunicación relacionadas con los Fondos Europeos, salvo en el caso de las iniciativas de Urbana Alicante y Torrent.

En cuanto al **grado de conocimiento aplicado**, la valoración obtenida por medio de las entrevistas y cuestionarios realizados es del **86,41%**, superando al teórico, lo que indica que se están poniendo en práctica las obligaciones, más allá de que éstas sean conocidas por parte de las entidades gestoras, colaboradoras y/o beneficiarias.

Resulta destacable el hecho de que el grado de aplicación de los requerimientos por los organismos directamente implicados en la gestión de Fondos Europeos sea superior al de sus beneficiarios finales, siendo su grado de conocimiento aplicado del 92%. La participación de dichos organismos en las redes de comunicación, así como la continua recepción de instrucciones por parte de las Autoridades de Gestión y Organismos Intermedios parece favorecer el grado de concienciación y de cumplimiento con los requerimientos reglamentarios. En efecto, todos ellos afirman mencionar en todos los casos la cofinanciación de los proyectos o ayudas con Fondos Estructurales, así como incluir la información necesaria en los pliegos de condiciones y cláusulas administrativas. Del mismo modo, de forma generalizada, afirman hacer uso de los medios electrónicos para la difusión de las distintas convocatorias existentes.

El aspecto más novedoso de este periodo respecto al anterior es la información y publicación de la lista de beneficiarios prevista en el artículo 7, apartado 2, letra d, del Reglamento (CE) 1828/2006 de la Comisión de 8 de diciembre de 2006. La publicación de dicha lista, que corresponde a las Autoridades de gestión de ambos fondos, se está realizando a través de las páginas webs de la Dirección General de Fondos Comunitarios del Ministerio de Economía y Hacienda y de la Unidad Administradora del Fondo Social Europeo (UAFSE), para los casos de FEDER y FSE, respectivamente, siendo regularmente actualizadas para un mayor conocimiento y difusión.

En resumen, podría decirse que los Órganos gestores, colaboradores y/o beneficiarios disponen de un conocimiento de los requerimientos en materia de información y publicidad satisfactorio, habiéndose cubierto los requerimientos reglamentarios y procediéndose a potenciar algunos aspectos de cara a la segunda parte del periodo de programación. En el caso de los organismos beneficiarios de los Fondos Europeos, a fin de reforzar la aplicación en la práctica de las obligaciones en materia de I+D, resulta conveniente una mayor tutorización y

seguimiento por parte de los Órganos Gestores/Colaboradores, que redundará en una mayor concienciación por su parte.

Focalizando ahora el análisis en torno al **impacto y valoración de las sesiones de formación realizadas** conviene recordar en primer lugar que la Autoridad de Gestión y el Organismo Intermedio de la Generalitat han organizado a lo largo del presente periodo de programación diversas reuniones y jornadas formativas en temas de gestión, control, verificación y comunicación.

Las sesiones de formación a las que han asistido las personas relacionadas con la gestión de Fondos Europeos de la Comunitat Valenciana han sido valoradas por los responsables de información y publicidad de los diferentes organismos gestores, colaboradores y/o beneficiarios a lo largo de las entrevistas y cuestionarios realizados y de ellas se extrae el grado de satisfacción y el grado de utilidad de las sesiones percibido por éstos.

En primer lugar, se analiza la **tasa de satisfacción respecto a la información facilitada** en dichas jornadas y sesiones, que asciende a un **71%**.

Tanto las sesiones y jornadas a las que han asistido los organismos de la AGE como las de la Generalitat Valenciana han recibido una valoración muy positiva respecto a los conocimientos aportados y su aplicabilidad.

Un aspecto diferenciador de la sesión realizada en torno a la comunicación fue la invitación al evento no sólo a los responsables de información y publicidad sino a todas las personas implicadas en la gestión de Fondos Europeos. La gestión de los fondos se caracteriza por su capilaridad dado que cada Órgano Gestor/Colaborador puede contar con multitud de ejecutores, colaboradores o beneficiarios para los diferentes proyectos, por lo que la implicación de todos ellos en la importancia de los aspectos de la comunicación, y no sólo de los responsables de I+D+i, permite mejorar el grado de conocimiento y de aplicación de los requerimientos reglamentarios. Por todo ello y por tratarse de una sesión muy didáctica y de gran utilidad práctica, la sesión de Comunicación ha sido la mejor valorada por los Órganos Gestores, colaboradores y/o beneficiarios. La formación en torno a la comunicación fue clave para la correcta interpretación y aportación de indicadores de comunicación por su parte.

La **tasa de utilidad** de las sesiones de formación realizadas ha obtenido una valoración del **80%**. De las entrevistas y los grupos de discusión puede extraerse que éstas son percibidas como uno de los mejores medios disponibles para la transmisión de información en tanto que constituyen un método interactivo que permite focalizar la atención en aquellos aspectos que generan más problemas a los destinatarios y abordar la resolución de dudas in situ.

No obstante, se identifica una oportunidad de mejora en la conveniencia de la duración de las sesiones, calificada como demasiado extensa, y el elevado número de asistentes a las reuniones, considerándose que sesiones con un menor número de asistentes o más focalizadas hacia los destinatarios serían más eficaces y permitirían obtener mejores resultados.

El grado de satisfacción percibido por las personas asistentes a las sesiones y jornadas de formación y los buenos resultados obtenidos invitan a las Autoridades de Gestión y

Organismos Intermedios a seguir trabajando en esta línea y a continuar potenciando la utilización de la formación como método eficaz de transmisión de los procedimientos e instrucciones de todos los aspectos relacionados con la gestión de Fondos Europeos. Se ha transmitido, por ejemplo, por parte de los gestores su interés por participar en nuevas sesiones relacionadas con el uso de los aplicativos informáticos FONDOS 2007 y FSE 2007, pero también de los aplicativos propios de la Generalitat Valenciana, Federico y Sofía.

Con el fin de medir el grado de conocimiento de la ciudadanía de los fondos procedentes de la Unión Europea y del papel que ésta juega en la mejora de su calidad de vida, la se ha realizado una encuesta a la ciudadanía. De esta manera, se logra dar respuesta a las exigencias reglamentarias, en el sentido de dar transparencia a las actuaciones cofinanciadas a través de los distintos Programas Operativos para los que se ha elaborado el Plan de Comunicación y contrastar si el público en general está concienciado del papel que la Unión Europea juega en la mejora de su calidad de vida. La encuesta se ha realizado a una muestra de 799 ciudadanos y ciudadanas de la Comunitat Valenciana de más de 15 años.

Los resultados obtenidos de la misma son los siguientes:

**Tabla 3: Indicadores de impacto sobre la ciudadanía de la Comunitat Valenciana**

Indicadores de impacto en la ciudadanía	Valor
Grado de conocimiento del FEDER	35%
Grado de conocimiento del FSE	40%
Grado de conocimiento del papel desempeñado por la Unión Europea	53%

*Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta realizada a la ciudadanía en junio de 2010*

De la encuesta realizada se extrae que la mayoría de las personas encuestadas son conocedoras del **papel desempeñado por la Unión Europea**. En efecto, el 53% de ellas afirma ser consciente de la recepción de fondos de la Unión Europea para la contribución al progreso económico y social de la Comunitat Valenciana. Dicho dato contrasta positivamente con el dato del Eurobarómetro de septiembre de 2010 que situaba este conocimiento en un 34% entre la ciudadanía europea.

De los resultados obtenidos destaca que los hombres afirman conocer la contribución de la Unión Europea en el 58% de los casos frente al 50% de las mujeres y que el grupo que señala un mayor conocimiento de la contribución de la Unión Europea en el progreso económico y social de la Comunitat Valenciana, son las personas de entre 40 y 50 años frente a los menores de 30 y los mayores de 70.

Si se realiza un análisis por Fondos, el conocimiento del papel de la Unión Europea se canaliza en mayor medida por medio del **Fondo Social Europeo**. El 40% de la ciudadanía de la Comunitat Valenciana encuestada ha oído hablar del mismo, siendo asimismo el grado de conocimiento superior en el caso de los hombres encuestados, un 44%, frente al 38% de las mujeres.

Las diferencias en cuestión de edad respecto al grado de conocimiento del FSE son muy importantes. Se observa que cerca de un 50% de las personas de entre 31 y 40 años afirma haber oído hablar del Fondo Social Europeo, mientras que se produce un mayor desconocimiento entre las personas de menos de 30 años y de más de 70, lo cual se debe a su menor participación en el mercado laboral y los aspectos relacionados con el mismo.

Por lo que se refiere al **Fondo Europeo de Desarrollo Regional “FEDER”**, el 35% de las personas encuestadas ha oído hablar del mismo. En este caso las diferencias por sexo son más reducidas, siendo el colectivo con un mayor grado de conocimiento el de personas de entre 41 y 60 años.

Una vez se ha constatado que la mayoría de las personas de la Comunitat Valenciana encuestadas son conocedoras de la contribución de la Unión Europea a la mejora de su calidad de vida, procede identificar aquellos **proyectos e inversiones cofinanciados** que presentan un mayor grado de conocimiento por parte de la ciudadanía.

En este sentido, se extrae que el 52% de las personas conscientes de la intervención de fondos del FEDER y del FSE en la Comunitat Valenciana conoce las actuaciones relacionadas con las ayudas a empresas concedidas tanto por el FEDER como por el FSE. En la difusión de estas actuaciones contribuyen directamente los organismos beneficiarios y/o beneficiarios potenciales de Fondos Europeos. El alto grado de conocimiento de estos proyectos pone en relieve los buenos resultados de su estrategia en materia de comunicación.

Los proyectos de infraestructuras y equipamientos y de Medio Ambiente cofinanciados a través del FEDER registran asimismo un alto grado de visibilidad. Cerca del 50% de las personas que afirman conocer el FEDER y/o el FSE son conocedoras de este tipo de proyectos. El colectivo de 41 a 50 años es el más conocedor de los proyectos de infraestructuras frente a los de entre 61 y 70 años para los proyectos de Medio Ambiente. Por último, conviene también destacar la alta visibilidad que presentan las actuaciones relacionadas con la Formación y empleo del FSE, especialmente entre las personas de entre 41 y 50 años.

En cuanto a los **medios** por los que han sido conocedoras del tipo de actuaciones cofinanciadas, más del 67% de las personas destaca los anuncios realizados en prensa, radio y televisión, dato muy destacable en términos comparativos de la UE: el Eurobarómetro de septiembre de 2010 recoge que este aspecto asciende al 53% en el caso de la ciudadanía de la Unión Europea.

Otros de los medios empleados para la difusión de los Fondos, como son la colocación de carteles, placas, vallas o posters disponen también de un alto grado de eficacia: más de un 40% de las personas encuestadas afirma haber tenido conocimiento de los fondos por estos medios. La colocación de placas, vallas, etc. en la vía pública ha sido especialmente eficiente para fomentar la visibilidad de los proyectos de infraestructuras o equipamientos y de Medio Ambiente que han sido identificados como de los más conocidos por la ciudadanía de la Comunitat Valenciana. Asimismo, la colocación de carteles en centros de formación, por ejemplo, ha influido positivamente en el conocimiento de las actuaciones relacionadas con la Formación y el empleo.



Los medios empleados y su impacto varían por franja de edad. Así, se percibe cómo las personas de entre 41 y 50 años son aquellas más receptivas con los mensajes enviados por cualquiera de los medios respecto a la cofinanciación de proyectos e inversiones con Fondos Europeos frente a los menores de 30 años y los mayores de 70. Es en las personas más jóvenes en las que más impactan las comunicaciones y publicaciones realizadas a través de Internet. La utilización de este medio de comunicación está experimentando un gran incremento, siendo previsible que se siga potenciando en el futuro.

En cuanto a la percepción de la ciudadanía de los **lemas** utilizados para los Fondos FEDER, “Una Manera de hacer Europa” y FSE, “Invierte en tu futuro”, un 59,95% de las personas que afirman haber oído hablar de estos fondos, considera que reflejan adecuadamente el papel jugado por los mismos en el desarrollo económico y social de España y más concretamente de la Comunitat Valenciana. Las personas que mejor valoran la adecuación de estos lemas son aquellas de entre 31 y 50 años.

Finalmente, cabe destacar que respecto a la valoración realizada por las personas encuestadas respecto al papel jugado por los Fondos Europeos en el desarrollo de la Comunitat Valenciana, se obtiene que del conjunto de personas que han oído hablar de los Fondos FEDER y/o FSE, el 76,62% considera que el papel de los Fondos Europeos es positivo, muy positivo o incluso crucial para la Comunitat Valenciana, siendo especialmente valorable para las personas de entre 61 y 70 años y de entre 31 y 40 años.

Los resultados obtenidos de la encuesta a la ciudadanía demuestran que la mayoría de las personas participantes en la misma es consciente del papel que la Unión Europea juega en nuestra sociedad y que, en gran medida, los medios utilizados para su difusión tienen un impacto positivo en este conocimiento y concienciación. La buena valoración que la contribución de los Fondos Europeos tiene entre las personas conscientes de su existencia, invita a seguir trabajando en la concienciación del resto de la ciudadanía.

## 7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES: PROPUESTA DE MEDIDAS A ADOPTAR

El presente apartado recoge las principales **conclusiones** y recomendaciones extraídas el proceso de evaluación del “Plan de Comunicación de los Programas Operativos FEDER y FSE de la Comunitat Valenciana 2007-2013” previsto 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”, elaborada por las Autoridades de Gestión de los diferentes Programas Operativos.

Dicho **Plan de Comunicación** ha demostrado ser consistente a nivel interno y con los objetivos marcados por la Comisión Europea. La estrategia del Plan de Comunicación de los PO de la Comunitat Valenciana se encuentra alineada con la estrategia de comunicación impulsada desde la Unión Europea y es pertinente para dar respuesta a las necesidades a través de los objetivos y acciones que plantea.

Los medios técnicos y humanos de los que se dota para la realización de las acciones de comunicación se consideran suficientes para alcanzar los objetivos.

En lo que respecta a la ejecución esta primera etapa del periodo de programación, se ha cubierto la práctica totalidad de las acciones de información y publicidad que se definen en el Plan de Comunicación. Conviene destacar las siguientes:

- Realización de actos de presentación de los Programas Operativos, celebración anual del Día de Europa, etc.
- Organización de seminarios y jornadas generales, sectoriales y temáticas tanto por parte del Organismo Intermedio como de los Órganos Gestores/Colaboradores.
- Fomento de la comunicación interna y creación de un Manual de Comunicación que permite establecer criterios homogéneos para la realización de acciones de comunicación.
- Creación de redes nacionales y regionales para la coordinación de la puesta en marcha y seguimiento del Plan de Comunicación.
- Creación de una marca identificativa de Fondos Estructurales para la Comunitat Valenciana.
- Elaboración de un vídeo de presentación así como de materiales gráficos, *merchandising* de los fondos.
- Difusión de los fondos europeos mediante la página web, campañas de difusión, publicaciones, presencia en ferias, etc.

Con el fin de cuantificar y valorar el volumen de actuaciones de información y publicidad llevadas a cabo por los diferentes organismos implicados en la gestión de los Fondos

Europeos, se han definido siete tipos de **indicadores de comunicación** que permiten medir tanto la realización como los resultados de las acciones llevadas a cabo.

Entre el 1 de enero de 2007 y el 31 de marzo de 2010, fecha límite de obtención de datos para la presente evaluación, se ha llevado a cabo un gran volumen de actividades relacionadas con la Información y la Publicidad, habiéndose superado en algunos casos el objetivo fijado en el Plan de Comunicación para 2013, lo que demuestra la importancia otorgada a este tipo de acciones en esta primera fase del periodo.

Las actividades de Información y Publicidad más comúnmente utilizadas por los diferentes órganos gestores, colaboradores y/o beneficiarios y que han sobrepasado los objetivos inicialmente fijados, son las actividades y actos públicos en relación al volumen de asistentes, la difusión en medios de comunicación, especialmente por medio de las notas de prensa, y las publicaciones realizadas con una alusión a la cofinanciación de los programas con Fondos Europeos.

En términos generales, conviene destacar el esfuerzo realizado por las Autoridades de Gestión y los Organismos Intermedios en la transmisión de información a los Órganos Gestores, colaboradores y/o beneficiarios de Fondos Europeos, por medio de actuaciones encaminadas a facilitar la puesta en marcha del Plan de Comunicación, como la elaboración de un Manual de Comunicación y de una Guía Metodológica, la realización de jornadas de formación o la creación de redes a nivel nacional y regional (GERIP, GRECO-AGE y GRECOM-GV), que suponen un paso adelante muy importante por su positiva incidencia en el fomento y coordinación de las acciones de comunicación y en la concienciación e implicación del resto de organismos.

En efecto, el grado de conocimiento tanto teórico como aplicado de los requerimientos en materia de información y publicidad asciende a más de un 85% entre los órganos gestores, colaboradores y/o beneficiarios tanto de la Generalitat Valenciana como de la Administración General del Estado. En este sentido, a lo largo del proceso de evaluación, se ha percibido cómo éstos realizan las actividades de Información y Publicidad requeridas reglamentariamente y aquellas necesarias para garantizar el éxito de los programas cofinanciados, cumpliendo de esta forma con sus obligaciones y responsabilidades como gestores de fondos europeos.

Las reuniones y sesiones de formación han sido valoradas muy positivamente por dichos organismos. La tasa de utilidad de las sesiones formativas realizadas ha sido del 80% y el grado de satisfacción acerca de la información facilitada es del 71%, siendo percibidas por los gestores como un medio de comunicación eficaz y de gran utilidad práctica, destacando positivamente las relativas a la comunicación. Tan sólo se ha objetado sobre las mismas su larga duración y el elevado número de asistentes. La elevada utilidad y satisfacción percibidas por los participantes en las sesiones anima a seguir en la misma línea en la segunda parte del periodo de programación.

Entre el 1 de enero de 2007 y el 31 de marzo de 2010, la Autoridad de Gestión y los Organismos Intermedios, gestores, colaboradores y/o beneficiarios han realizado asimismo diversas actividades destinadas a la difusión y concienciación de la importancia de los Fondos Estructurales entre el **público en general**: actos de presentación de los Fondos Estructurales,

celebración del Día de Europa, participación en ferias, jornadas, etc. Con respecto al periodo anterior, se ha observado una dinamización positiva de este tipo de actividades.

De cómo estas actividades han impactado sobre la ciudadanía de la Comunitat Valenciana nos informa la encuesta realizada. Si bien la lectura de sus resultados no puede ser evolutiva al ser la primera que se realiza, se observa que más de la mitad de la muestra encuestada, concretamente el 53%, es consciente de la recepción de fondos europeos para el desarrollo de la Comunitat Valenciana. Desglosando por sexo y edad, se identifica que los hombres afirman conocer la contribución de la Unión Europea a la Comunitat Valenciana en el 58% de los casos frente al 50% de las mujeres y que el grupo de edad que dispone de un mayor conocimiento son las personas de entre 40 y 50 años, frente a los menores de 30 y los mayores de 70 años.

Acerca de los Fondos FEDER y FSE concretamente, el conocimiento de la ciudadanía asciende al 35 y 40% respectivamente, considerándose su contribución a la Comunitat Valenciana como positiva, muy positiva o crucial en el 76,62% de los casos.

Los resultados obtenidos muestran que la mayoría de las personas encuestadas es consciente del papel que la Unión Europea juega en la Comunitat Valenciana y que, en gran medida, los medios utilizados para su difusión tienen un impacto positivo en este conocimiento y concienciación.

En cuanto al principio de igualdad de oportunidades se ha constatado que en la elaboración del Plan de Comunicación se ha tenido en cuenta este aspecto, por medio, entre otros, de la utilización de un lenguaje no sexista. Se ha observado asimismo, a lo largo del proceso de evaluación, una evolución positiva en la concienciación y respeto de este principio por parte de los Órganos Gestores/Colaboradores en la redacción de convocatorias de ayudas, resoluciones, etc.

En adelante y hasta la evaluación de 2013, deberá continuarse en la misma línea. Con el fin de facilitar el avance en el grado de ejecución del Plan, se establece a continuación una serie de **recomendaciones**.

Con el fin de facilitar su lectura y comprensión, se estructuran las recomendaciones propuestas en torno a los públicos objetivos identificados en el Plan de Comunicación.

En cuanto a los **beneficiarios potenciales y el público en general** se establecen las siguientes **recomendaciones**:

- Mayor utilización de los medios de bajo coste disponibles, como las páginas web, los boletines electrónicos u otros medios de difusión innovadores. Algunos Órganos Gestores/Colaboradores han creado, o tienen previsto incluir, un espacio específico para los Fondos Europeos en sus páginas, dotándolo de mayor contenido sobre los mismos, práctica que sería ampliable al resto de organismos. En este sentido, es importante destacar la participación de los Fondos en la primera página y en lugar visible. Es recomendable asimismo acompañar la incorporación del emblema y el logo de los fondos europeos de un texto explicativo y presentar los contenidos de forma dinámica y atractiva.

- Puesta en marcha de medidas de publicidad, jornadas para mostrar logros, etc. de forma agregada. Esto permitiría la realización de actuaciones de mayor tamaño y visibilidad para la ciudadanía.

Las **recomendaciones** identificadas para los **Órganos gestores, colaboradores y/o beneficiarios** son las siguientes:

- Respecto a los Indicadores de Comunicación:
  - o Se recomienda, tal y como se ha previsto desde los Organismos Intermedios de la Comunitat Valenciana, realizar la recogida de indicadores por parte de los organismos gestores/colaboradores a medida que se ejecutan con el fin de facilitar su identificación, cuantificación y volcado.
  - o En vista del gran volumen de asistentes registrados a las actividades y actos públicos entre 2007 y 2010, se está revisando el proceso de volcado de este indicador por los diferentes organismos intermedios y gestores con el fin de adaptarlo a un método de cuantificación del número de asistentes que permita obtener un valor más homogéneo y acorde a la naturaleza del indicador.
- A fin de incrementar el grado de conocimiento de los organismos beneficiarios, se recomienda una mayor tutorización y seguimiento a los mismos por parte de los organismos gestores/colaboradores en especial para la emisión de instrucciones, la resolución de dudas, etc. logrando así una mayor concienciación de los mismos.
- En cuanto a las sesiones de formación, se recomienda, en vista de los buenos resultados obtenidos, su organización para la difusión de instrucciones y aclaraciones en relación con la gestión de Fondos Europeos. Con el fin de incidir en la necesidad de una mejora en el número de participantes y su duración, detectada por las personas participantes en las mismas, podría realizarse una segmentación de los gestores en grupos más homogéneos y reducidos que permitan afrontar las problemáticas y necesidades de cada uno de ellos de forma más práctica. La principal necesidad extra de formación se ha identificado en el campo de los aplicativos informáticos.
- Los organismos gestores/colaboradores tanto de la Administración General del Estado como de la Generalitat Valenciana, se caracterizan por la alta capilaridad de sus programas debido a la asignación de gestores por actuación cofinanciada. Esto dificulta la tarea de comunicación de las personas responsables de información y publicidad de cada uno de los organismos. A fin de reducir los efectos de dicha capilaridad en la aplicación de las medidas de Información y Publicidad se propone, tal y como se ha procedido para las últimas reuniones, la convocatoria a todas las personas implicadas en la gestión de los Fondos Europeos para las jornadas de formación realizadas en torno a los temas de comunicación, mejorando así su concienciación e implicación en estos temas.
- Se propone asimismo la elaboración de un formulario electrónico tipo, específico para los temas de información y publicidad en el que los beneficiarios respondan a

un cuestionario breve en el que se expongan sus responsabilidades en materia de comunicación en cuanto a la cofinanciación, lista de beneficiarios, obligaciones, recopilación documental, etc. Para esto, sería conveniente involucrar a la junta de contratación con el fin de que facilite las instrucciones pertinentes y los medios para ponerlo en marcha.

Por último, se recogen las **recomendaciones** relativas a los **Medios de Comunicación**. Uno de los objetivos del Plan de Comunicación es lograr la complicitad de los medios, siendo éste un objetivo de mayor dificultad en su consecución. En este sentido, se ha identificado cómo, parte de los Órganos Gestores, colaboradores y/o beneficiarios, cuentan con Gabinetes de Prensa en sus organizaciones. En el periodo 2010-2013 se deberá continuar trabajando en la implicación de dichos Gabinetes con el fin de aprovechar su mayor cercanía y relación con los medios de Comunicación. Ciertos Órganos Gestores/Colaboradores ya están procediendo de este modo al trabajar conjuntamente con sus gabinetes para el desarrollo de las actuaciones de información y publicidad.

En este sentido, y de cara a incidir en la mayor concienciación de los Gabinetes de Prensa acerca de la importancia de las actividades en materia de información y publicidad, las Autoridades de Gestión y los Organismos Intermedios han optado, en esta primera parte del periodo, por involucrarles en mayor medida con, por ejemplo, su participación en las reuniones organizadas por las redes de comunicación o en los grupos de discusión realizados en el marco de la evaluación 2010.

En adelante, podrá continuarse en este sentido mediante:

- La utilización y potenciación de un enfoque del mensaje de forma que resulte atractivo tanto para la Generalitat Valenciana como para la difusión de los Fondos Europeos. Un buen enfoque del mensaje permite ofrecer una imagen de excelencia a la Generalitat y a las diferentes Consellerías por la captación y gestión de Fondos Europeos.
- El fomento de la mención de los Fondos Europeos por parte de los responsables políticos y en la elaboración de notas de prensa desde el enfoque anterior.
- Búsqueda de la complicitad de los medios de comunicación por medio de organización de desayunos, jornadas, etc.

## 8. DEFINICIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS

La identificación de buenas prácticas es un medio de seguimiento de las actuaciones desarrolladas en materia de información y publicidad que fomenta la reflexión interna de los agentes implicados acerca de sus actuaciones y los criterios que deben perseguir las mismas, constituyendo asimismo una fuente de ideas para la puesta en marcha de alguna de ellas por el resto de agentes.

Las buenas prácticas analizadas son sólo una muestra de las actuaciones llevadas a cabo por los diferentes organismos implicados en la gestión de Fondos Estructurales en la Comunitat Valenciana. En efecto, se están desarrollando otras actuaciones de gran repercusión y cobertura que, por medio de pequeñas mejoras ya identificadas, garantizarán la calidad, contenidos y visibilidad necesarios para ser consideradas buenas prácticas.

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” establece una serie de criterios que permiten una aproximación al criterio de “Buena Práctica”:

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

De acuerdo a estos criterios, el presente apartado recoge diferentes actuaciones de la Autoridad de Gestión, los Organismos Intermedios y los Órganos Gestores, Colaboradores y/o Beneficiarios que el equipo evaluador ha considerado buenas prácticas del periodo del 1 de enero de 2007 al 31 de marzo de 2010.

Para cada una de ellas, se incluye a continuación una descripción del proyecto o actuación, la justificación del cumplimiento de los criterios enunciados anteriormente así como ejemplos de documentación gráfica que permiten ilustrar y mostrar el cumplimiento con los requerimientos en materia de información y publicidad.

En primer lugar, se recogen las buenas prácticas de la Autoridad de Gestión y los Organismos Intermedios considerando posteriormente las actuaciones desarrolladas por los Órganos Gestores, colaboradores y/o beneficiarios.

**a) Constitución de la RED GERIP “Grupo Español de Responsables de Información y Publicidad”**

El GERIP es una red constituida por las personas responsables de Información y Publicidad de las Autoridades de Gestión del FEDER, FSE y Fondo de Cohesión y de los responsables de comunicación de cada uno de los Planes de Comunicación regionales. Nace de una iniciativa de las Autoridades de Gestión para establecer un cauce de comunicación adecuado que permita 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 permite adecuar el desarrollo de diferentes opciones de Planes de Comunicación – conjunta o separadamente entre los Programas Operativos- 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.





Se considera que es una “buena práctica”:

- 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 consensuan 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, colaboradores 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

- b) Elaboración en la red GERIP de la “**Guía Metodológica 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, colaboradores 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 esencial para llevar a cabo la presente evaluación así como la prevista para el año 2013, exigible por la reglamentación comunitaria.

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.

Se considera que es una buena práctica,

- 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 de comunicación, que permite obtener informes del estado y evolución de las acciones de comunicación en términos de realización y de resultados 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 el principio de proporcionalidad en las actuaciones que deben llevar a cabo cada una de ellas.
- Por haber incorporado **criterios de Igualdad de oportunidades**: además de utilizar un lenguaje de género adecuado en su redacción, la Guía Metodológica introduce en el documento de los informes de evaluación de 2010 y 2013, el requisito de incorporar un apartado que analice la contribución de las medidas de comunicación a la consecución del 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 Metodológica se ha difundido entre todos los organismos intermedios y se ha hecho llegar a los gestores de las ayudas de los Fondos, a los que va dirigida la publicación.
- Por la evidencia de **un alto grado de calidad** en el diseño de la Guía Metodológica, como lo demuestra el hecho de la buena aceptación de la misma por parte de la Comisión Europea 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, y en la de los Organismos Intermedios responsables de los Planes de Comunicación regionales, para la necesaria puesta en marcha de los contenidos de la misma. Por otra parte, figura en la web de la DG Regio de la Comisión Europea, lo que permite su difusión entre todas las autoridades de gestión y organismos intermedios de la UE-27.

c) La creación del **Grupo de Responsables de Comunicación de la Generalitat Valenciana (GRECOM-GV)**.

La red GRECOM-GV se creó en julio de 2008 y es un foro de discusión de todos los aspectos relacionados con la información y publicidad de los Programas Operativos FEDER y FSE. Está dotada de un reglamento interno de funcionamiento donde se establecen sus objetivos, es decir el de contribuir a la correcta aplicación de las medidas recogidas en el Plan de

Comunicación a través de la coordinación de los aspectos relacionados con dicho Plan. En este sentido el grupo se constituye como principal foro de discusión y cauce de propuestas.



Para ello, en primer lugar constituye el cauce para transmitir a todos los Organismos gestores/colaboradores de la Generalitat Valenciana las decisiones consensuadas en el seno del GERIP, contribuyendo a velar por el cumplimiento de sus responsabilidades reglamentarias en materia de información y publicidad e informando al grupo de las acciones realizadas en este ámbito. Asimismo, contribuye y colabora en el seguimiento de la aplicación de las medidas del Plan de Comunicación, participando en la realización de los informes anuales y final. Asimismo, el GRECOM-GV está concebido para proponer actualizaciones o modificaciones importantes que debieran presentarse, en su caso, al Plan de Comunicación, y colaborar al buen fin de la evaluación de todas las medidas contempladas en el Plan para la verificación del grado de visibilidad y concienciación de los Programas Operativos, así como el papel desempeñado por la Unión Europea en los mismos.

Asimismo, promueve acciones para impulsar el Plan de Comunicación en el ámbito de la Generalitat Valenciana, contribuye a garantizar la mayor difusión posible de la información sobre las oportunidades financieras de ayuda conjunta que ofrece la Unión Europea a través de los Programas Operativos y a realizar el seguimiento del registro documental de las acciones del Plan llevadas a cabo por los responsables de medios de los distintos departamentos de la Generalitat Valenciana que participan en el Plan de Comunicación.

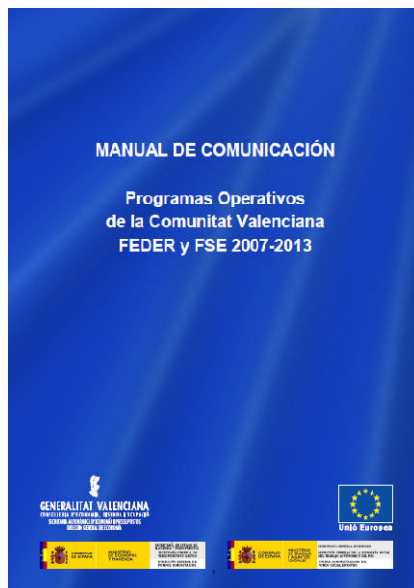
Se considera una buena práctica por:

- El **uso de los recursos innovadores** en la presentación, organización y/o desarrollo. La red GRECOM-GV está suponiendo un paso fundamental e innovador en el seguimiento y coordinación de las acciones de comunicación en el ámbito de la Generalitat. Por primera vez se nombran personas responsables específicas en materia de comunicación entre los Departamentos gestores, colaboradores y/o beneficiarios, siendo ésta red una nueva forma de organización de todas las personas implicadas.
- Por la **adecuación de los contenidos a los objetivos perseguidos**, la realización entre sus miembros y el contenido de las reuniones mantenidas están respondiendo a los objetivos marcados en su reglamento.

- Por responder a los **criterios de Igualdad de Oportunidades**, en lo que se refiere a la representatividad de sus integrantes y por instarse desde su seno a la defensa de este principio en las acciones de comunicación que se llevan o pretendan llevarse a cabo.
- Por la **adecuación con el objetivo general de difusión de los fondos**, toda vez que ésta es una de sus razones de ser.
- Por el **alto grado de cobertura sobre la población objetivo** de la acción de comunicación. La influencia de la acción del Grupo no se acaba en sí misma. El trabajo entre sus miembros tiene su impacto en las personas gestoras y participantes de los Programas Operativos, extendiéndose incluso hacia los beneficiarios por el alcance que pueden tener las decisiones consensuadas por sus miembros.
- Por la evidencia de un **alto grado de calidad en el funcionamiento** y trabajos generados en el seno del grupo, que a través de sus reuniones y comunicaciones contribuyen a la mejor coordinación de las acciones en el ámbito de la Generalitat y en coordinación con la Red de alcance nacional GERIP. Dicho nivel de calidad y utilidad ha sido manifestado por los diferentes Órganos Gestores, colaboradores y/o beneficiarios entrevistados o encuestados a lo largo del proceso de evaluación.
- Por el **uso de nuevas tecnologías de la información**, desde la convocatoria de sus reuniones siempre vía electrónica, la exposición mediante las tecnologías de la información de sus trabajos e informes en las reuniones llevadas a cabo y la utilización de la Web para las actualizaciones de todos los contenidos tratados en su ámbito.

**d) El “Manual de Comunicación de los programas Operativos de la Comunitat Valenciana FEDER y FSE 2007-2013”.**

El Manual de Comunicación, es una importante herramienta a disposición de los órganos gestores, colaboradores y/o beneficiarios de los programas para la adecuada ejecución del Plan de Comunicación (una de cuyas actuaciones previstas es precisamente la elaboración de este Manual), al cubrir la necesidad de establecer criterios homogéneos en la aplicación de las normas de publicidad y facilitar la utilización de los diferentes logos, lemas y emblemas con un catálogo de los mismos en diferentes formatos descargables desde la Web de Fondos Europeos de la Conselleria de Economía, Hacienda y Empleo.



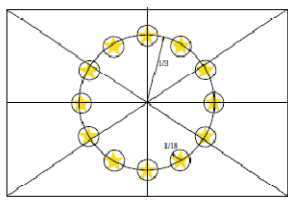
Se considera que constituye una buena práctica por:

- **Uso de los recursos innovadores** en la presentación y organización, al aportar de forma unificada todas las herramientas necesarias para aplicar las normas de publicidad y desarrollar las acciones del Plan de Comunicación.
- **La adecuación de los contenidos a los objetivos perseguidos**, que no es otro que ser una herramienta útil a los organismos gestores, colaboradores y/o beneficiarios y unificadora en la aplicación del Plan. En él se recogen de forma detallada las pautas de comunicación y de uso del emblema y lema de la Unión Europea.



#### Descripción geométrica del emblema

El emblema consiste en una bandera rectangular de fondo azul, cuya longitud equivale a 3 medios de su anchura. Sobre el fondo azul se sitúan 12 estrellas doradas de 5 puntas cada una. Las estrellas se sitúan a intervalos iguales en la circunferencia de un círculo imaginario con centro en la intersección de las diagonales del rectángulo, y cuyo radio equivale a 1/3 de la longitud de la anchura de la bandera. Todas las estrellas están en posición vertical con una punta dirigida hacia arriba y otros dos sobre una recta imaginaria, perpendicular al asta de la bandera. En cada estrella, las puntas se sitúan en la circunferencia de su propio círculo imaginario, con un radio de 1/8 de la longitud del ancho del rectángulo. La disposición de las estrellas se corresponde con la de las horas en la esfera de un reloj y su número es invariable, no existiendo conexiones entre ellas y el número de países integrantes de la UE.



Mala práctica: En estos ejemplos las estrellas se encuentran mal colocadas.



26

#### Fondo Social Europeo, vertical, positivo castellano y valenciano

Versión válida para reproducir con tres colores, dos colores y solo en negro.



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



**Unión Europea**  
Fondo Social Europeu  
*El FSE inverteix en el teu futur*



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



**Unió Europea**  
Fons Social Europeu  
*El FSE inverteix en el teu futur*



**Unió Europea**  
Fons Social Europeu  
*El FSE inverteix en el teu futur*



**Unió Europea**  
Fons Social Europeu  
*El FSE inverteix en el teu futur*

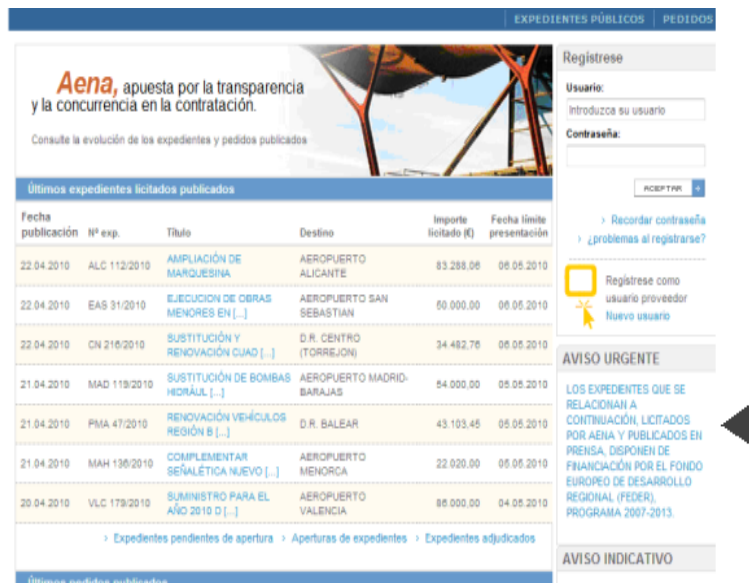
25

- La incorporación del **criterio de igualdad de oportunidades** queda recogido en el cuidado en el uso de un lenguaje no sexista y el empleo de términos genéricos.
  - **Adecuación con el objetivo general de difusión de los fondos**, por su accesibilidad a todos los colectivos interesados y ciudadanía en general al estar disponible en la Web de Fondos Europeos de la Generalitat Valenciana.
  - Por el **alto grado de cobertura** sobre la población objetivo de la acción de comunicación. El Manual ha sido ampliamente difundido y publicitado tanto entre los propios organismos gestores de actuaciones cofinanciadas con los Fondos Europeos como entre los beneficiarios.
  - Por la evidencia de un **alto grado de calidad**, que queda constatada por la buena acogida que ha tenido entre los destinatarios y por la repercusión en la mejora en aquellos aspectos ligados con la comunicación de los fondos en la Comunitat Valenciana.
  - Por el uso de nuevas tecnologías de la información en su difusión a través de internet.
- e) Actuación de AENA de “**publicar en la web pública del Portal de Contratación de Aena, todos los anuncios de licitación de los expedientes de contratación que precisan concurrencia, con referencia a aquellos cofinanciados por el FEDER**”

Con esta acción de comunicación AENA pretende que todos los expedientes que licita, con concurrencia de ofertantes se publiquen en la web, (<http://contratacion.aena.es/contratacion/principal>), aunque también se publiquen en DOUE, en BOE y en prensa, redundando en una mayor transparencia y concurrencia en la licitación de sus expedientes. De esta forma, al aparecer la mención a la cofinanciación de la Unión Europea en aquellos expedientes que van a ser cofinanciados con FEDER, es una forma indirecta de difusión del papel del FEDER en las actuaciones llevadas a cabo por AENA, en un portal que tiene un acceso importante por parte del público afectado.

Se considera buena práctica porque:

- En lo relativo al **uso de recursos innovadores** en la presentación, organización y desarrollo de la acción publicitaria, puesto que el haber unido a las Divisiones de Diseño web y de Contratación de AENA con la Comunicación del FEDER es un recurso innovador tanto en la organización, pues nunca antes se habían coordinado estas tres áreas, desarrollándose una labor de coordinación que ha supuesto un esfuerzo importante que ha arrastrado recursos del Organismo. Asimismo, es innovador en la presentación, pues los contenidos aparecidos en la web se completan por primera vez, con la mención a la cofinanciación del FEDER y, por último, es innovador en el desarrollo futuro de la acción que se presenta, pues la vocación de esta acción es la permanencia en el tiempo.



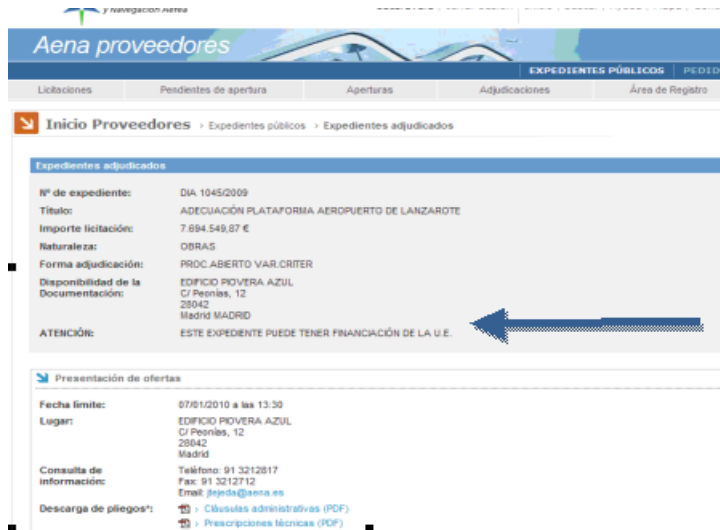
The screenshot shows the Aena website interface. At the top, there are navigation tabs for 'EXPEDIENTES PÚBLICOS' and 'PEDIDOS'. Below this, a banner reads 'Aena, apuesta por la transparencia y la concurrencia en la contratación.' followed by 'Consulte la evolución de los expedientes y pedidos publicados'. The main content area is titled 'Últimos expedientes licitados publicados' and contains a table with the following data:

Fecha publicación	Nº exp.	Título	Destino	Importe licitado (€)	Fecha límite presentación
22.04.2010	ALC 112/2010	AMPLIACIÓN DE MARQUESINA	AEROPUERTO ALICANTE	83.288,06	06.05.2010
22.04.2010	EAS 31/2010	EJECUCIÓN DE OBRAS MENORES EN [...]	AEROPUERTO SAN SEBASTIAN	60.000,00	06.05.2010
22.04.2010	CN 216/2010	SUSTITUCIÓN Y RENOVACIÓN CUAD [...]	D.R. CENTRO (TORREJÓN)	34.482,70	06.05.2010
21.04.2010	MAD 119/2010	SUSTITUCIÓN DE BOMBAS HIDRÁUL. [...]	AEROPUERTO MADRID-BARAJAS	94.000,00	05.05.2010
21.04.2010	PMA 47/2010	RENOVACIÓN VEHÍCULOS REGIÓN B [...]	D.R. BALEAR	43.103,45	05.05.2010
21.04.2010	MAH 136/2010	COMPLEMENTAR SEÑALÉTICA NUEVO [...]	AEROPUERTO MENORCA	22.020,00	05.05.2010
20.04.2010	VLC 178/2010	SUMINISTRO PARA EL AÑO 2010 D [...]	AEROPUERTO VALENCIA	86.000,00	04.05.2010

Below the table are navigation links: 'Expedientes pendientes de apertura', 'Aperturas de expedientes', and 'Expedientes adjudicados'. To the right of the table is a 'Regístrate' section with fields for 'Usuario:' and 'Contraseña:', a 'ACEPTAR' button, and links for 'Recordar contraseña' and '¿problemas al registrarse?'. Below this is a 'Regístrate como usuario proveedor' section with a 'Nuevo usuario' link. Further down is an 'AVISO URGENTE' section with text: 'LOS EXPEDIENTES QUE SE RELACIONAN A CONTINUACIÓN, LICITADOS POR AENA Y PUBLICADOS EN PRENSA, DISPONEN DE FINANCIACIÓN POR EL FONDO EUROPEO DE DESARROLLO REGIONAL (FEDER), PROGRAMA 2007-2013.' and an 'AVISO INDICATIVO' section below it. A black arrow points to the 'AVISO URGENTE' section.

- Por lo que se refiere a la **adecuación de los contenidos a los objetivos** perseguidos hay que señalar que, incluyendo la mención a la cofinanciación en todas las actuaciones cofinanciadas, se está poniendo en práctica el objetivo de difusión de la cofinanciación, tanto a los licitadores como al público general. La difusión de la cofinanciación a través de los fondos Europeos, por medio de la página web de contratación entra plenamente en el objetivo perseguido por la Unión Europea de dar transparencia y hacer visible el papel que juegan los fondos procedentes de la UE.
- La incorporación del **criterio de igualdad de oportunidades** queda recogido en el cuidado en el uso de un lenguaje no sexista tanto en las licitaciones como en la propia página web.
- La **adecuación con el objetivo general de difusión de los fondos**, se cumple porque el contenido de la página web pública de Contratación de AENA responde al objetivo de difusión del FEDER, ya que la persona que accede a la página para interesarse por las licitaciones del Organismo, pueden ver en ella, los expedientes de aquellas actuaciones cofinanciadas por dicho Fondo.





- El **alto grado de cobertura sobre la población objetivo** de la acción de comunicación se consigue al estar alojada en la web pública de AENA que tiene unos 16 millones de visitas al año. Estimando que las visitas al Portal de Contratación, donde se aloja la mención a la cofinanciación, pueden llegar ser el 20% del total de visitas a la web.
  - La evidencia de un **alto grado de calidad**, se ve de forma indirecta, puesto que se aloja en una web elegida como una de las veinte mejores páginas bajo dominio “.es” de los últimos 20 años, con un número de visitas tan alto, como ya se ha dicho, que garantiza la comunicación a un gran número de personas y a través de una buena página web.
  - El **uso de nuevas tecnologías de la información** ya se ha puesto de manifiesto al utilizar un medio de comunicación de reconocida innovación tecnológica, como es una página web.
- f) Realización de **Encuentros Interprovinciales y Nacionales** a lo largo de toda la geografía española. En particular, el llevado a cabo en Valencia.

Durante el año 2009 se realizó un Congreso Interprovincial de Viveristas en Valencia cofinanciados por fondos FEDER. A él se convocó y se contó con la presencia de unos 200 Viveristas de diferentes Comunidades Autónomas. En dicho encuentro se informó sobre la permanencia de la Fundación INCYDE como Organismo Intermedio del nuevo Programa Operativo 2007-2013, y de la nueva dotación presupuestaria que la Fundación iba a recibir para poder desarrollar nuevos Encuentros de Viveristas en un gran número de Comunidades Autónomas, gracias al éxito del Proyecto llevado a cabo.



El objetivo de dicho encuentro de viveristas fue el de acelerar el desarrollo empresarial del viverista aprovechando las sinergias que se produzcan entre ellos, pero también el de sensibilizar y concienciar a la sociedad sobre el papel que los Fondos Europeos juegan en España y el apoyo que la Unión Europea presta a los nuevos emprendedores, teniendo como objetivo prioritario la creación de empleo y la consolidación del mismo.

Tanto en los dípticos repartidos durante el encuentro como en los discursos emitidos en el mismo, se hizo siempre referencia a la financiación de dichos encuentros por parte del FEDER y a la aportación hecha por la Cámara Anfitriona. De esta forma, la publicidad sobre la financiación por parte de los Fondos FEDER en este encuentro fue constante durante el desarrollo del mismo, tanto en la inclusión de los logos de FEDER en dípticos, carteles y banderas como en los discursos emitidos por las personas participantes en ellos. Además cada Cámara ha hecho su propia campaña de difusión de dicho evento y el acto ha aparecido en diversos medios de prensa lo que supone mucha más publicidad de la buena acción de los Fondos FEDER.

Se considera una “buena práctica” por:

- En lo que respecta al **Uso de recursos innovadores** en la presentación, organización y/o desarrollo, ya que el encuentro en si mismo supone una acción innovadora ya que supone poner en contacto a la mayor red de viveros empresariales en Europa,

cofinanciada por Fondos Europeos FEDER. En dichos encuentros se puede señalar como innovadora la exposición por parte de algunos viveristas de su proyecto, puesto que suelen ser proyectos innovadores y que en el momento están teniendo gran aceptación. Señalar también la relevancia de las consultorías especializadas que se establecen durante el encuentro entre viveristas y consultores especializados en diversas materias.



**ENCUENTRO INTERPROVINCIAL DE VIVERISTAS**  
**VALENCIA-SEVILLA-SALAMANCA**  
Lugar del encuentro: Valencia, 6 de julio de 2009

<b>08:30</b>	Recogida de documentación
<b>09:00</b>	Presentación oficial
<b>09:15</b>	Sesiones informativas
<b>10:00</b>	Desayuno
<b>10:30</b>	Reuniones de trabajo
<b>15:00</b>	Comida y clausura

**UNA DÉCADA DE ACTIVIDAD**  
Desde hace casi diez años la Fundación **INCYDE** viene desarrollando un conjunto de acciones con el propósito de crear empresas que añadan riqueza y empleo a sus comunidades de origen. El programa **INCYDE**, dividido en 4 fases, formación, asesoría, laboración e intermediación ha permitido transformar ideas en proyectos viables que, gracias al empuje de trabajadores con vocación emprendedora, han permitido transformarse en empresas activas. Durante todo el proceso, los viveristas han contado con la asesoría del equipo de técnicos de la fundación, y del apoyo de las propias Cámaras. Desde el inicio del programa **INCYDE** más de 1.500 empresas han sido creadas y alojadas durante la fase de consolidación en alguno de los 63 **Viveros** creados hasta la fecha.

**La mayor red de viveros de Europa**

**Cámaras**  
Fundación **INCYDE**

- En lo relativo a la **Adecuación de los contenidos a los objetivos perseguidos**, señalar que en los encuentros se busca principalmente acelerar al desarrollo empresarial de los viveristas aprovechando las sinergias que se producen entre ellos, estableciendo reuniones bilaterales donde explotan áreas de interés común como es la ampliación de su gama de productos, realizando promociones conjuntas, desarrollando alianzas, integrando compras, contratando servicios etc. Por ello, dicho objetivo fue cumplido por parte de las personas asistentes al evento que establecieron sinergias lo que favoreció su expansión nacional y, en algunos casos, internacional. Por otra parte, el encuentro sirvió también para que los participantes conociesen la importancia del FEDER para la puesta en práctica de sus actuaciones.



Acelerar su desarrollo como empresario de éxito es nuestro objetivo

#### SESIONES INFORMATIVAS

Durante el encuentro se organizarán dos sesiones breves donde se expondrán aspectos de interés para los viveristas, tales como 'el miedo de implantar la factura electrónica'...



#### INCYDE ESCUCHA

Indíquenos aquellas materias, ideas o necesidades que considere de interés y que no han sido aún tratadas. Díjase a cualquiera de los consultores que estarán disponibles y exponga sus opiniones.



#### FINANCIACION

Este encuentro es posible gracias a los fondos FEDER y a la aportación de la Cámara arifitana. Ellos han hecho posible que los gastos de desplazamiento y estancia sean sin cargo para los viveristas de las Cámaras de Comercio de Sevilla y Salamanca.

#### LUGAR DEL ENCUENTRO

Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Valencia  
 Jesús, 19. 46007 Valencia (España)  
 Teléfono: 963 162 900  
 Email: info@camaravalencia.com  
 Fax: 963 526 742 / 960 521 740

- La Incorporación de **criterios de igualdad de oportunidades**, ya que tanto hombres como mujeres han tenido acceso a dicho evento, pero también por el alto número de empresarias que forman parte del colectivo de viveristas.
- Sobre la **Adecuación con el objetivo general de difusión de los fondos**, ya que se ha proporcionado una información clara sobre la participación de los fondos europeos en este tipo de actos, mostrando claramente el papel que desempeña la Unión Europea en su cofinanciación ( lo que conduce a una mayor transparencia de la actuación cofinanciada por el FEDER), para que la opinión pública comprenda que dichas intervenciones contribuyen a incrementar el crecimiento económico del país y sus regiones y a alcanzar un mayor nivel de bienestar.
- El **Alto grado de cobertura sobre la población objetivo** de la acción de comunicación, es evidente porque la asistencia al encuentro ha sido masiva lo cual era objetivo y finalidad del mismo. Los participantes en el encuentro han sido viveristas pertenecientes a diferentes Comunidades Autónomas de junto con autoridades de la provincia.



- Por lo que respecta a la Evidencia de un **alto grado de calidad**, la gran difusión y la alta participación recogida en los medios de comunicación lo evidencia, lo que hizo que su repercusión haya sido mayor y que se haya llegado a un gran número de personas.
- Por último, en lo que respecta al **uso de nuevas tecnologías de la información**, señalar que durante la ejecución de los congresos se utilizó una red social dotada de herramientas “on line” colaborativas, donde se priorizó los contenidos multimedia y la participación de los usuarios. Así, los usuarios publicaban un perfil con información personal y de su actividad profesional con la que después se contaba a la hora de llevar a cabo los encuentros entre los viveristas (“maching”). Se disponía además de un sistema de encuesta “on line” para los asistentes y se facilitaba a cada asistente recomendaciones para que sacaran provecho de su estancia en el evento.

g) **ADIF**: seminarios de información sobre Fondos Comunitarios llevados a cabo por el ADIF.

Con el fin de dar a conocer el papel de la Unión Europea en la actividad de ADIF, la Dirección de Planificación Financiera y Presupuestos dependiente de la Dirección General Económico Financiera y de Control ha realizado dos sesiones sobre la Gestión de Fondos Comunitarios en la empresa, impartidas a directivos del Organismo.

El objetivo de las reuniones ha sido el de transmitir la necesidad de la coordinación y colaboración de toda la organización para conseguir la obtención de fondos comunitarios y una gestión eficiente de los mismos, tanto dentro de la Dirección General Económico Financiera y de Control (Dirección de Control y Compras y la de Auditoría Interna y Control de Gestión) como de las demás áreas de la organización y especialmente con las Direcciones de Línea de Alta Velocidad, las Direcciones Generales de Grandes Proyectos de Alta Velocidad, de Desarrollo de Infraestructura, Seguridad, Organización y Recursos Humanos -a través de la Dirección de Calidad y Medio Ambiente- y la Dirección de Comunicación y Relaciones Externas.



A la primera reunión asistieron los directores de Línea de Alta Velocidad, mientras que a la segunda, lo hicieron los de Proyectos y de Estudios, y Control de Gestión, Administración y Recursos, de la Dirección General de Grandes Proyectos de Alta Velocidad, así como el director de Compras y Contratación de la Dirección General de Desarrollo de la Infraestructura.

Dicha actuación cumple con los siguientes criterios de buenas prácticas:

- **Uso de recursos innovadores:** Hasta ahora las reuniones han sido únicamente organizadas por las Autoridades de Gestión o por los Organismos Intermedios, nunca por los Órganos Gestores o beneficiarios.
- **Adecuación de los contenidos a los objetivos perseguidos:** En ambas reuniones se hizo hincapié en la importancia de dar la máxima transparencia a los fondos europeos en todas las actuaciones del ADIF cofinanciadas por los Fondos Europeos y en insistir en el papel de la Unión Europea para llevar adelante importantes proyectos del Organismos que permitirán la mejora de la calidad de vida de la ciudadanía.
- **Criterios de igualdad de oportunidades:** Uso de lenguaje no sexista y convocatoria a las reuniones no excluyente por cuestión de sexo.
- **Adecuación con el objetivo de difusión de los fondos:** La difusión a nivel interno vela por el cumplimiento del objetivo del Plan de Comunicación de “Implicar en mayor medida a los Órganos Gestores en las acciones de comunicación de los Programas Operativos”.
- El alto **grado de cobertura sobre la población objetivo** de la acción de comunicación, se logró puesto que participaron las distintas Unidades de la empresa que fueron convocadas.



- Alto **grado de calidad**: Respuesta positiva de las personas asistentes en las reuniones. Una vez pasadas, se ha constatado que las cuestiones debatidas han dado frutos positivos en todos los ámbitos de aplicación de los fondos y particularmente en los aspectos de comunicación.

h) **Urbana Torrent**: campaña de difusión del proyecto Urban en el municipio de Torrent.

El Programa URBANA es una iniciativa que vela por generar trabajo y recuperar el barrio del Xenillet, uno de los barrios más necesitados de la ciudad de Torrent.

En este sentido, el Ayuntamiento de Torrent está llevando a cabo una campaña activa de difusión de las actuaciones que se están desarrollando gracias al Proyecto Urbana, cofinanciado con Fondos Europeos.

En noviembre de 2009 se realizó el Acto de Inauguración de la Oficina Urban al barrio de Xenillet y la presentación al Consejo de Barrio. Este acto estuvo presidido por la Alcaldesa de Torrent y estuvieron presentes distintas personalidades y responsables del proyecto de Iniciativa Urbana del barrio del Xenillet. En dicho acto, estuvo presente la mención a la cofinanciación de dicho proyecto con Fondos Europeos.



Además del acto de presentación, desde esta fecha se ha iniciado una campaña de difusión del Proyecto a nivel municipal: con publicidad en los autobuses urbanos, noticias en prensa local y nacional, vallas publicitarias, folletos informativos sobre actuaciones concretas y en general, difusión a través de la página web del Urban Xenillet, presentación de los resultados de los proyectos realizados al público interesado, etc. Para aquellas actuaciones que lo permiten se están diseñando vídeos para poder difundir las actuaciones para su proyección como spots publicitarios en los autobuses urbanos, en la oficina Urban o en actos de difusión que se celebren posteriormente, todo ello considerando y reflejando la aportación de los Fondos Europeos a dicha iniciativa.

Con el fin de planificar la puesta en marcha de esta campaña a lo largo de todo el periodo de programación se ha redactado un Plan de acciones de comunicación para cada uno de los proyectos enmarcados dentro de la Iniciativa URBANA. La finalidad del plan es dar mayor notoriedad y transparencia de las actuaciones cofinanciadas por el FEDER para el barrio del Xenillet, así como trasladar una imagen homogénea y coherente a la ciudadanía.

El Plan nace con la idea de conseguir que un mayor número de destinatarios de las actuaciones del proyecto URBANA sean conscientes del origen comunitario de la ayuda que reciben y también conocedores de los sectores o ámbitos de intervención que la Unión potencia. Para cada proyecto en función de sus peculiaridades es necesario abordar las acciones de comunicación de distinto modo siempre teniendo en cuenta el público objetivo al que va dirigido.

Dicha práctica cumple con los siguientes criterios de buenas prácticas:

- Uso de **recursos innovadores**: entre otros muchos medios de difusión utilizados, destaca la difusión realizada por medio de publicidad en los autobuses urbanos.



- **Adecuación de los contenidos a los objetivos** perseguidos: tanto en las actividades de difusión y actos realizados, como en las publicaciones editadas, en las notas de prensa emitidas, etc. se ha cumplido con los requerimientos en materia de Información y Publicidad.



Se adjunta a continuación el folleto utilizado en la inauguración de la oficina de Urban Torrent en el que se percibe el protagonismo otorgado a la cofinanciación con Fondos Europeos.

**Proyecto Urban**

- Se trata de un proyecto cofinanciado por la Unión Europea y el Ayuntamiento de Torrent, para lograr la regeneración económica y social de zonas urbanas de ciudades, favoreciendo un desarrollo urbano sostenible.
- El Ayuntamiento de Torrent optó por el barrio del Xenillet con el fin de contribuir e impulsar su desarrollo social, educativo y comercial, regenerando asimismo el ambiente urbano de la zona.
- Este proyecto contempla importantes actuaciones a distintos niveles, que se encuentran descritas en este folleto, entre las que destacan las encaminadas a la formación de los residentes en el barrio y las de fomento del empleo.
- Por ello, las primeras actuaciones en ponerse en marcha son las dirigidas a la formación con la finalidad de crear el próximo año 120 puestos de trabajo que se puedan desarrollar, en su mayor parte, dentro del propio barrio, con las obras de reurbanización que se llevarán a cabo.

Con la apertura de la Oficina Urban, se inicia el desarrollo del proyecto y se empezarán a recibir los fondos de la Unión Europea, a medida que se vayan justificando los distintos gastos e inversiones en el barrio.



Proyecto cofinanciado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)



**OFICINA URBAN**

c/Valencia nº 42  
TORRENT  
96 155 04 26

**HORARIO DE ATENCIÓN AL PÚBLICO**

MAÑANAS DE 9.00h a 14.00h  
TARDES DE 16.30h a 19.30h

**SERVICIOS:**

- Atención al ciudadano
- Información de los proyectos
- Asesoramiento para la participación





**Iniciativa URBANA Barrio del Xenillet 2007-2013**

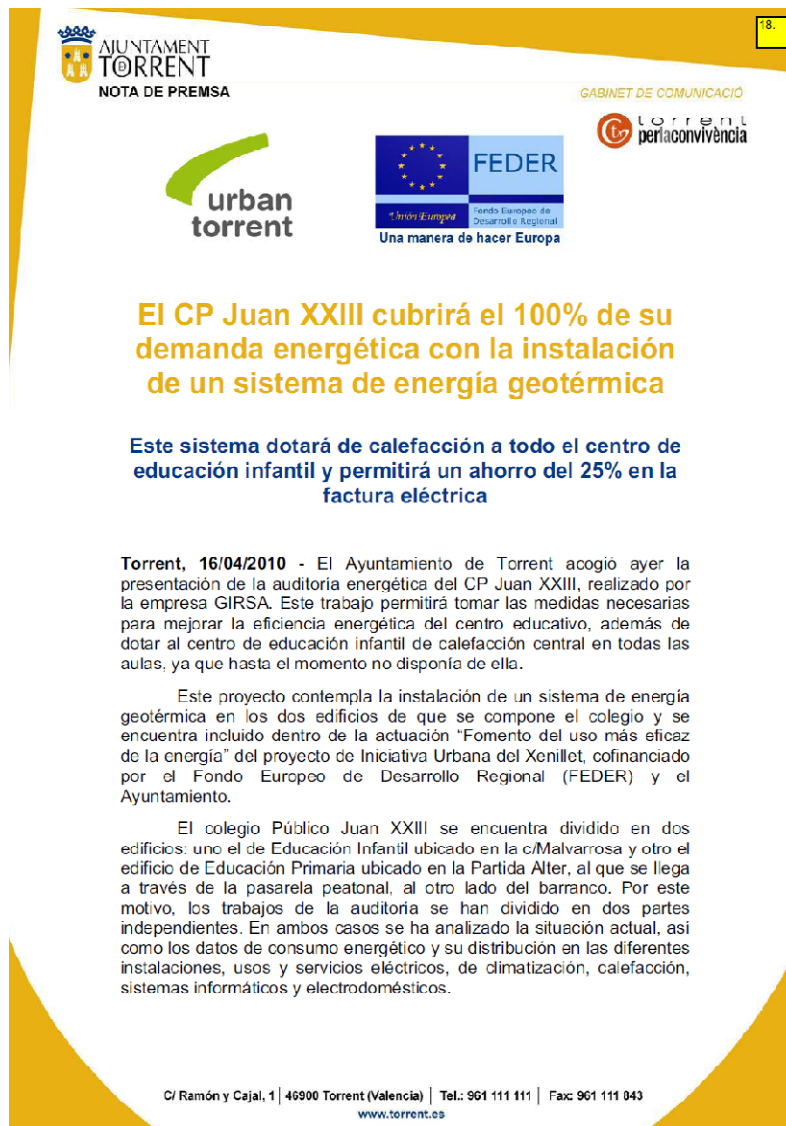
- Criterios de **igualdad de oportunidades**: Utilización de lenguaje no sexista en las comunicaciones realizadas y aplicación de las medidas a toda la ciudadanía sin perjuicio de su sexo.
- **Adecuación con el objetivo de difusión de los fondos**: Responde a dos de los objetivos perseguidos por el Plan de Comunicación:
  - Dotar de mayor notoriedad y transparencia a las actuaciones de la Unión Europea en la CV.
  - Trasladar una imagen homogénea y coherente a la ciudadanía.



**2** Carteles luminoso y de metacrilato fachada oficina urban

**3** Carteles para ventanal oficina

- **Alto grado de cobertura:** La difusión de actuaciones a nivel municipal suele ser más eficiente y tener un mayor impacto en la población civil en tanto en cuanto les afecta directamente. Se recoge a continuación una nota de prensa emitida en la que se identifica la mención a la cofinanciación con Fondos Europeos así como dos artículos de prensa en los que queda reflejada la contribución de los Fondos Europeos a la mejora del Barrio del Xenillet.



**AJUNTAMENT TORRENT**  
NOTA DE PREMSA

**urban torrent**

**FEDER**  
Fondo Europeo de Desarrollo Regional  
Una manera de hacer Europa

**torrent per la convivència**

**El CP Juan XXIII cubrirá el 100% de su demanda energética con la instalación de un sistema de energía geotérmica**

**Este sistema dotará de calefacción a todo el centro de educación infantil y permitirá un ahorro del 25% en la factura eléctrica**

**Torrent, 16/04/2010** - El Ayuntamiento de Torrent acogió ayer la presentación de la auditoría energética del CP Juan XXIII, realizado por la empresa GIRSA. Este trabajo permitirá tomar las medidas necesarias para mejorar la eficiencia energética del centro educativo, además de dotar al centro de educación infantil de calefacción central en todas las aulas, ya que hasta el momento no disponía de ella.

Este proyecto contempla la instalación de un sistema de energía geotérmica en los dos edificios de que se compone el colegio y se encuentra incluido dentro de la actuación "Fomento del uso más eficaz de la energía" del proyecto de Iniciativa Urbana del Xenillet, cofinanciado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) y el Ayuntamiento.

El colegio Público Juan XXIII se encuentra dividido en dos edificios: uno el de Educación Infantil ubicado en la c/Malvarrosa y otro el edificio de Educación Primaria ubicado en la Partida Alter, al que se llega a través de la pasarela peatonal, al otro lado del barranco. Por este motivo, los trabajos de la auditoría se han dividido en dos partes independientes. En ambos casos se ha analizado la situación actual, así como los datos de consumo energético y su distribución en las diferentes instalaciones, usos y servicios eléctricos, de climatización, calefacción, sistemas informáticos y electrodomésticos.

C/ Ramón y Cajal, 1 | 46900 Torrent (Valencia) | Tel.: 961 111 111 | Fax: 961 111 043  
[www.torrent.es](http://www.torrent.es)

El Mundo 10-09-09

- **Alto grado de calidad:** Utilización de diversos medios (actos, publicidad, publicaciones, etc.) para la llegada a la ciudadanía de Torrent.
- **Uso de nuevas tecnologías de la información,** las actuaciones cofinanciadas a través de URBANA Torrent no se han difundido únicamente por los medios tradicionales sino que se ha hecho uso de las nuevas tecnologías. En efecto, en la página web de la iniciativa urbana del barrio del Xenillet se hace expresamente referencia a la cofinanciación de la iniciativa con Fondos Europeos.



**TORRENT INICIATIVA URBANA XENILLET** Valencià Castellano

urban torrent AJUNTAMENT TORRENT

Buscar  Ok > Oficina URBANA Xenillet - C/ Valencia, 42 - Horarios Lunes a Viernes 9:00 h - 14:00 h / 16:30 h - 19:30 h

URBAN Barrio del Xenillet Proyectos Perfil Contratante Publicaciones Imágenes

Se encuentra en: [Página Principal](#) > [Noticias](#) > [Detalle](#)

**Puesta en marcha de la página Web Iniciativa URBANA de Torrent 15-dic-2009**

Las actuaciones a realizar en el **barrio del Xenillet**, gracias al proyecto de Iniciativa Urbana 2007-2013 de la ciudad de Torrent cofinanciado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) y el **Ayuntamiento de Torrent**, podrán ser consultadas desde hoy en una nueva página **Web** creada con el fin de informar y dar publicidad sobre todas las actuaciones que se lleven a cabo en este barrio de Torrent.

Se podrá acceder a esta página web mediante un link existente en la página web del Ayuntamiento de Torrent, que abrirá la página Iniciativa URBANA Xenillet.

Desde esta página se pretende:

- Informar a los ciudadanos de Torrent en general y a los vecinos del barrio del Xenillet en particular, así como a cualquier interesado del objeto del proyecto de Iniciativa URBANA del Xenillet: antecedentes, presupuestos, financiación, proyectos...
- Dar publicidad al proyecto, y recoger todas las noticias y eventos que se vayan a realizar en relación con este proyecto.
- Permitir el acceso al perfil del contratante específico para las actuaciones y proyectos del barrio.
- Disponer de una sección de publicaciones, en la que se podrá consultar las distintas publicaciones realizadas hasta la fecha por los distintos medios de comunicación, así como cartelería, folletos, boletines, que se editen a lo largo del desarrollo del proyecto.
- ...

En definitiva un espacio para el ciudadano pueda disponer de toda la información actualizada de lo que acontece en el barrio del Xenillet, a raíz del proyecto de Iniciativa Urbana cofinanciado por el FEDER y el Ayuntamiento de Torrent para este barrio.

[Fichero Anexo](#)

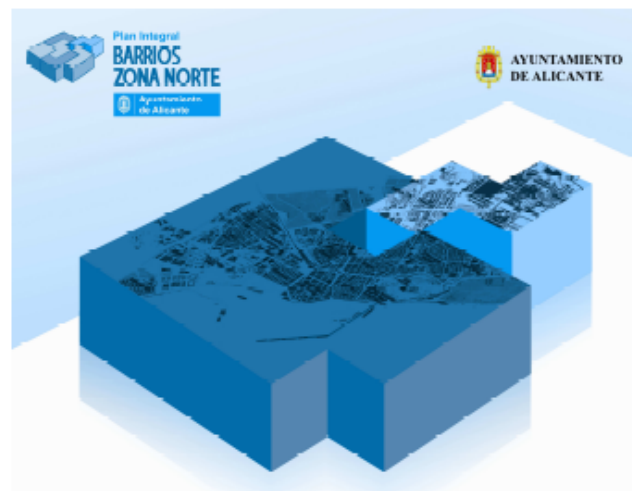
[Volver](#)

Proyecto cofinanciado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)

i) **Urbana Alicante:** elaboración de manuales internos de procedimientos y de identidad visual

Con el objetivo de facilitar el diseño de los sistemas más adecuados para garantizar el buen uso de los Fondos, la normativa comunitaria indica que han de facilitarse normas e instrucciones comunes en materia de gestión y control de las actuaciones objeto de cofinanciación. En este sentido, atendiendo a la asignación a la ciudad de Alicante de un proyecto de la Iniciativa Urbana 2007-2013 financiada con el FEDER, se ha elaborado en 2009 un manual que contiene los procedimientos aplicables en la gestión del Proyecto Urbana: Barrios Zona Norte de la ciudad de Alicante, donde el Ayuntamiento de Alicante actúa como Organismo Intermedio así como un Manual de Identidad Visual, este último en formato papel, CD-ROM y página web: [alicantenorte.org](http://alicantenorte.org).

Adicionalmente se han realizado varias reuniones técnicas internas y externas con beneficiarios para explicar y detallar la normativa exigida de información y publicidad para conseguir su correcta aplicación.



**MANUAL DE PROCEDIMIENTOS  
para la Gestión del Proyecto  
Urban Barrios Zona Norte de Alicante.**

Alicante, Mayo 2010



Proyecto Cofinanciado con FEDER,  
Iniciativa Urbana 2007-2013

Esta práctica cuenta con los siguientes criterios para ser considerada una buena práctica:

- **Uso de recursos innovadores:** los manuales internos han sido elaborados y distribuidos haciendo uso de diferentes medios: papel, CD-ROM y página web, en el caso del Manual de Identidad Visual.
- **Adecuación de los contenidos a los objetivos perseguidos:** los contenidos incluidos en los manuales están directamente relacionados con la correcta puesta en marcha de los requerimientos de información y publicidad y, por lo tanto, con los objetivos perseguidos.
- **Criterios de igualdad de oportunidades:** los manuales han sido distribuidos y utilizados por las diferentes personas implicadas en la gestión y difusión de los Fondos con independencia de su sexo. No se ha identificado ningún caso de utilización de lenguaje sexista en dichos manuales.
- **Adecuación con el objetivo de difusión de los fondos:** Responde a dos de los objetivos perseguidos por el Plan de Comunicación:

- Dotar de mayor notoriedad y transparencia a las actuaciones de la Unión Europea en la CV.
- Trasladar una imagen homogénea y coherente a la ciudadanía
- **Alto grado de cobertura:** los manuales han sido distribuidos entre técnicos, publicistas y diseñadores de los organismos beneficiarios con la realización adicional de reuniones técnicas internas y externas para explicar y detallar la información contenida.
- **Alto grado de calidad:** el Manual de procedimientos contiene la siguiente información:
  - Las obligaciones en materia de gestión y control.
  - El diseño de los procedimientos para el cumplimiento de las obligaciones contraídas en el marco del Programa Operativo de la Comunidad Valenciana.

El Manual de identidad visual incluye modelos de logotipos, vallas, carteles, plantillas digitales, etc. acordes a los requerimientos de información y publicidad de los Fondos Europeos.



- **Uso de nuevas tecnologías de la información:** el Manual de Identidad Visual está disponible en la página web [alicantenorte.org](http://alicantenorte.org). La información contenida está bien estructurada y accesible.



- j) **Consellería de Sanitat:** etiquetado identificativo. La serigrafía impresa de serie del logo de la Unión Europea sobre la tapa de los ordenadores portátiles cofinanciados por el FEDER en el ámbito sanitario.

Dentro del sector sanitario se encuentra un gran número de trabajadores de la Agencia Valenciana de Salud (AVS), personal responsable de coordinación de tareas y labores de inspección sanitaria, principalmente, que se ven obligados a desplazarse por los distintos centros de salud y hospitales de la Comunitat Valenciana para realizar su gestión diaria. Dichos profesionales necesitan mantener la conexión con las aplicaciones centrales de la AVS que les permiten acceder on line a las bases de datos y sistemas de gestión de información corporativa. Por este motivo, se estimó necesaria la adquisición de portátiles destinados para el uso del personal itinerante.

Este proyecto está cofinanciado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER), en el marco del Programa Operativo Comunitat Valenciana 2007-2013, lo cual se publicita mediante la serigrafía impresa de serie del logo de la Unión Europea sobre la tapa de cada uno de los ordenadores portátiles adquiridos.

Esta práctica cumple los siguientes criterios de selección de buena práctica:

- **Uso de recursos innovadores:** El serigrafiado otorga permanencia e inalterabilidad frente a otro tipo de etiquetas.
- **Adecuación de los contenidos a los objetivos perseguidos:** Permite el conocimiento por parte de los profesionales de la sanidad así como de sus pacientes, proveedores, otros profesionales, etc. del papel que juega la Unión Europea por medio de la cofinanciación de estas actuaciones a través del FEDER.



- **Criterios de igualdad de oportunidades:** Llegada a cualquier profesional de la Consellería de Sanidad con independencia de su sexo.
- **Adecuación con el objetivo de difusión de los fondos:** Responde a dos de los objetivos perseguidos por el Plan de Comunicación:
  - Dotar de mayor notoriedad y transparencia a las actuaciones de la Unión Europea en la CV.

- Trasladar una imagen homogénea y coherente a la ciudadanía
- **Alto grado de cobertura:** El carácter itinerante del colectivo de destinatarios de los ordenadores etiquetados garantiza una amplia difusión.
- **Alto grado de calidad:** Serigrafiado permanente frente a otro tipo de etiquetados.
- **Uso de nuevas tecnologías de la información:** Práctica asociada al uso de nuevas tecnologías de la información.

k) **SERVEF:** Boletín semanal de ofertas del SERVEF.

Este Boletín tiene como objetivo acercar las ofertas que hay en publicidad a la persona demandante de empleo a través de este canal de comunicación. El contenido se genera automáticamente con un fichero txt que se obtiene de la aplicación de intermediación del SERVEF, TAURÓ.

Este Boletín tiene una amplia distribución e incluye en la portada de todos sus números un logo del Fondo Social Europeo. La distribución se realiza en un plazo máximo de dos días a partir del momento en el que se facilitan los contenidos del boletín, a través del correo electrónico, a la empresa contratada para realizar este servicio.

Asimismo, el papel prensa salmón que se usa para editar el boletín es 100% reciclado, y no se usan pastas vírgenes para su elaboración.



Por lo tanto, dicha práctica cumple los siguientes criterios para ser considerada una buena práctica:

- **Uso de recursos innovadores:** La rápida distribución, en un máximo de dos días permite cubrir mejor las necesidades de la situación actual del mercado laboral, siendo un boletín atractivo para la ciudadanía.



- **Criterios de igualdad de oportunidades:** No hay discriminación por cuestión de sexo, utilizándose imágenes tanto de hombres como de mujeres en todo tipo de perfiles profesionales.
- **Adecuación con el objetivo de difusión de los fondos:** Este boletín permite la llegada del logo y del emblema del Fondo Social Europeo a un gran número de ciudadanos/as.
- **Alto grado de cobertura:** Se distribuye semanalmente en las Direcciones Territoriales, los Centros propios del SERVEF y los Centros asociados. Existen alrededor de 200 puntos en toda la Comunitat Valenciana donde el demandante puede acudir a recoger el Boletín, que tiene una tirada de alrededor de 20.000 ejemplares.
- **Alto grado de calidad:** Además de estar elaborado con papel prensa salmón 100% reciclado, y de no usar pastas vírgenes para su elaboración, cumple con los requerimientos del logo y del emblema.
- **Uso de nuevas tecnologías de la información:** El contenido se genera automáticamente con un fichero txt que se obtiene de la aplicación de intermediación del Servef, TAURÓ.

l) **IMPIVA:** distribución de adhesivos a los beneficiarios de Fondos Europeos.

Desde el IMPIVA, Órgano Gestor de Fondos Europeos de la Comunitat Valenciana, se gestiona la concesión de ayudas a un gran número de empresas y otros organismos. Su papel es el de conceder las ayudas, informar acerca de sus responsabilidades como beneficiarios de Fondos Europeos y garantizar el cumplimiento de dichas responsabilidades.

Dado el gran volumen de beneficiarios a los que van destinados los fondos gestionados por el IMPIVA, cobra especial relevancia la transmisión a los beneficiarios de información concreta y precisa acerca de los requerimientos y obligaciones que deben cumplir en materia de Información y Publicidad.

En aquellos casos en que los Fondos Europeos van destinados a la adquisición de equipamiento por parte del beneficiario y con el fin de facilitar el cumplimiento de los requerimientos en cuanto a información y publicidad, así como el seguimiento en el cumplimiento de las obligaciones de sus beneficiarios, desde el IMPIVA, se ha diseñado una serie de adhesivos de diferentes tamaños que son entregados a los beneficiarios y que limitan su responsabilidad a la colocación del mismo en un lugar visible y adecuado.

Cada beneficiario debe enviar al IMPIVA con posterioridad a la colocación del adhesivo documentación gráfica que lo certifique pudiendo ser auditado en cualquier momento por el Órgano Gestor, que en caso de incumplimiento, paraliza el expediente hasta la subsanación de los aspectos de información y publicidad.

De esta forma se garantiza el cumplimiento de los requerimientos que el adhesivo o placa debe cumplir en cuanto a dimensiones, logo, emblema, etc. facilitando la aplicación por parte de los beneficiarios y el control y seguimiento por parte del Órgano Gestor.

Dicha práctica cumple con los siguientes criterios de buenas prácticas:

- **Uso de recursos innovadores:** es frecuente la mención a la necesidad de colocación de una placa en caso de financiación de objetos físicos, el hecho de elaborar adhesivos facilita su colocación y mantenimiento. De esta forma, el Órgano Gestor facilita el cumplimiento por parte de los beneficiarios de sus obligaciones en materia de información y publicidad, lo cual podría servir de ejemplo a otros organismos.
- **Adecuación de los contenidos a los objetivos perseguidos:** los adhesivos han sido diseñados conforme a todos los requerimientos que deben cumplirse en materia de I+D.



- **Adecuación con el objetivo de difusión de los fondos:** la centralización de la preparación de los adhesivos por parte del IMPIVA garantiza el traslado de una “imagen homogénea y coherente a la ciudadanía”. El diseño del adhesivo junto con el control y supervisión de la colocación del mismo en un lugar visible garantizan el cumplimiento del objetivo de difusión de los fondos.
- **Alto grado de cobertura:** los adhesivos son facilitados a los beneficiarios por el IMPIVA en del tamaño adecuado en función del lugar al que van destinados. El lugar de colocación de los mismos debe garantizar su visibilidad, aspecto que es controlado y supervisado por el Órgano Gestor.
- Evidencia de **un alto grado de calidad:** el adhesivo garantiza una mayor durabilidad y permanencia que otros tipos de carteles o placas junto con una mayor facilidad de colocación. Adicionalmente, el IMPIVA facilita un manual de justificación a los beneficiarios en el que se incluyen los requerimientos en materia de información y publicidad. En el ejemplo adjunto de carta de notificación de la concesión de ayuda que desde el IMPIVA se entrega al beneficiario de Fondos Europeos, puede comprobarse la mención de la cofinanciación así como la obligatoriedad de colocación de los adhesivos en los bienes inventariables y documentos.



*Prototipo del dispositivo de mecanizado de espumas automatizado y transportable*



*Puntero láser lineal para dispositivo de escaneado*

*Este informe se ha realizado dentro del ámbito del proyecto de Evaluación del Plan de Comunicación de los Programas Operativos de FEDER y FSE para y sólo para la Dirección General de Economía de la Generalitat Valenciana y según los términos de nuestra carta de contratación de 10 de marzo de 2010. PwC no acepta ninguna responsabilidad ante terceros que pudieran hacer uso del contenido de este informe, sin la aceptación previa de PwC.*