

Evaluación del Plan de Comunicación del PO del FEDER 2007-2013 de Asturias

30 de Septiembre 2010



MINISTERIO
DE ECONOMÍA
Y HACIENDA

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



Asturias
Reflejo de Europa



RED2RED
CONSULTORES

RED2RED
GRUPO

Índice de contenidos

INTRODUCCIÓN.....	3
1. METODOLOGÍA DE LA EVALUACIÓN	5
1.1. <i>Diseño técnico de la evaluación</i>	5
1.2. <i>Métodos y técnicas utilizadas</i>	8
1.3. <i>Valoración de lo anterior</i>	11
2. ANÁLISIS DE LA PROGRAMACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	12
2.1. <i>Pertinencia de la estrategia de comunicación</i>	12
2.2. <i>Validez y consistencia interna del Plan de Comunicación</i>	14
2.3. <i>Asignación y adecuación de los recursos</i>	16
2.4. <i>Consideración del principio de igualdad de oportunidades</i>	16
3. ANÁLISIS DE LA APLICACIÓN DE LAS MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD	17
3.1. <i>Avances en la ejecución de las medidas</i>	17
3.2. <i>Integración de las actividades de información y publicidad en los informes anuales de ejecución</i>	23
3.3. <i>La repercusión de los sistemas de seguimiento en la calidad de la ejecución de las medidas</i>	24
4. VERIFICACIÓN DE LA INCLUSIÓN DE LA INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD EN LAS ACTUACIONES DE VERIFICACIÓN Y CONTROL DEL FEDER.....	28
5. INCORPORACIÓN DEL PRINCIPIO DE IGUALDAD DE OPORTUNIDADES EN LAS MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD	29
6. ANÁLISIS DEL IMPACTO: LOGROS Y DESAFÍOS DE LAS ACTIVIDADES EN MATERIA DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD	31
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES: PROPUESTAS DE MEDIDAS A ADOPTAR	35
8. BUENAS PRÁCTICAS	36

INTRODUCCIÓN

El desafío de la visibilidad y la concienciación de la ciudadanía europea acerca de los beneficios de la política regional comunitaria, cofinanciada por los Fondos Estructurales y el Fondo de Cohesión, se ha constituido como un reto prioritario para la Comisión Europea en el actual periodo de programación 2007-2013.

El desconocimiento general sobre los objetivos y la finalidad de los Fondos, así como la falta de valorización del papel que juega la Unión Europea en el desarrollo económico de las regiones y en la mejora de la calidad de vida de sus habitantes, unido a la superación en periodos anteriores de las dificultades derivadas de la gestión administrativa de los Fondos, ha convertido a la información y publicidad en el gran reto del periodo 2007-2013; es decir, cómo *comunicar más y mejor los logros de la Política de Cohesión de la Unión Europea*.

Los requisitos de la normativa vigente en esta materia establecen, entre otras cosas, *“la necesidad de destacar el papel desempeñado por la Comunidad y de garantizar la transparencia de la ayuda procedente de los Fondos”*, e incorpora la obligación de *“...que se evalúen los resultados de las medidas de información y publicidad en cuanto al grado de visibilidad y concienciación de los programas operativos (PO), así como del papel desempeñado por la Comunidad”*.

Así pues, se prevé la realización de dos evaluaciones de los Planes de Comunicación de los POs:

- *Evaluación de los Planes de Comunicación de los POs en 2010*, de carácter intermedio, cuyo objetivo radica en conocer el grado de ejecución del Plan de Comunicación, sus resultados e impactos. Además, y teniendo en cuenta que se trata de una evaluación intermedia, tiene la finalidad de estimar la idoneidad de la estrategia del Plan, los problemas derivados de la ejecución de las medidas, y la adecuación del presupuesto (entre otras cosas) en aras de lanzar las consideraciones y recomendaciones pertinentes que contribuyan a mejorar la ejecución del Plan de Comunicación, vigente hasta el año 2013.
- *Evaluación de los Planes de Comunicación de los POs en 2013*, de carácter final, cuyo objetivo será (al igual que en el caso anterior) analizar la ejecución, resultado e impactos de los Planes con la finalidad de estimar la idoneidad de la estrategia de los mismos en relación con los objetivos formulados ad hoc.

A falta de orientaciones específicas de la Comisión Europea con respecto a la metodología de evaluación a aplicar, cada Estado miembro ha sentado las bases y los principios a seguir para la evaluación de los Planes de Comunicación de los POs de aplicación en sus regiones, estableciendo los mismos de acuerdo a la estrategia de comunicación planteada y bajo su propia responsabilidad.

En el caso de España, dada la necesidad de articular este proceso de evaluación de manera coordinada y coherente, se vio necesario que las Autoridades de Gestión del Fondo Europeo de Desarrollo Regional

¹ Artículo 69 del Reglamento (CE) N° 1083/2006.

² Artículo 4.2.c del Reglamento (CE) N° 1828/2006.

(FEDER), Fondo de Cohesión y Fondo Social Europeo (FSE) ³ elaborasen de manera conjunta, a través de sus responsables en materia de comunicación, una “*Guía General de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los Programas Operativos FEDER, Fondo de Cohesión y FSE 2007-2013*” que definiese una propuesta metodológica para la puesta en marcha del proceso conjunto de seguimiento y evaluación de los distintos Planes de Comunicación. Además, esta *Guía* determina el índice de contenidos que deben presentar los informes de evaluación de los Planes de Comunicación de los POs de aplicación en España.

El informe que se presenta a continuación constituye la *Evaluación Intermedia de 2010 del Plan de Comunicación del PO del FEDER 2007-2013 del Principado de Asturias*. A lo largo del mismo se analizarán la evolución de la ejecución, los resultados, impactos, estrategia, etc. del Plan de Comunicación, con el objetivo de contribuir a la mejora de la visibilidad y concienciación de la ciudadanía acerca del FEDER.

³ Respectivamente, la Subdirección General de Administración del Fondo Europeo de Desarrollo Regional, la Subdirección General del Fondo de Cohesión y de Cooperación Territorial Europea, de la Dirección General de Fondos Comunitarios del Ministerio de Economía y Hacienda, y la Unidad Administradora del Fondo Social Europeo (UAFSE), del Ministerio de Trabajo e Inmigración.

1. METODOLOGÍA DE LA EVALUACIÓN

El presente epígrafe recoge la metodología empleada para la Evaluación del Plan de Comunicación del PO del FEDER 2007-2013 del Principado de Asturias (en adelante la Evaluación);

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

1.1. Diseño técnico de la evaluación

Punto de partida

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

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

Objeto de la evaluación

La evaluación recogida en el presente informe tiene por objeto analizar el grado de ejecución, los resultados e impactos logrados por el Plan de Comunicación del PO del FEDER 2007-2013 del Principado de Asturias.

Criterios de evaluación

Los criterios de evaluación constituyen el conjunto de aspectos clave analizados en la Evaluación. Es muy importante que dichos criterios sean claros y estén perfectamente definidos, ya que son los aspectos en los que se centrará la Evaluación.

Los criterios de Evaluación empleados han sido los siguientes:

- ❑ **Proporcionalidad**, es decir, la existencia de una correspondencia entre las actuaciones recogidas en el PO y el montante financiero destinado a su cofinanciación, las actuaciones en materia de comunicación que se van a evaluar, así como la pertenencia de la Comunidad Autónoma de Asturias al Objetivo de Convergencia.
- ❑ **Pertinencia de la estrategia de comunicación** definida en el Plan de Comunicación en relación con las directrices comunitarias formuladas en materia de comunicación. En este sentido, se valorará la adecuación de la estrategia de comunicación del Plan de Comunicación respecto a la documentación existente en esta materia procedente de la red de comunicación INFORM, de la Comisión Europea.
- ❑ **Validez y consistencia interna del Plan de Comunicación**, comprobando la coherencia entre los objetivos del Plan de Comunicación y las medidas puestas en marcha para alcanzar dichos objetivos.
- ❑ **Asignación y adecuación de los recursos** destinados a esta materia; es decir, el grado de ajuste entre las medidas del Plan y los recursos disponibles para su ejecución.
- ❑ **Consideración del principio de igualdad de oportunidades**; es decir, si se ha tenido en cuenta el principio de igualdad de oportunidades en las acciones de información y publicidad ejecutadas durante el periodo de análisis⁴ que cubre la Evaluación.

Alcance temporal

La Evaluación se centra en las medidas y actuaciones del Plan de Comunicación ejecutadas entre el 1 de enero de 2007 y 31 de marzo de 2010.

Agentes implicados y sus responsabilidades

De conformidad con los Reglamentos 1083/2006 y 1828/2006 de la Comisión Europea, y según los acuerdos alcanzados a nivel nacional entre las Autoridades de Gestión y los Organismos Intermedios (en adelante OI) de los Programas Operativos (POs) regionales y plurirregionales, los principales actores implicados en la Evaluación son:

- ❑ Comisión Europea, responsable de:
 - Declarar aceptado el Plan de Comunicación del PO del FEDER 2007-2013 del Principado de Asturias.
 - Revisar los resultados de la Evaluación con motivo de su inclusión en los informes anuales de 2010 y de 2013.

⁴ Desde el 1 de enero de 2007 hasta el 31 de marzo de 2010.

- **Autoridad de Gestión (en adelante AG) del FEDER⁵**, entre cuyas funciones destacan:
 - Definir el marco común de trabajo en materia de evaluación para los Planes de Comunicación del FEDER.
 - Coordinar, de manera general, el proceso de evaluación convocando las reuniones del GERIP⁶ y, en su caso, del GRECO-AGE⁷ cuando se considere oportuno.
 - Poner en marcha el proceso de evaluación.
 - Participar en el Grupo Consultivo de Seguimiento Estratégico y Evaluación para presentar los avances en materia de evaluación de la comunicación.
 - Observar la evolución del sistema de indicadores de seguimiento y evaluación de la comunicación definidos en el periodo 2007-2013, pautando las instrucciones y mecanismos que deberán aplicar los organismos implicados para la cuantificación de los mismos, y coordinando la cuantificación de dichos indicadores en el caso de los OI de la Administración General del Estado (AGE).
 - Realizar el volcado de la cuantificación de sus propios indicadores de comunicación en la aplicación informática.
 - Incluir en los informes de ejecución anual y final la información recogida en el artículo 4.2. del Reglamento (CE) 1828/2006.

- **Organismo Intermedio responsable del Plan de Comunicación, representado en el GERIP, encargado de:**
 - Participar, a través del GERIP, en el proceso de definición del marco común de trabajo para la Evaluación.
 - Poner en marcha la Evaluación conforme a las pautas acordadas en la *Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los POS del FEDER, FSE y Fondo de Cohesión 2007-2013*, para su futura incorporación en los correspondientes informes anuales.
 - Realizar el volcado de la cuantificación de los indicadores de seguimiento y evaluación propios en la aplicación informática ad hoc, ubicada en la página web de la Dirección General de Fondos Comunitarios (DGFC) pautando las instrucciones y los mecanismos que deberán aplicar los órganos gestores y beneficiarios, y coordinando la cuantificación de los indicadores de evaluación de las actuaciones de los OI de su administración regional.

⁵ La Autoridad de Gestión del FEDER es la Subdirección General de Administración del FEDER, perteneciente a la Dirección General de Fondos Comunitarios del Ministerio de Economía y Hacienda.

⁶ Grupo de Expertos y Responsables de Información y Publicidad.

⁷ Grupo de Expertos de Comunicación de la Administración General del Estado

- Realizar el seguimiento de los avances del Plan Comunicación en el ámbito de sus competencias para colaborar en la información a facilitar al correspondiente Comité de Seguimiento.
- Colaborar, en el ámbito de sus competencias, en la información a incluir en los informes de ejecución anual y final según lo establecido en el artículo 4.2. del Reglamento (CE) 1828/2006.
- ☐ Resto de OI y/o gestores o partícipes en el PO:
 - Recopilar la información y documentación necesaria y ponerla a disposición de los equipos evaluadores.
 - Recopilar la información pertinente para cumplimentar los indicadores de evaluación de información y publicidad y facilitar esta información al responsable del Plan de Comunicación para su volcado en la aplicación informática ad hoc.
 - Colaborar en el adecuado desarrollo de los trabajos de la Evaluación del Plan de Comunicación.
 - Participar, en caso de solicitud, en las actividades desarrolladas en el marco de la Evaluación, tales como grupos de discusión, entrevistas, etc.
- ☐ Equipo de evaluación:

Para llevar a cabo la Evaluación, la Comunidad Autónoma de Asturias contrató a un equipo externo especializado. En este caso fue contratada la empresa Red2Red Consultores S.L., encargada de llevar a cabo el desarrollo de la Evaluación en el tiempo y la forma requerida por el órgano contratante, la *Dirección General de Presupuestos* perteneciente a la *Consejería de Economía y Hacienda*.

1.2. Métodos y técnicas utilizadas

A continuación se detallan los métodos y las técnicas empleadas durante el proceso evaluativo:

Sistema de indicadores

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

- *Indicadores de realización*, sirven para contabilizar el número y tipo de actuaciones de información y publicidad que se han llevado a la práctica.
- *Indicadores de resultados*, sirven para evaluar los efectos directos y en el corto plazo de las actuaciones de información y publicidad contenidas en el Plan de Comunicación.
- *Indicadores de impacto*, sirven para medir los efectos o consecuencias más a largo plazo de las actuaciones en materia de información y publicidad, y si esos efectos son atribuibles a dichas intervenciones. Se dirigen principalmente a medir aspectos ligados a la calidad de la

información (grado de transparencia) y al conocimiento que la ciudadanía tiene de los fondos de la UE y del papel que esta juega en la mejora de su calidad de vida.

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

Análisis documental

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

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

- Reglamento (CE) Nº 1828/2006, Capítulo II, Sección I
- Plan de Comunicación del Programa Operativo del FEDER 2007-2013 del Principado de Asturias.
- Documentación emitida por la red de comunicación INFORM de la Comisión Europea.
- Documentación emitida por el GERIP, el GRECO-AGE y el resto de redes de comunicación regionales.
- Información de seguimiento: informes de ejecución anual, actas de los Comités de Seguimiento, indicadores, etc.
- Convocatorias de ayudas y subvenciones publicadas en el Boletín Oficial del Principado de Asturias.
- Pliegos y resoluciones publicadas en el Boletín Oficial del Principado de Asturias (Organismo Autónomo Junta de Saneamiento del Principado de Asturias, Consejería de Cultura y Turismo, Consejería de Economía y Hacienda).
- Manual Práctico de Información y Publicidad para los órganos gestores.

Entrevistas

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

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

- *Responsables del Plan de Comunicación*, se han realizado 2 entrevistas personales.
- *Órganos Gestores y Beneficiarios*, a través del envío de cuestionarios vía correo electrónico a partir de los contactos facilitados por el responsable del Plan de Comunicación. En total, se han realizado 14 entrevistas a diferentes Órganos Gestores y Beneficiarios del PO.

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

- *Ciudadanía*, a través de una encuesta telefónica aplicando el sistema CATI (*Computer Assisted Telephone Interviewing*) realizada a una muestra representativa de la población seleccionada de forma aleatoria. Se han realizado un total de 908 encuestas.

El objeto de las entrevistas a la ciudadanía ha sido analizar la transparencia de las actuaciones cofinanciadas a través de los POs (que constituye uno de los objetivos principales del Plan), así como contrastar el grado de concienciación del público en general sobre el papel que juega la Unión Europea en la mejora de su calidad de vida (el segundo de los objetivos principales del Plan). Asimismo, a través de esta encuesta se han podido evaluar dos indicadores de impacto vinculados a la ciudadanía⁸.

Grupo de Discusión

El grupo de discusión ha tenido la finalidad de obtener información concreta sobre las causas de necesidades o problemas y sus posibles soluciones y, en su caso, sobre la necesidad de modificar la estrategia en materia de información y publicidad.

Así pues, se ha celebrado un grupo de discusión sobre las siguientes cuestiones:

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

En dicho grupo participaron representantes de los diferentes organismos y agentes implicados en la gestión y desarrollo de las actuaciones en materia de Información y Publicidad (OI, gestores, beneficiarios, etc.).

⁸ Grado de conocimiento de los distintos Fondos Estructurales y del Fondo de Cohesión (Unidad de medida: %); Grado de conocimiento del papel desempeñado por la Unión Europea (Unidad de medida: %).

1.3. Valoración de lo anterior

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

- El Plan de Comunicación cuenta con un sistema de indicadores de realización y de resultado con metas a 2013, fecha en la que concluye el periodo de ejecución del PO. Este sistema, además de servir para realizar un seguimiento óptimo del Plan (en tanto que dichos indicadores se van alimentando periódicamente en la aplicación informática) es fácilmente medible en términos de realización y de resultados gracias a las metas establecidas.
- La metodología empleada en la Evaluación combina diferentes técnicas de investigación que han facilitado la obtención de información tanto de tipo cuantitativa como cualitativa, lo que ha dado lugar a una evaluación rica en matices.
- Los objetivos del Plan están bien definidos y las personas destinatarias del mismo claramente identificadas, al igual que los agentes que intervienen en su ejecución. Ello ha posibilitado aplicar técnicas de investigación que implicasen al conjunto de actores que participan en la ejecución del Plan, obteniendo información de primera mano por parte de informantes clave.
- Además, teniendo en cuenta que la presente Evaluación servirá para dar *feedback* sobre la ejecución del Plan, sus logros, así como los problemas derivados de su puesta en marcha, de cara a la evaluación final en 2013, las técnicas seleccionadas aportan abundante información sobre diferentes aspectos del Plan, de ahí que las conclusiones y recomendaciones emitidas servirán para corregir fallos o reorientar las acciones para alcanzar los objetivos del Plan.

2. ANÁLISIS DE LA PROGRAMACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

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

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

2.1. Pertinencia de la estrategia de comunicación

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

El referente comunitario en materia de comunicación lo constituye la red INFORM; esta red tiene como objetivo reunir a los responsables de comunicación de los POs del FEDER y Fondo de Cohesión de los 27 Estados miembros con la finalidad de:

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

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

- En cuanto a la *transparencia*, la red INFORM aboga por la integración de páginas webs que contengan información sobre los Fondos Estructurales y la publicación de la lista de Beneficiarios. En esta línea, el Plan de Comunicación contempla intensificar la utilización de las páginas webs de la DGFC⁹ y del Gobierno del Principado de Asturias al objeto de proporcionar información a beneficiarios y beneficiarios potenciales sobre las posibilidades que les brinda el PO,

⁹ Dirección General de Fondos Comunitarios

así como para comunicar a los órganos gestores los aspectos más estrechamente ligados a los procedimientos de gestión del FEDER. Asimismo, el Gobierno del Principado de Asturias tiene habilitado un enlace a la lista de beneficiarios de la página web de la DGFC, que comprende los nombres de las operaciones y la cantidad de fondos públicos asignados a cada operación, en aras de una mayor transparencia del uso de los Fondos.

- En lo que respecta a la *cooperación entre Redes*, la Red INFORM apuesta por la creación de redes tanto a nivel regional, nacional y comunitario, a fin de garantizar los intercambios de buenas prácticas, incluidos los resultados de la aplicación del plan de comunicación, así como los intercambios de experiencia en la aplicación de las medidas de información y publicidad. Por su parte, el Organismo responsable del Plan de Comunicación participa en el GERIP¹⁰ red integrada por las personas responsables en materia de comunicación (representantes de las Autoridades de Gestión del FSE y del FEDER y de las Comunidades Autónomas). Este grupo incide no sólo en la organización y puesta en marcha de los distintos Planes de Comunicación, sino también en todas las actividades de seguimiento y evaluación de los mismos. Asimismo, esta red garantiza el intercambio de buenas prácticas y experiencias en materia de información y publicidad.

Igualmente, la Autoridad de Gestión ha constituido el GRECO-AGE¹¹, red integrada por los responsables en materia de comunicación (la propia AG del FEDER y del Fondo de Cohesión y los responsables de los distintos Organismos de la AGE) que sirve de cauce para informar y tomar decisiones en las materias relacionadas con la información y la publicidad en el ámbito de sus competencias dentro de cada Programa Operativo.

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

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

¹⁰ Grupo Español de Responsables en materia de Información y Publicidad.

¹¹ Grupo Español de Responsables en Comunicación- Administración General del Estado

Conclusiones y recomendaciones con respecto a la pertinencia de la estrategia de comunicación:

- Las prioridades comunitarias de transparencia, cooperación entre redes e intercambio de buenas prácticas quedan claramente plasmadas en el Plan de Comunicación:
 - El objetivo comunitario de transparencia se logra, concretamente, mediante el desarrollo de páginas web con información sobre los Fondos Estructurales y con la publicación de la lista de Beneficiarios.
 - Las redes GERIP y GRECO-AGE demuestran la pertinencia de la estrategia del Plan de Comunicación con el objetivo comunitario de la cooperación entre Redes.
 - En lo que se refiere al intercambio de buenas prácticas, la estrategia del Plan es pertinente en este sentido, pues están programadas actividades conjuntas para todos los Programas Operativos donde se dan a conocer las experiencias relevantes en cada período, así como la inclusión de buenas prácticas en los Informes Anuales de Ejecución. Por último, las redes GERIP y GRECO-AGE son un foro ideal para difundir y compartir estas buenas prácticas.
- Se recomienda incluir información acerca de estas redes en las diferentes páginas web así como perseguir que todos los agentes participantes en el Plan de Comunicación conozcan la existencia de las mismas para lograr una mayor visibilidad dando una mayor difusión de los contenidos que se tratan en dichas redes. Esto también permitirá una mejor evaluación al final del actual período de programación.

2.2. Validez y consistencia interna del Plan de Comunicación

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

Estrategia, objetivos y destinatarios del Plan de Comunicación:

Los objetivos generales del Plan de Comunicación son *valorizar el papel desempeñado por la Unión Europea en Asturias*, y *garantizar la transparencia de la ayuda del FEDER en el marco del PO 2007-2013 y su aprovechamiento*. Para ello, la estrategia del Plan de Comunicación se apoya en tres pilares: la visibilidad, la transparencia y el cumplimiento de la normativa.

Además de los objetivos generales, el Plan de Comunicación contempla una serie de objetivos específicos, que son los siguientes:

- *Reforzar la visibilidad del FEDER entre el público general*, lo cual favorece el objetivo de valorizar y/o concienciar a la ciudadanía del papel desempeñado por la Unión Europea.
- *Favorecer que los destinatarios de las actuaciones tengan un conocimiento más preciso del origen de los Fondos recibidos*, que contribuye tanto a garantizar la transparencia sobre el

origen de los Fondos, como a poner en valor los esfuerzos de la Unión Europea para la mejora de la calidad de vida de la ciudadanía.

- *Cumplir las exigencias reglamentarias en materia de información y publicidad*, que contribuye al objetivo de transparencia y a la buena gestión de las ayudas comunitarias.

Asimismo, estos objetivos se aplican en tres niveles en función del tipo de destinatario de la información (opinión pública, beneficiarios potenciales y beneficiarios reales):

- ✓ *Nivel General*; supone comunicar al público la importancia de la política de cohesión, así como de las ayudas en que se instrumenta (en este caso, FEDER). Se busca un mejor conocimiento y una valoración positiva por parte de los ciudadanos de los beneficios que se derivan del trabajo en común de la Unión Europea y su región y que se traduce en la mejora del bienestar y la calidad de vida en la población asturiana.
- ✓ *Nivel de Programa*; implica transmitir la trascendencia concreta del Programa Operativo FEDER 2007-2013, así como del trabajo y la participación financiera conjunta de la Unión Europea, el Estado y la región. Tanto los agentes implicados como la ciudadanía, en mayor o menor medida, deben conocer la influencia del PO en los diferentes aspectos de la vida de su región.
- ✓ *Nivel de Proyecto*; se traduce en comunicar el alcance de los proyectos llevados a cabo en el marco del Programa Operativo. La materialización del Programa en proyectos concretos y los frutos de los mismos permitirán que los ciudadanos y los agentes implicados tomen una conciencia más real y firme sobre el peso de las actuaciones desarrolladas.

De este modo se logra que el impacto de las acciones de información y publicidad sea mayor, en la medida en que la información se ajusta al nivel requerido. Igualmente, los destinatarios del Plan se encuentran claramente definidos e identificados, lo que permite diseñar acciones de comunicación específicas, que se ajustan al tipo de destinatario según sus necesidades informativas.

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

- ☐ Como se desprende de la información anterior, la estrategia del Plan guarda coherencia con los objetivos globales y específicos del mismo y, estos a su vez, responden a las prioridades comunitarias en materia de comunicación, dirigiendo las medidas adoptadas a conseguir los objetivos planteados.
- ☐ Se puede decir que el Plan de Comunicación puesto en marcha en el Principado de Asturias presenta una notable consistencia interna, constatándose la coherencia entre los objetivos, estrategias y medidas de comunicación contenidas en el mismo.
- ☐ La recomendación es que se continúe con las medidas puestas en marcha hasta el momento para completar todos los objetivos hasta el final del actual periodo de programación, evitando la relajación a la que se puede llegar por la obtención de los buenos resultados conseguidos hasta el momento.

2.3. Asignación y adecuación de los recursos

En los Comités de Seguimiento del año 2009 se comentó ya que el montante estimado en los Planes de Comunicación podría y debía ser revisado, dado que, por una parte, se debía computar todo lo hecho por todos los participantes en los Programas Operativos, se pasase o no a cofinanciar, y por otra parte, se habían detectado en el seno del GERIP inconsistencias en la metodología de dicho montante. Para ello, en los próximos Comités de Seguimiento del año 2010 se va a revisar el montante asignado a los aspectos de comunicación.

Conclusiones y recomendaciones con respecto a la asignación y adecuación de los recursos:

- ☐ EL equipo considera que no tiene sentido hacer un informe de valoración en este momento hasta que dicho montante sea ya definitivo.

2.4. Consideración del principio de igualdad de oportunidades

El Plan de Comunicación no contempla previsiones específicas sobre la incorporación del principio de igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres. No obstante, en la “Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación” si se tuvo en cuenta como aspecto a evaluar. Asimismo, en el apartado de buenas prácticas, uno de los criterios de selección a tener en cuenta fue el de la incorporación de este principio, valorando positivamente el esfuerzo.

Partiendo de lo anterior, es difícil constatar que la estrategia del Plan considerase este principio en el momento de su formulación. No obstante, del análisis realizado a las acciones de información y publicidad ejecutadas, se infiere que dicho principio ha estado muy presente en el diseño y puesta en marcha de las acciones como pone de manifiesto el hecho de que se utilizara notoriamente un uso del lenguaje y de imágenes no sexista.

Por tanto, cabe interpretar que la estrategia del Plan de Comunicación consideró el principio de igualdad de oportunidades de manera transversal; es decir, no se consideró explícitamente en su formulación, pero sí en su ejecución.

Conclusiones y Recomendaciones

- ☐ Dado que no tendría sentido modificar los Planes de Comunicación a mitad de periodo, se recomienda a los responsables del Plan insistir en el respeto al principio de igualdad de oportunidades en las acciones de información y publicidad que pongan en marcha, así como en dar instrucciones específicas sobre cómo aplicar este principio a las acciones concretas.
- ☐ En este sentido, la puesta en marcha en noviembre de 2009 de la *Red de Políticas de Igualdad entre Mujeres y Hombres para la aplicación real y efectiva de la transversalidad de género*, contribuirá a afianzar la consideración de este principio en las acciones de comunicación financiadas por el FEDER, al ofrecer un asesoramiento técnico y continuado al conjunto de agentes implicados en la ejecución de las actuaciones cofinanciadas sobre cómo incorporar este principio a las acciones que ejecuten en el marco de un PO.

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

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

- *Avances en la ejecución de las medidas*, en el que se calculará la ejecución de los indicadores del Plan en relación con las metas establecidas para cada uno de ellos.
- *Integración de las actividades de información y publicidad en los IAE¹²*, en el que se verificará si dichos informes han incluido la información sobre las actividades de información y publicidad.
- *La repercusión de los sistemas de seguimiento en la calidad de la ejecución de las medidas*, en el que se estimará si el Plan de Comunicación ha incrementado la calidad en la ejecución de las medidas.

3.1. Avances en la ejecución de las medidas

Antes de comenzar con este análisis, es conveniente aclarar que las previsiones en los indicadores de realización y resultado fueron revisados al alza en el caso de los indicadores 1, 2, 6 y 7. Esto significa que los indicadores inicialmente establecidos en el Plan de Comunicación se han visto modificados, por lo tanto, para esta evaluación se han tenido en cuenta estas últimas metas, valorando positivamente el esfuerzo de incrementar las medidas de información tanto para los agentes implicados en la ejecución del Programa como para los potenciales beneficiarios y la ciudadanía en general.

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

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

Se presenta, como primer paso del análisis, la siguiente Tabla 1 que muestra las metas previstas para los indicadores de realización y de resultado:

¹² Informes Anuales de Ejecución

Tabla 1: Metas establecidas para los indicadores de realización y resultado del Plan de Comunicación del PO del FEDER 2007-2013 de Asturias

TIPO DE ACTIVIDADES	INDICADORES DE REALIZACIÓN		INDICADORES DE RESULTADO	
1. ACTIVIDADES Y ACTOS PÚBLICOS	(Nº) DE EVENTOS REALIZADOS	286	(Nº) ASISTENTES	16.205
2. DIFUSIÓN EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN	(Nº) ACTOS DE DIFUSIÓN	278		
3. PUBLICACIONES REALIZADAS	(Nº) PUBLICACIONES EXTERNAS	108	(%) PUBLICACIONES DISTRIBUIDAS/EDITADAS	100%
			(Nº) PUNTOS DE DISTRIBUCIÓN	86
4. INFORMACIÓN A TRAVÉS DE PÁGINAS WEB	(Nº) PÁGINAS WEBS	2	(Nº) PROMEDIO ANUAL DE VISITAS	85.000
5. INFORMACIÓN A TRAVÉS DE CUALQUIER TIPO DE CARTELERA	(Nº) SOPORTES PUBLICITARIOS	372		
6. INSTRUCCIONES EMITIDAS HACIA LOS PARTICIPANTES EN LOS PROGRAMAS OPERATIVOS	(Nº) DOCUMENTACIÓN INTERNA DISTRIBUIDA	200	(%) ORGANISMOS CUBIERTOS	100%
7. REDES DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD	(Nº) REDES	3	(Nº) REUNIONES	60
			(Nº) ASISTENTES	99

Analizada la información contenida en la aplicación informática¹³ donde se recogen los indicadores del Plan de Comunicación, se concluye que:

INDICADORES DE REALIZACIÓN

A NIVEL GLOBAL

- A 31 de marzo de 2010, se observa un alto porcentaje de ejecución en la mayoría de los indicadores del Plan, por lo que previsiblemente se alcanzarán las metas establecidas para 2013, sobretodo, si se tiene en cuenta que aún restan 3 años de ejecución de las actuaciones de comunicación.
- Dos de los indicadores del Plan, el nº 4 (*Nº de Páginas Webs*) y el nº 7 (*Nº de Redes de Información y Publicidad*) ya han alcanzado el 100% de las metas que tenían previstas para 2013.

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

¹³ Datos consultados a 1 de septiembre de 2010.

- De los indicadores que aún no han llegado a las metas previstas, el indicador nº 2 (*Nº de Acciones de Difusión*) es el que mayor grado de ejecución presenta, un 87,8%, seguido por los indicadores nº 6 (*Nº de Documentación Interna Distribuida*), con un 68,5% de ejecución, y nº 1 (*Nº actividades y actos públicos*) con un 54,5%.
- Los indicadores que menos porcentaje de ejecución presentan son el nº 5 (*Nº de Soportes Publicitarios*), con un 28,8%, y el nº 3 (*Nº de Publicaciones Externas Realizadas*), con un 48,1%.
- Se observa un incremento paulatino del ritmo de ejecución desde el año 2007 hasta el año 2009¹⁴, concentrándose los mayores valores en la anualidad 2009.
- La Dirección General de Presupuestos (Consejería de Economía y Hacienda del Principado de Asturias) y la Dirección General de Fondos Comunitarios son los organismos que, con gran diferencia sobre el resto, aportan una parte muy importante en la ejecución de medidas de información y publicidad mientras que la D.G. de Política Comercial y la Subdirección General de Incentivos Regionales sólo han contribuido en la ejecución del indicador nº 6 (*Nº de Documentación Interna Distribuida*) y en un porcentaje muy pequeño.

A NIVEL DE ORGANISMO BENEFICIARIO

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

Nº DE EVENTOS REALIZADOS

La Dirección General de Fondos Comunitarios (DGFC), con un 28,7% es quién aporta mayor peso a la ejecución total (54,5%).

Destaca la ejecución de la D.G. PYME y de la D.G. de Presupuestos en lo que se refiere a actividades y actos públicos, al contrario que la Confederación Hidrográfica del Cantábrico, la D.G. de Política Comercial y la Subdirección General de Incentivos Regionales, organismos que no han contribuido en lo que se refiere a este indicador. El resto de beneficiarios dependientes de la Administración General del Estado y todos los gestores regionales han contribuido en al menos un evento.

Nº DE ACTOS DE DIFUSIÓN

Este indicador, como se ha observado anteriormente, es uno de los que mayor grado de ejecución presenta a nivel global (87,8%) gracias a la contribución de una gran parte de los organismos partícipes del Plan de Comunicación.

Destacan en su aportación, al igual que en el caso anterior la D.G. PYME y también la D.G. de Presupuestos, el Ayuntamiento de Oviedo, el Consejo Superior de Cámaras de Comercio, Industria y Navegación de España y el Ministerio de Política Territorial.

¹⁴ La ejecución de la anualidad 2010 no se considera porque no comprende la anualidad entera, sino solo hasta el 31 de marzo.

Por otro lado, también han contribuido de forma destacada el IDEPA y la Consejería de Salud y Servicio Sanitarios

Nº DE PUBLICACIONES EXTERNAS

El Consejo Superior de Cámaras de Comercio, Industria y Navegación de España ha contribuido de forma importante a la ejecución de este indicador (12%), sólo superado por la D.G de Presupuestos (15,7%).

Nº DE PÁGINAS WEB

Este indicador es ejecutado al 50% por la D.G. de Presupuestos y la DGFC como responsables del Plan de Comunicación, tal y como estaba previsto en la distribución de responsabilidades de la "Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación"

Nº DE SOPORTES PUBLICITARIOS

En lo que se refiere a la ejecución de este indicador, quién más ha contribuido es la Consejería de Salud y Servicios Sanitarios con un total de 27 soportes publicitarios.

Nº DE DOCUMENTACIÓN INTERNA DISTRIBUIDA

Para la ejecución de este indicador han contribuido un gran número de organismos implicados en la toma de medidas de información y publicidad, lo que permitirá alcanzar el objetivo establecido para 2013.

Nº DE REDES DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD

Este indicador, con una programación inicial de 3 redes, es ejecutado en su totalidad por la DGFC

Conclusiones y recomendaciones sobre los indicadores de realización:

- ☐ Si bien el grado de ejecución de los indicadores presenta una media cercana al 70%, lo que prácticamente garantiza que al final del periodo se alcance el 100% de ejecución, se considera conveniente vigilar muy de cerca la ejecución de los indicadores en los próximos años, ya que el alto porcentaje de ejecución alcanzado a mitad de periodo podría provocar cierta relajación en el ritmo de ejecución actual. Por ello, se recomienda continuar con la planificación reflejada en el Plan de Comunicación, ya que de otra manera, al final del periodo podríamos encontrar con que el mayor grueso de la ejecución se concentra en los primeros años, mientras que en los últimos desciende notablemente.

Así pues, y teniendo en cuenta que la finalidad del Plan es informar a lo largo de todo el periodo de vigencia del PO, se recomienda seguir insistiendo en los aspectos ligados a la información y publicidad de las actuaciones cofinanciadas con el FEDER, aunque ello suponga superar las metas establecidas por el propio Plan.

- ☐ Como ya se ha comentado anteriormente, el Nº de Páginas Web y el Nº de Redes de Información y Publicidad han alcanzado los objetivos previstos, no obstante se recomienda seguir alentando la

participación de todos los agentes implicados para aumentar y mejorar los contenidos de las páginas web existentes en la medida de lo posible, así como fomentar la participación en las Redes del mayor número posible de asistentes aunque este dato se analizará en el apartado de los indicadores de resultado.

- Los indicadores utilizados proporcionan periódicamente información del avance de las medidas, lo que permite realizar un seguimiento en cualquier momento del período de la evaluación. Con esta utilidad que proporciona una herramienta como la aplicación informática, se recomienda hacer un seguimiento más continuo del avance en la ejecución de las medidas como sucede con las evaluaciones operativas de forma que permita corregir las desviaciones en la consecución de los objetivos de una forma más anticipada que la actual.

INDICADORES DE RESULTADO:

A NIVEL GLOBAL

- Ofrecen menores niveles de ejecución que los de realización, aunque la mayoría de ellos están por encima del 50% de ejecución. Así pues, previsiblemente alcanzarán las metas establecidas para 2013.
- Pese a que ninguno ha alcanzado el 100% de ejecución, los indicadores nº 3 (*% Publicaciones distribuidas / editadas*), nº 6 (*% de Organismos cubiertos*) y nº7 (*Nº Asistentes*) han alcanzado valores superiores al 90%. Este último indicador se calcula mediante la suma de las medias, red por red.
- El indicador nº 1 (*Nº de Asistentes*) es el único que presenta un nivel de ejecución inferior al 50%, si bien no parece peligrar el cumplimiento del objetivo al final del período, ya que se supone que el número de asistentes a eventos y actos públicos puede incrementarse de modo progresivo por la propia definición del Plan de Comunicación.
- Se han producido un total de 215.293 *visitas a las páginas web* (indicador nº 4), observándose un incremento paulatino anual en el número de visitas desde el 2007 hasta el primer trimestre de 2010. Este dato se traduce en que la información sobre los Fondos Comunitarios y los POs facilitada por la DGFC y el Principado de Asturias a través de sus respectivas páginas webs va llegando cada vez a más gente, demostrando la efectividad de las mismas como instrumentos de comunicación de masas.
- Por último y, al igual que ocurre con los indicadores de realización, el peso de la ejecución recae sobre la Dirección General de Presupuestos (Consejería de Economía y Hacienda).

A NIVEL DE ORGANISMO BENEFICIARIO

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

Nº DE ASISTENTES A ACTIVIDADES Y ACTOS PÚBLICOS

Este indicador alcanza una ejecución total del 54,5% siendo la DGFC, con un 28,7%, la que contribuye en mayor medida a dicha ejecución. Asimismo, aunque contribuyen en menor porcentaje a su ejecución total, cabe destacar la participación de todos los órganos gestores regionales encabezados por la Consejería de Economía y Hacienda. En todo caso, el cumplimiento del objetivo final no parece peligrar ya que, por la propia definición del Plan de Comunicación, se espera un progresivo incremento en el número de asistentes a eventos y actos públicos.

(%) PUBLICACIONES DISTRIBUIDAS/EDITADAS

Este indicador alcanza prácticamente un 100% de ejecución, lo que significa un compromiso por parte de todos los organismos en el sentido que distribuir todas aquellas publicaciones editadas.

Nº DE PÁGINAS WEB (PROMEDIO ANUAL DE VISITAS)

Este indicador nº 4 (*Nº de Páginas Webs*) es ejecutado al 50% por el Principado de Asturias y la Dirección General de Fondos Comunitarios (DGFC) como responsables del Plan de Comunicación.

(%) DE ORGANISMOS CUBIERTOS

Este indicador, al igual que el de publicaciones distribuidas/editadas alcanza valores superiores al 90% lo que implica el compromiso en cuanto al nivel de aportación a este indicador por parte de todos los agentes implicados en el Plan de Comunicación.

Conclusiones y recomendaciones sobre los indicadores de resultado:

- ☐ En líneas generales se observa una actividad intensa de la Dirección General de Fondos Comunitarios en cuanto a las actividades comprendidas en el indicador que mide el número de asistentes a actividades y actos públicos y el que mide el número de reuniones y asistentes a las redes de información y publicidad. Esta actividad se explica por el papel de la Autoridad de Gestión como cabeza visible de los Fondos en España y promotora, por tanto, de las actividades que recogen dichos indicadores, como son los actos públicos y las redes de información y publicidad. Del mismo modo, destaca la contribución del Principado de Asturias al resto de indicadores, ya que es el organismo que presenta un mayor número de realizaciones en cada uno de ellos. El resto de organismos presentan porcentajes de realización notablemente inferiores a los alcanzados por la DGFC y Principado de Asturias, que se explica en proporción al volumen de recursos ejecutados.
- ☐ El indicador de número de asistentes a actividades y actos públicos, como ya se ha comentado, es el que menor porcentaje de ejecución alcanza. Pese a que no pelagra alcanzar la meta establecida para 2013, la información que se extrapola es que la asistencia a actos públicos relacionados con Fondos no ha sido demasiado satisfactoria. Las causas podrían ser diversas, desde un escaso interés del público susceptible de asistir, a una errónea previsión del número de asistentes. En todo caso se recomienda intensificar la labor de publicidad de tales actos, así como incentivar la asistencia del público potencial para que se logre alcanzar el éxito en la ejecución de este indicador, ya que supone un reflejo del interés que suscita “lo comunitario” entre la sociedad española.
- ☐ En cuanto al porcentaje de publicaciones distribuidas con respecto a las editadas y el porcentaje de organismos cubiertos, dado que alcanzan una ejecución cercana al 100%, se recomienda que se

mantenga el ritmo actual de ejecución, aunque ello suponga superar las metas establecidas al final del periodo. Una relajación en el ritmo de ejecución de estos indicadores (ya que se calculan sobre las medias anuales) supondría haber concentrado todos los esfuerzos al inicio del periodo, cuando lo ideal es que se mantengan los esfuerzos a lo largo de todo el periodo.

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

Los Informes Anuales de Ejecución correspondientes al PO del FEDER 2007-2013 de Asturias emitidos hasta la fecha¹⁵ contienen un apartado específico sobre Información y Publicidad en el que se recogen las acciones en materia de comunicación llevadas a cabo en cada anualidad, así como los avances en la ejecución de los indicadores del Plan en relación con las metas establecidas ad hoc y los ejemplos de buenas prácticas.

En los informes anuales de ejecución de 2007 y 2008 no se contaba con la aplicación informática para volcar el contenido de los indicadores, por lo que en el informe de 2009 y una vez disponible la herramienta, se han incluido las actividades llevadas a cabo en materia de información y publicidad con carácter retroactivo. Esta medida es valorada positivamente por el equipo evaluador, ya que proporciona elementos susceptibles de evaluación y asimismo supone una medida correctora en cuanto a la información disponible en este sentido.

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

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

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

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

Por último, el equipo evaluador también destaca la inclusión en este capítulo de un apartado de ejemplos de buenas prácticas que ponen en valor las actuaciones destacadas en materia de información y publicidad y sirven de referencia para futuras medidas que haya que llevar a cabo.

¹⁵ A 31 de marzo de 2010 se han emitido los IAE correspondientes al año 2007, 2008 y 2009.

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

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

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

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

En el actual periodo de programación, el énfasis que se ha puesto en la información y publicidad de las actuaciones cofinanciadas ha dado lugar a la elaboración y distribución de instrucciones, manuales, documentación, etc., sobre dichos aspectos, por parte de la AG y del OI Regional responsable del Plan de Comunicación. Además, se han organizado cursos, jornadas, seminarios etc. con el objetivo de intensificar el conocimiento de los órganos gestores sobre la normativa y las obligaciones en materia de información y publicidad, y de solucionar posibles dudas o problemas derivados de la puesta en marcha del Plan de Comunicación.

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

- ☐ *Calidad de los procedimientos establecidos.*

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

- Garantizar el cumplimiento de la normativa comunitaria en materia de información y publicidad por parte de todos los agentes que intervienen en la ejecución de las actuaciones del PO.
- Velar por que la ejecución de las acciones de información y publicidad se efectúen de conformidad con lo dispuesto en el Plan.

- Garantizar la fiabilidad del sistema de seguimiento, de tal manera que el mismo suministre información suficiente para evaluar la realización, los resultados e impactos derivados de la puesta en marcha del Plan de Comunicación.
- Responder a las prioridades estratégicas comunitarias en materia de comunicación, recogidas a su vez en el Plan de Comunicación.

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

Se detecta una correcta asignación y adecuación de los recursos humanos destinados a los aspectos de comunicación.

No obstante, como se ha mencionado anteriormente, en el caso de la asignación y adecuación de los recursos presupuestarios es necesario aplicar una metodología homogénea aplicable a todos los agentes implicados de forma que contemple todos los recursos destinados a actividades de información y publicidad.

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

En el periodo de programación 2007-2013, las Autoridades de Gestión de los POs, han puesto a disposición de los OI, una aplicación informática ad hoc para efectuar el seguimiento de la ejecución de los Planes de Comunicación. Dicha aplicación, alojada en la página web de la DGFC del Ministerio de Economía y Hacienda¹⁶, es la plataforma donde los OI vuelcan los indicadores de realización y resultados correspondientes a las acciones de comunicación que van ejecutando en el marco del PO correspondiente.

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

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

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

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

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

¹⁶ <http://www.dgfc.sggp.meh.es/index.jsp>

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

Asimismo, destaca el papel de estas redes como pilares centrales de la publicidad y comunicación de los POs en España; constituyen el foro principal donde se estudian y consensuan, por ejemplo, los aspectos más ambiguos vinculados a la comunicación, de tal manera que los responsables del Plan puedan transmitirlo al resto de órganos gestores, estos a su vez a beneficiarios/as, y en general, a todas a aquellas personas que participan de la ejecución del Plan. De este modo se garantiza la unidad de criterios a la hora de interpretar la normativa en materia de comunicación, además de la coordinación entre los diferentes agentes que intervienen en la ejecución de las acciones del Plan.

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

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

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

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

- *Comités de Seguimiento*, de carácter anual, donde se examina el avance de la ejecución del Plan de Comunicación, se exponen los problemas o dificultades derivadas de la ejecución de las actuaciones, y se intercambian experiencias y buenas prácticas entre los diferentes organismos que participan en la ejecución del Plan.
- *Comité Consultivo de Seguimiento Estratégico y Evaluación*, que sirve de plataforma común para el intercambio de ideas y experiencias en materia de evaluación y para reforzar la función de esta última durante el periodo de programación en curso.

Conclusiones y recomendaciones sobre la repercusión de los sistemas de seguimiento en la calidad de la ejecución de las medidas:

- ▣ A nivel general, se aprecia la existencia de canales fluidos por los que transcurre la información de forma ágil, lo que contribuye a la calidad en la ejecución del Plan de Comunicación así como a la coordinación entre los diferentes actores que participan de la misma.
- ▣ Gracias a 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, así como a la celebración de cursos, jornadas y seminarios, se ha conseguido un resultado exitoso a la hora de cumplir con las obligaciones en materia de información y publicidad. Por lo tanto, se

recomienda la realización y distribución de actualizaciones de dichas instrucciones con las novedades que pudieran surgir hasta el final del actual período de programación.

- ☐ Por lo tanto, y a pesar del incremento de las obligaciones y responsabilidades en materia de comunicación en el actual periodo de programación, la mejora de la calidad de los procedimientos establecidos han logrado afrontar las nuevas responsabilidades con un alto grado de eficacia.
- ☐ La puesta en marcha de la aplicación informática para el volcado y posterior cuantificación de indicadores en el actual período de programación permite efectuar el seguimiento de la ejecución de los Planes de Comunicación con un elevado grado de calidad.

Así mismo, la información disponible en las distintas páginas web se valora como muy útil y práctica y, por lo tanto, se recomienda mantenerla actualizada, así como informar a los organismos gestores y/o beneficiarios de cualquier actualización que se lleve a cabo.

- ☐ Destaca la utilidad de las redes de información y publicidad constituidas en el actual periodo de programación, principalmente GERIP y GRECO-AGE, tal y como ha expresado en las entrevistas y grupos de discusión los agentes intervinientes en los distintos ámbitos del Plan de Comunicación. Por este motivo, se recomienda seguir dinamizando estas redes, así como la distribución de su contenido por medio de todos los canales de comunicación disponibles.
- ☐ Los Comités de Seguimiento (anuales) y el Comité Consultivo de Seguimiento Estratégico y Evaluación se consideran sistemas de seguimiento con una repercusión muy positiva para la mejora de la calidad en la ejecución de las medidas programadas en el Plan de Comunicación.

4. VERIFICACIÓN DE LA INCLUSIÓN DE LA INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD EN LAS ACTUACIONES DE VERIFICACIÓN Y CONTROL DEL FEDER

En este epígrafe se procede a valorar si la normativa en materia de comunicación se ha tenido en cuenta en los procesos de verificación y control y, en concreto, si se han incluido estas obligaciones en los procedimientos de control, integrándose en los listados de comprobación de los controles del artículo 13¹⁷.

Para este análisis se ha tenido en cuenta la lista de comprobación utilizada en las verificaciones y controles del Programa Operativo. Esta lista ha sido facilitada por la Dirección General de Presupuestos de la Consejería de Economía y Hacienda como organismo responsable del Plan de Comunicación.

A modo de ejemplo se enumeran algunas de las preguntas incluidas en dicha lista:

- Verificar si se dispone de un Plan de actividades de Comunicación para las ayudas cofinanciadas
- Verificar que se ha respetado el contenido de la Sección I del Reglamento 1828/2006 y, en su caso, el contenido del manual desarrollado por el órgano objeto de control a través de:
 - Comprobación material de las acciones en materia de información y publicidad
 - Documentos de notificación de la concesión de ayudas y publicaciones oficiales
 - Existencia material de elementos publicitarios en los proyectos cuando proceda.
- ¿Se incluye en el emblema de la Unión Europea y en los textos el porcentaje de financiación de los fondos?
- ¿Se archiva adecuadamente un dossier de publicidad con toda la documentación divulgativa y las publicaciones realizadas, así como con las fotografías de carteles y placas?
- Verificar si se cumplen los artículos 4, 5, 6, 7, 8 y 9 del Reglamento 1828/2006

Una vez revisado el listado completo, la conclusión que se extrae es satisfactoria, pues se ha comprobado con máximo grado de certeza que en los procesos de verificación y control del referido artículo 13 se ha tenido en cuenta la normativa en materia de comunicación quedando constatado con el análisis de dichos listados de comprobación. Además, estos listados permiten verificar que las acciones ejecutadas en el marco del Programa Operativo han contemplado las obligaciones en materia de información y publicidad establecidas en el Plan de Comunicación.

¹⁷ Artículo 13 del Reglamento (CE) N° 1828/2006.

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

Este epígrafe tiene por objeto evaluar la incorporación del principio de *Igualdad de Oportunidades* en las medidas de información y publicidad puestas en marcha a través del Plan de Comunicación. Para ello, se ha analizado el tratamiento que se ha dado a este principio tanto en el Plan de Comunicación, como en las acciones de comunicación ejecutadas durante el periodo de análisis.

A continuación se presentan las principales consideraciones extraídas del análisis de dichos aspectos:

- Con respecto al uso del lenguaje no sexista, en términos generales, no se han terminado de completar los esfuerzos llevados a cabo para dar visibilidad a las mujeres a través del lenguaje. Un ejemplo de ello sería la utilización del término *Beneficiario* en lugar de *Persona Beneficiaria*, que incluiría también a las mujeres dentro de esta categoría de actores del PO. En ocasiones, se detecta un uso adecuado del lenguaje (por ejemplo cuando se emplea *Ciudadanía* en lugar de *Ciudadanos*) pero como tónica general se mantiene un lenguaje poco adecuado en lo que respecta a su uso no sexista.
- En cuanto a las actuaciones ejecutadas, se observa un tratamiento adecuado del principio de igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, evitando estereotipos sexistas y favoreciendo la presencia de las mujeres en ámbitos tales como las actividades empresariales u otros sectores con una tradicional escasa representación femenina.

Así, en la difusión de folletos, guías, dípticos, etc., la presencia y representación de las mujeres es correcta, visibilizando su participación en actividades y actuaciones cofinanciadas por el FEDER. En lo que respecta a jornadas, seminarios y encuentros la respuesta de las mujeres ha sido muy positiva, alcanzando importantes niveles de participación de ambos sexos.

- Cabe destacar la publicación de la revista *Eurastur*, como medio de difusión idóneo para las actividades de inclusión y de igualdad de oportunidades, así como los folletos divulgativos del proyecto *Urban* de Oviedo, donde se hace especial mención a la inclusión de la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres en el desarrollo del proyecto.

En líneas generales, las actuaciones de información y publicidad tienen en cuenta el principio de igualdad de oportunidades ya que se constata un esfuerzo por representar la figura de la mujer en las acciones de difusión del PO. Sin embargo, este principio no se cumple rigurosamente en todas las dimensiones donde es susceptible de manifestarse, como por ejemplo en el lenguaje. En este sentido, se considera necesario poner un mayor énfasis en la utilización de un lenguaje neutro, que no oculte la figura de la mujer, y que por el contrario sea inclusivo, es decir, represente tanto a los hombres como a las mujeres.

No obstante a lo anterior, cabe señalar que, pese a que el principio de igualdad de oportunidades no se refleja explícitamente en el Plan de Comunicación (ya que no existen indicaciones o recomendaciones concretas sobre el tratamiento adecuado para la difusión de las actuaciones encaminadas a la promoción de la igualdad de oportunidades) el análisis de los indicadores del Plan ofrece resultados más

positivos y satisfactorios, en cuanto se observa la presencia de las mujeres en la mayor parte de las acciones ejecutadas.

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

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

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

1. Grado de conocimiento de las obligaciones existentes en la programación, gestión, seguimiento, control, evaluación e información y publicidad. La medida de este indicador resulta del análisis de las respuestas en las citadas entrevistas a las preguntas referidas a lo que se define en el indicador, es decir, preguntas acerca del conocimiento de las obligaciones existentes en materia de programación, gestión, seguimiento y control. De este análisis, el porcentaje obtenido se sitúa en un 73,98%.
2. Tasa de satisfacción, que indica la valoración de los beneficiarios, OI, gestores y/o participantes respecto a la información facilitada. Esta tasa tiene en cuenta las valoraciones hechas con respecto a la adecuada duración y el número de participantes de la sesión o evento, así como si dicha sesión satisface las expectativas de los participantes. El resultado que se obtiene es de un 73,68%.
3. Tasa de utilidad de las actuaciones. Esta tasa tiene en cuenta las valoraciones de las personas entrevistadas en cuanto a:
 - Si la información presentada ha servido para adecuar y/o actualizar sus conocimientos sobre los Fondos y/o su aplicación.
 - Si los contenidos presentados son de utilidad práctica
 - Si la sesión o evento es una herramienta adecuada para informar/formar sobre los FondosEl porcentaje resultante de este análisis es de un 83,77%.
4. Grado de conocimiento del Fondo Europeo de Desarrollo Regional y del Fondo de Cohesión. El resultado obtenido en este indicador de impacto es de un 72,06%.
 - ✓ Por sexo, los hombres presentan un mayor conocimiento de los distintos Fondos que las mujeres, ya que un 73,47% de los encuestados afirmó *haber oído hablar de los distintos Fondos Estructurales y Fondo de Cohesión*, frente a un 70,76% de las encuestadas.

Desagregando los resultados por tipo de Fondo y sexo, en el caso del FEDER y del Fondo de Cohesión, los hombres obtienen porcentajes de respuesta afirmativos más elevados

que las mujeres; un 69,50% frente a un 64,62% en el FEDER y un 76,38% frente a un 68,43% en el Fondo de Cohesión.

- ✓ Por edad, el colectivo que presenta un mayor conocimiento sobre los distintos Fondos es el comprendido entre los 25 y 55 años, y el comprendido entre los 55 y 74 años, ambos con un 73% de respuestas positivas entre las personas encuestadas. Los jóvenes, pese a presentar un porcentaje de conocimiento respetable (64,20%) son el grupo de edad que menor conocimiento presentan sobre los Fondos Comunitarios. Finalmente, más del 70% de los encuestados comprendidos en el grupo de edad de mayores de 75 años afirmaron tener conocimiento sobre los Fondos Comunitarios.
5. Grado de conocimiento del papel desempeñado por la Unión Europea. Este indicador ha obtenido un porcentaje obtenido de un 82,60%.
- ✓ Por sexo, los hombres presentan mayor grado de conocimiento del papel desempeñado por la Unión Europea en Asturias; un 85,78% de los hombres afirmó conocer que *Asturias recibe dinero de la Unión Europea y que éste dinero contribuye al progreso económico y social de la región*, frente a un 79,66% de las mujeres que también lo afirmaron.
 - ✓ Por edad, el grupo comprendido entre 25 y 54 años es el que presenta un mayor grado de conocimiento (86,16%), seguido del grupo comprendido entre 15 y 24 años (84,59%). En este caso, el grupo de los mayores de 75 años muestra un grado de conocimiento inferior (71%) al del resto de los grupos de edad encuestado.

La información obtenida de los principales indicadores de impacto se resume en la siguiente tabla:

INDICADOR DE IMPACTO	Unidad de Medida
Grado de conocimiento del FEDER y del Fondo de Cohesión	72,06%
Grado de conocimiento del papel desempeñado por la Unión Europea	82,60%

Fuente: Elaboración propia.

Indicadores de impacto: conclusiones y recomendaciones

- En cuanto al grado de conocimiento de las obligaciones existentes en la programación, gestión, seguimiento, control evaluación e información y publicidad y como se ha reflejado anteriormente, se ha obtenido un porcentaje de casi el 74%, resultado que, a priori, se puede evaluar como adecuado.

No obstante, el análisis de las respuestas a las entrevistas realizadas a los Órganos Gestores y/o Beneficiarios permite identificar que uno de los factores que contribuyen a disminuir la media obtenida es que sólo el 50% de los organismos entrevistados afirman haber remitido notas de prensa o haber publicado alguna noticia a través de los medios de comunicación en relación con el PO y/o el papel desempeñado por la Unión Europea. En este sentido, se recomienda hacer un

mayor esfuerzo a la hora de transmitir a los agentes que participan en el Plan de Comunicación la importancia de realizar este tipo de actuaciones con el objetivo general de dar a conocer a la ciudadanía la importancia del papel que juega la Unión Europea y los beneficios de la política regional comunitaria.

- ☐ El resultado obtenido del 73,68% a la hora de calcular la tasa de satisfacción respecto a la información facilitada es positivo, pero se espera que se incremente al final del período de ejecución.

Entendiendo las dificultades que supone incrementar esta tasa, se recomienda igualmente la realización de un esfuerzo por conseguir que la satisfacción de los gestores y/o beneficiarios se vea incrementada. La forma de mejorar este resultado sería haciendo un análisis en cuanto a si la duración de la sesión es proporcional a los contenidos de la misma, así como si el número de participantes es el adecuado para que asimilen toda la información recibida y, por último, y ligado a los dos aspectos anteriores, tratar de satisfacer las expectativas de los participantes, aunque este último es el objetivo más difícil de lograr puesto que, como se ha comentado anteriormente, las expectativas que se puedan tener dependen de muchos factores que no son controlables a la hora de organizar las sesiones.

- ☐ En cuanto a la tasa de utilidad de las actuaciones, en lo que se refiere a si la información presentada ha servido para adecuar y/o actualizar conocimientos sobre los Fondos y/o su aplicación, si los contenidos presentados son de utilidad práctica y, por último, si la sesión o evento es una herramienta adecuada para informar/formar sobre los Fondos, el resultado obtenido, como se ha dicho anteriormente, ha sido una tasa de utilidad del 83,77%.

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

En este sentido, se espera que para la evaluación final, los resultados obtenidos en ambos indicadores tiendan a ser homogéneos y, a ser posible, más cercanos al obtenido para la tasa de utilidad.

- ☐ En lo que se refiere el indicador de impacto que mide el grado de conocimiento del Fondo Europeo de Desarrollo Regional y del Fondo de Cohesión por parte de la ciudadanía y cuyo resultado obtenido es del 72%, si se analizan los resultados obtenidos desagregados por sexo y edad, se concluye que:
 - ✓ Ya que los hombres presentan, de media, un mayor conocimiento de los distintos Fondos que las mujeres, se recomienda hacer un mayor esfuerzo dirigido al público femenino para conseguir que los resultados que se obtengan al final del período se equiparen en la medida de lo posible en aquellos puntos donde se presentan los valores más altos para hombres que para mujeres.

- ✓ En cuanto a los resultados distribuidos por edades, se observa que los más jóvenes son el colectivo que presenta un menor conocimiento sobre los distintos Fondos, por lo que, al igual que en el caso anterior, se recomienda hacer un mayor hincapié en las medidas de información y publicidad dirigidas a este público.

- ☐ En el caso del último indicador de impacto que mide el grado de conocimiento del papel desempeñado por la Unión Europea, los resultados obtenidos son de un 82,60%, es decir, un 10% más elevado que el indicador de impacto anterior. Si se profundiza más en los resultados obtenidos, se observa que:
 - ✓ Los hombres siguen presentando un mayor grado de conocimiento que las mujeres, incluso con mayor diferencia que para el caso del grado de conocimiento de los distintos Fondos Estructurales y Fondo de Cohesión, por lo tanto, la recomendación va dirigida también a tratar de incrementar las medidas de información y publicidad dirigidas a las mujeres.

 - ✓ En lo que se refiere a la edad, el grupo que presenta un menor conocimiento de este papel desempeñado por la Unión Europea es el de los mayores de 75 años, por lo que habrá que hacer hincapié en esta franja de edad. Los resultados obtenidos para los otros grupos de edad se consideran notablemente elevados, no obstante, no hay que descuidar las medidas adoptadas que van dirigidas a estos colectivos.

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

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES: PROPUESTAS DE MEDIDAS A ADOPTAR

Como evaluación intermedia, uno de los objetivos de la misma es detectar los problemas derivados de la ejecución de las medidas, así como la adecuación del presupuesto y la idoneidad de la estrategia del Plan. Una vez realizado este análisis se plantean una serie de consideraciones y recomendaciones con la idea de contribuir a mejorar la ejecución del Plan de Comunicación hasta el final del período vigente, así como para corregir los fallos o reorientar acciones que permitan alcanzar con éxito los objetivos de este Plan.

- ☐ Se valora positivamente el esfuerzo por incrementar las medidas de información y publicidad tanto para los agentes implicados en la ejecución del Programa como para potenciales beneficiarios/as y la ciudadanía en general reflejado en la revisión al alza de los indicadores 1, 2, 6 y 7.
- ☐ La puesta en marcha de la aplicación informática se considera muy útil para el seguimiento de las actuaciones del Plan, ya que permite valorar en qué estado se encuentra la ejecución de cada una de ellas a tiempo real.
- ☐ Para la correcta aplicación de las medidas del Plan, ha sido fundamental la realización y difusión del “Manual práctico de información y publicidad para los órganos gestores del PO FEDER Asturias 2007-2013” que ha resultado ser muy útil en el desarrollo de las obligaciones en materia de información y publicidad.

Por este motivo se recomienda la actualización de esta guía en el caso de ser necesario si se produjesen modificaciones sustanciales y su nueva difusión, ya que el coste de esto no sería relevante con respecto a la importancia que puede tener para la consecución de los objetivos del período.

- ☐ Respecto a los canales para transmitir la información, se sugiere intentar conseguir una mayor implicación de los medios de comunicación en la difusión de noticias relacionadas con los Fondos Europeos y que estos consigan transmitir el mensaje con un lenguaje más cercano a la ciudadanía sin dejar de cumplir las obligaciones en materia de información y publicidad. Hay que hacer un esfuerzo por transmitir a los medios de comunicación la importancia de no omitir las referencias a los Fondos en sus artículos aunque esto sea complicado por cuestiones de formato, bien sea en prensa o en radio.
- ☐ Se considera que la coordinación de las actuaciones de comunicación ha mejorado mucho en el actual periodo con la puesta en marcha de las diferentes redes como el GERIP.

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

8. BUENAS PRÁCTICAS

Para la identificación de buenas prácticas en materia de comunicación se han tenido en cuenta los siete criterios establecidos en la Guía Metodológica.

A continuación se presentan cinco casos de Buenas Prácticas extraídas del Informe Anual de Ejecución; en primer lugar se enuncia la buena práctica junto con una breve descripción de la misma y, seguidamente, se enumeran los criterios que se han utilizado para argumentar esta elección:

▣ *Edición y distribución de postales de Centros de Salud cofinanciados por el Programa Operativo FEDER 2007-2013:*

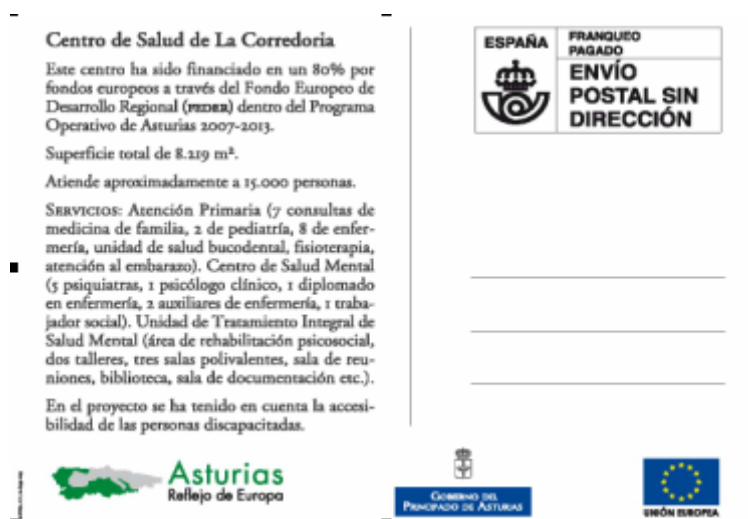
Con el objeto de dirigirse a la población beneficiada del Programa Operativo, en el año 2009, la Administración Regional del Principado de Asturias distribuyó entre los usuarios de los Centros de Salud que cuentan con cofinanciación del FEDER alrededor de 25.000 postales informativas relacionadas con estos Centros. Con esta actuación, el Organismo Intermedio pretendía dar mayor visibilidad a la financiación FEDER en dichas infraestructuras sanitarias y la mejor manera era dirigirse a los usuarios finales de estos Centros.

Para ello, se editaron once postales informativas de estos Centros de Salud y fueron remitidas a los hogares adscritos a dichos Centros, de forma que con un presupuesto reducido se conseguía llegar a un gran número de la población con un mensaje claro y sencillo.

Se muestra una de estas postales como ejemplo visual de esta buena práctica:



(Anverso de la postal con la foto del Centro de Salud de La Corredoira)



(Reverso de la postal con el texto informativo de la financiación del FEDER)

Los criterios que cumple esta actuación para considerarla una buena práctica desde el punto de vista de la comunicación son los siguientes:

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

Se consideran recursos innovadores en el sentido de ser la primera vez que en el Principado de Asturias se utiliza este tipo de medio de difusión. Además, destaca su organización y desarrollo de la idea pues se consigue un coste relativamente reducido de la edición y distribución de estas postales frente a la elevada difusión y cantidad de información en un espacio reducido que se consigue con ellas.



Centro de Salud de Ribadesella

Este centro ha sido financiado en un 80% por fondos europeos a través del Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) dentro del Programa Operativo de Asturias 2007-2013.

Superficie total de 1.366 m².

Atiende aproximadamente a 6.200 personas.

SERVICIOS: 4 consultas de medicina de familia, 4 de enfermería, consulta de pediatría, enfermería pediátrica, sala de espera, sala de juegos, odontología, unidad de fisioterapia, sala de cinesiterapia, sala de espera de tratamiento, punto de atención continuada, sala de usos múltiples, sala de juntas, biblioteca, etc.

En el proyecto se ha tenido en cuenta la accesibilidad de las personas discapacitadas.



- Adecuación de los contenidos a los objetivos perseguidos

Con el contenido de estas postales se consigue informar a los usuarios de estos Centros de Salud de la mejora que ha supuesto en su calidad de vida la existencia de la cofinanciación a través del FEDER, alcanzando de esta manera uno de los objetivos principales de la Comisión Europea en este período de programación.

- Incorporación de criterios de Igualdad de oportunidades

La información contenida en estas postales incorpora criterios de igualdad de oportunidades pues destaca en el texto informativo que incorpora, que en el proyecto se ha tenido en cuenta la accesibilidad de las personas discapacitadas.





- Adecuación con el objetivo general de difusión de los fondos

En el texto del reverso de estas postales se detalla que la actuación está cofinanciada en un 80% por el FEDER dentro del Programa Operativo de Asturias 2007-2013. También incorpora el emblema europeo así como el lema elegido por la Comunidad Autónoma “Asturias: reflejo de Europa”, de forma que la ciudadanía en general sea consciente del papel que juega la Unión Europea en la mejora de la calidad de vida.

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

Esta actuación presenta un grado de cobertura máximo, pues alcanza al 100% de la población objetivo de esta acción de comunicación, es decir, al total de las personas usuarias de los Centros de Salud cofinanciados.

- Evidencia de un alto grado de calidad

El resultado puede considerarse como satisfactorio, tanto por la información transmitida, como por la forma en que se ha hecho. Ha permitido acercar, de una manera muy sencilla y accesible, la Política Regional Europea al conjunto de la población asturiana.

■ *Jornadas Informativas Internas llevadas a cabo por el ICEX, para informar sobre las obligaciones en materia de comunicación en el nuevo período de programación 2007-2013*

El ICEX organizó los días 25 y 26 de noviembre y 4 de diciembre de 2009 unas jornadas informativas internas relativas a las obligaciones en materia de información y publicidad con objeto de reforzar las actuaciones que se venían realizando en este ámbito.

Asistieron gestores de todas las actividades del ICEX que están cofinanciadas por el FEDER, pues son éstas las personas de las que depende de que se cumpla la normativa vigente en materia de información y publicidad.



Como prueba gráfica de esta actividad se observa el cartel utilizado en las Jornadas Informativas que tuvieron lugar en la sede del ICEX:



Para considerar estas jornadas informativas como buena práctica desde el punto de vista de la comunicación se ha tenido en cuenta el cumplimiento de los siguientes criterios:

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

Es innovador en el sentido de ser la primera vez que, dentro del ICEX, se llevaba a cabo una actuación como esta de concienciación acerca de la importancia de transmitir la transparencia y visibilidad de los fondos europeos, no solo dentro del propio organismo, sino también de cara a los destinatarios últimos de estas actuaciones cofinanciadas con Fondos Europeos.

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

Este criterio se cumple ampliamente puesto que el objetivo perseguido era reforzar y recordar las actuaciones que en materia de información y publicidad se han de llevar a cabo en las acciones del ICEX que son cofinanciadas a través del FEDER y, de esta forma, los gestores de estas acciones están

informados de las obligaciones que han de cumplir y a su vez, se consigue que los organismos colaboradores transmitan el mensaje hacia los beneficiarios potenciales y hacia el público en general.



- Incorporación de criterios de Igualdad de Oportunidades

Este criterio queda recogido en el uso de un lenguaje no sexista en estas jornadas, así como en el número significativo de mujeres que asistieron a estas jornadas.

- Adecuación con el objetivo general de la difusión de fondos

Existe esta adecuación, pues el contenido de estas jornadas estaba referido, entre otras materias, a destacar la importancia de la difusión de los fondos a través de las actividades de información y publicidad, cumpliendo con las obligaciones reglamentarias.

- Alto grado de cobertura sobre la población objeto de la acción de comunicación

A estas jornadas asistieron el 100% de las personas destinatarias de la misma, de forma que se alcanzó un grado de cobertura máximo.

- Evidencia de un alto grado de calidad

El cumplimiento de este criterio se observa por el interés mostrado por los asistentes a estas jornadas, así como por el grado de participación y por la evidencia de la transmisión de los conocimientos adquiridos por parte de los asistentes en su labor diaria en la aplicación de las medidas de información y publicidad.

- Uso de nuevas tecnologías de la información

En último lugar, el cumplimiento de este criterio de buena práctica se argumenta a través de que toda la documentación utilizada en estas jornadas está disponible en la Intranet del ICEX, facilitando el acceso a la misma de todas las personas susceptibles de necesitar utilizarla en el desarrollo de las actividades de comunicación, Por ejemplo, los logos, los lemas en varios idiomas, instrucciones en cuanto a formatos y textos a incluir en los documentos utilizados, etc.

▣ *Inserción de publrreportajes en los tres diarios de mayor tirada de Asturias*

La Administración Regional del Principado de Asturias realizó en 2009 la inserción de tres publrreportajes en los tres diarios de mayor tirada de Asturias, La Nueva España, El Comercio/La Voz de Avilés y La Voz de Asturias.

Uno de los publrreportajes, titulado “Programa Operativo FEDER de Asturias 2007-2013” contenía información acerca de las características principales de este programa así como la asignación financiera por ejes. A continuación se muestra la publicación del 23 de diciembre de 2009:

Programa Operativo FEDER de Asturias 2007-2013

El FEDER cofinanciará 395 millones de euros para actuaciones en el Principado

Los recursos de la política de cohesión para el periodo 2007-2013 en Asturias se enmarcan dentro del objetivo comunitario de Convergencia, al cual contribuyen el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER), el Fondo de Cohesión y el Fondo Social Europeo (FSE).

Conforme a la Decisión de la Comisión Europea de 20 de noviembre de 2007 por la que se aprueba el Programa Operativo (PO) FEDER de Asturias 2007-2013, el gasto público total previsto es de 554 millones de euros para todo el periodo. De esta cantidad el FEDER cofinanciará 395 millones, que se distribuyen en un 64% para actuaciones del Principado de Asturias que ejecutará a través de sus respectivas Consejerías, un 30% para actuaciones de la Administración General del Estado y el porcentaje restante para actuaciones de los entes locales.

El PO FEDER de Asturias 2007-2013 se articula entorno a 6 ejes prioritarios que se corresponden básicamente con los objetivos específicos del programa, y un eje de asistencia técnica a través del cual se desarrollan las tareas de seguimiento, evaluación, control, información y publicidad, con el objetivo de mejorar la utilización de los recursos disponibles en el Programa.

A través del Eje 1 se promueven actuaciones que tienen por objetivo potenciar la economía del conocimiento: I+D+i, Sociedad de la Información y el uso de las nuevas tecnologías.

Las actuaciones del Eje 2 se centran en el apoyo a la inversión empresarial, especialmente de las PYMES, el apoyo a la internacionalización y promoción exterior de las empresas y otras medidas destinadas a fomentar la innovación y el espíritu empresarial.

En el Eje 3 se desarrollan

actuaciones que tienen por objetivo mejorar la gestión y uso del agua, así como recuperar y mantener el entorno natural.

Las actuaciones del Eje 4 tienen por finalidad el desarrollo de la estructura ferroviaria, la mejora e integración de las redes regionales de transporte por carretera, así como las infraestructuras portuarias.

En el marco del Eje 5 se favorecerá el desarrollo sostenible local y urbano, especialmente con la protección y conservación del patrimonio cultural, así como el desarrollo de proyectos integrados para la regeneración urbana y rural.

Las actuaciones del Eje 6 tienen por objetivo completar y consolidar la atención sanitaria primaria, y mejorar la oferta hospitalaria existente, ampliar el sistema educativo público en los distintos niveles y especialidades y consolidar y aumentar la dotación de infraestructuras sociales.

Características principales del Programa:

- Considerable esfuerzo en materia de I+D+i y Sociedad de la Información, máxime si tenemos en cuenta que las actuaciones a realizar en estos ámbitos por la Administración Regional tienen carácter complementario a las que desarrollará la Administración General del Estado en el marco de los programas plurirregionales: Fondo Tecnológico y Economía basada en el Conocimiento.

- Importancia de las actuaciones dirigidas al desarrollo e innovación empresarial, que en concordancia con las intervenciones desarrolladas por el FSE constituyen una importante palanca para mejorar la productividad.

- El peso financiero de los dos primeros ejes representa más de un tercio de la programación del P.O. FEDER, lo que demuestra la apuesta de futuro que en esta materia se está realizando desde el Principado de Asturias.

El gasto destinado a medio ambiente y transporte se verá notablemente complementado por recursos adicionales del Fondo de Cohesión.

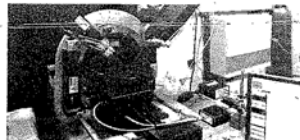
Cabe destacar que el conjunto de gastos directamente relacionados con la Estrategia de Lisboa supera el 60% de la programación FEDER, dando así cumplimiento a las directrices estratégicas de la Unión Europea de dar prioridad a aquellas actuaciones vinculadas más directamente con el fomento de la competitividad y la creación de empleo.



Imagen de las obras realizadas en la carretera de La Coboerola.



Carretera AS-112 tramo Coriós-Cabeaquina.



ITMA, Instituto Tecnológico de Mieres.

Asignación financiera por ejes prioritarios del programa			
EJE	DENOMINACIÓN EJE	INVERSIÓN TOTAL	APORTACIÓN FEDER
1	Desarrollo de la Economía del Conocimiento (I+D+i, Sociedad de la Información y TIC)	51.501.694	41.201.353
2	Desarrollo e innovación empresarial	143.326.094	100.328.264
3	Medioambiente, Entorno natural, Recursos Hídricos y prevención de riesgos	93.575.266	65.502.686
4	Transporte y energía	110.118.504	71.577.029
5	Desarrollo Sostenible local y urbano	77.222.565	54.065.793
6	Infraestructuras sociales	76.839.966	61.471.971
7	Asistencia Técnica	1.347.621	1.078.097
TOTAL		553.931.710	395.215.192

PROGRAMA OPERATIVO FEDER DE ASTURIAS 2007-2013



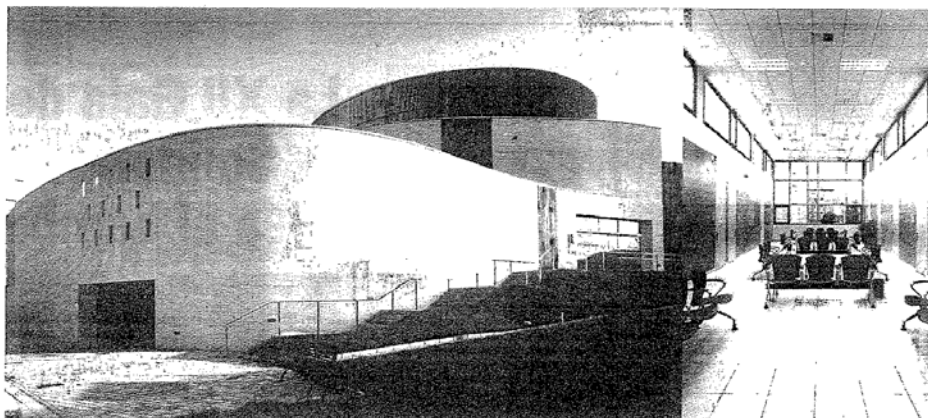
UNIÓN EUROPEA
Fondo Europeo de
Desarrollo Regional



GOBIERNO DEL
PRINCIPADO DE ASTURIAS



El segundo de los publirreportajes, complemento del anterior, se refería a una de las actuaciones específicas del programa, "Infraestructuras en materia de salud en el Programa Operativo FEDER Asturias 2007-2013", subrayando la importancia de las infraestructuras sanitarias cofinanciadas por este Fondo, destacando la ejecución de determinadas inversiones en centros de salud. Este publirreportaje fue publicado el 26 de diciembre de 2009:



A la izquierda, imagen del centro de salud de La Corredoria. A la derecha, interior del centro de Contrueces en Gijón.

Infraestructuras en materia de salud en el Programa Operativo FEDER de Asturias 2007-2013

Las infraestructuras sanitarias constituyen una de las áreas principales de actuación del Programa Operativo FEDER de Asturias 2007-2013, aprobado por la Comisión Europea el 20 de noviembre de 2007.

El modelo territorial asturiano está caracterizado por la concentración de la población en un área central que representa entorno a una quinta parte del territorio mientras que el resto de la población se distribuye en una zona eminentemente rural de difícil orografía. Esto justifica la dificultad de mejorar la accesibilidad al sistema sanitario así como la de alcanzar una homogenización en la dotación de infraestructuras y equipamientos sanitarios en el territorio.

A pesar de los esfuerzos realizados en las áreas periféricas de la región, donde las inversiones conllevan un mayor coste derivado de la orografía y dispersión de la población, todavía es preciso desarrollar inversiones en centros de salud y consultorios locales para

Las actuaciones a desarrollar en el periodo 2007-2013 se van a centrar en la construcción y modernización de los centros de salud y consultorios locales, y en la mejora de determinados módulos de la Red hospitalaria asturiana para agilizar el acceso de los ciudadanos a estas infraestructuras

cubrir un cierto déficit en la dotación de dichas infraestructuras en las alas de la región.

Además de la creciente concentración de la población en el triángulo urbano central

Entre los proyectos ejecutados destacan los del centro de salud de Lluarca o Ribadesella

que continúa aumentando la presión sobre los servicios sanitarios y demandando el aumento de la oferta, especialmente en los nuevos barrios de reciente creación, otro aspecto a considerar es el envejecimiento de la población y las

crecientes, aunque todavía modestas, tasas de inmigración que están cambiando la estructura de los receptores de estos servicios públicos.

El PO FEDER de Asturias 2007-2013 va a contribuir en este área de salud con una inversión aproximada de 41,5 millones de euros dirigida a completar y consolidar la atención primaria así como a mejorar la oferta hospitalaria ya existente. La Unión Europea a través del Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) va a cofinanciar el 80% del coste de estas infraestructuras por lo que realizará una aportación de unos 33,2 millones de euros.

Las actuaciones a desarrollar en este periodo se van a centrar en la construcción y modernización de los centros

de salud y consultorios locales así como en la mejora de determinados módulos de la Red hospitalaria asturiana con el fin de generalizar el acceso de todos los ciudadanos a las infraestructuras sanitarias.

Entre los proyectos más importantes ejecutados hasta el momento en las zonas occidental y oriental de la región cabe destacar las obras en los nuevos centros de salud de Lluarca, Ribadesella, Infiesto, en el consultorio Local de San Antolín de Ibias y en el consultorio periférico de San Román de Candamo.

En la zona central las inversiones más significativas son el nuevo centro de salud de La Corredoria (Oviedo), la reforma y ampliación del centro de salud de Contrueces (Gijón), el nuevo consultorio de la

Fresneda (Siero), los consultorios periféricos de Las Campas (Oviedo) y de Caborana (Aller) y el consultorio local de Santa Eulalia de Morcín.

Por lo que respecta a la mejora de la calidad asisten-

Una de las inversiones es la del nuevo centro de salud de La Corredoria

cial prestada en los Hospitales destaca la inversión que se está realizando en el hospital de Cabueñes de Gijón, con la construcción de un nuevo edificio de 6.000 m² y la reforma interior de instalaciones correspondientes a otros 3.500 m².

Infraestructuras en materia de salud en el Programa Operativo FEDER de Asturias 2007-2013



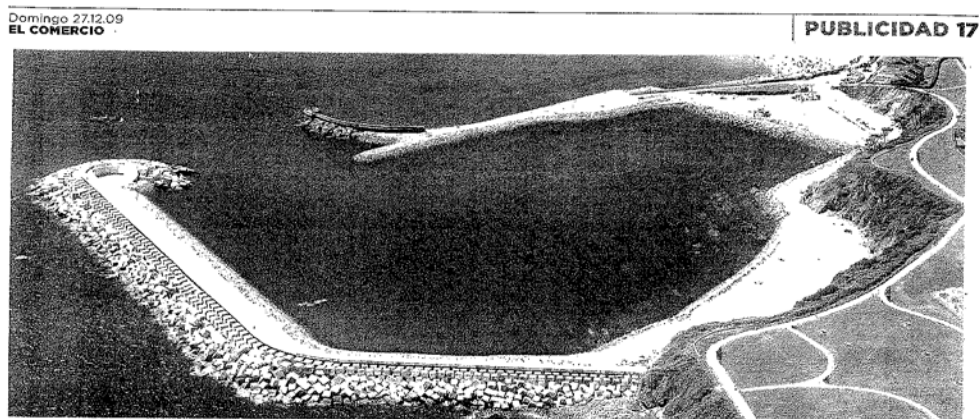
UNIÓN EUROPEA
Fondo Europeo de
Desarrollo Regional



Asturias
Reflejo de Europa



En último lugar, se pensó en destacar los proyectos de mayor relevancia ejecutados dentro del Programa Operativo FEDER, para ello se ideó un publlirreportaje referido a la noticia estrella y se escogió la ampliación del puerto de Luanco por ser una de las principales obras acometidas en los últimos años por la Consejería de Medio Ambiente y Ordenación del Territorio e Infraestructuras. Esta fue la inserción del 27 de diciembre de 2009:



Domingo 27.12.09
EL COMERCIO

PUBLICIDAD 17

Imagen aérea del Puerto de Luanco.

Ampliación del Puerto de Luanco

La cofinanciación de este proyecto corre a cargo del Fondo Europeo de Desarrollo Regional dentro del Programa Operativo de Asturias 2007-2013, aprobado por la Comisión Europea

La ampliación del puerto de Luanco, con una inversión de 23,3 millones de euros, es una de las principales obras acometidas por la Consejería de Medio Ambiente, Ordenación del Territorio e Infraestructuras en los últimos años.

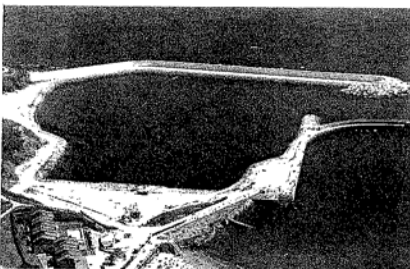
Estas obras tienen por finalidad la creación de una nueva dársena abrigada en la zona de El Corral, mediante la construcción de un dique exterior, que garantice la seguridad de las flotas pesquera y deportiva, así como albergar más de 200 anacores en pantalanes.

A esta primera fase de las obras que están concluidas, ya se han dedicado más de 21,8 millones de euros. Los trabajos realizados hasta el momento han consistido en la construcción de un dique exterior de abrigo de unos 410 metros

y un contradique de unos 75 metros. Próximamente arrancarán las obras de la segunda fase que consistirán en el dragado en soca de bajos e instalación de pantalanes y en las que se invertirán casi cuatro millones de euros.

La cofinanciación de este proyecto corre a cargo del Fondo Europeo de Desarrollo Regional dentro del Programa Operativo de Asturias 2007-2013. Este programa, aprobado por la Comisión Europea el 20 de noviembre de 2007, asigna a Asturias para dicho periodo 33,18 millones de euros de inversión en actuaciones portuarias a ejecutar por la Consejería de Medio Ambiente, Ordenación del Territorio e Infraestructuras, siendo la tasa de cofinanciación del 65%.

DATOS DE LA OBRA	
- Presupuesto:	23,3 millones.
- Dique de abrigo:	430 metros
- Contradique:	75 metros
- Bloques de 80 toneladas:	339 unidades.
- Bloques de 60 toneladas:	1.625 unidades.
- Bloques de 30 toneladas:	461 unidades.
- Escolteras:	85.000 metros cúbicos.



Dos panorámicas del puerto.



Ampliación del Puerto de Luanco

PROGRAMA OPERATIVO FEDER DE ASTURIAS 2007-2013

Esta campaña en prensa se considera una buena práctica en base al cumplimiento de los siguientes criterios:

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

Con estas tres inserciones se ha conseguido reforzar y recordar las actuaciones cofinanciadas por la Unión Europea a través del Programa Operativo FEDER tanto para la población beneficiaria de dicho Fondo como para el público en general, uno de los objetivos principales perseguidos por el Plan de Comunicación.

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

Este criterio de buena práctica se cumple ya que en los publrreportajes está incorporado el emblema europeo y el lema elegido por la Comunidad Autónoma, "Asturias, reflejo de Europa", y también se especifica que estas actuaciones están cofinanciadas por el FEDER dentro del Programa Operativo de Asturias 2007-2013, con lo que se consigue que la ciudadanía se concencie del papel que juega la Unión Europea en la Región, objetivo general de la difusión de fondos.

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

Teniendo en cuenta la herramienta utilizada para la difusión, es decir, los tres periódicos de mayor tirada regional, se puede decir que el grado de cobertura sobre la población objetivo es el máximo posible, pues seis de cada diez habitantes de la región leen periódicos a diario, cifras por encima de la media nacional a nivel de lectura de prensa escrita.

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

La información contenida y transmitida al público lector en los tres publrreportajes tiene un alto grado de calidad, al ser completa, gráfica y con un impacto visual muy aceptable. Esto ha permitido que la ciudadanía en general perciba de una forma tanto cercana como sencilla y accesible la Política Regional Europea.

- *"La Realización de de Encuentros Interprovinciales y Nacionales de Viveristas pertenecientes a la Red de Viveros de empresas de la Fundación INCYDE, a lo largo de toda la geografía española. En particular, el llevado a cabo en Oviedo".*

Durante el año 2009 se realizó un Congreso Interprovincial de Viveristas en Oviedo 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 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:

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

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.

PRIMER ENCUENTRO INTERPROVINCIAL DE VIVERISTAS

En Oviedo, el 9 de noviembre de 2009
OVIEDO, ASTURIAS, VALLADOLID, BADAJOZ
y SANTIAGO DE COMPOSTELA

PROGRAMA

09:00	Recogida de documentación
09:15	Presentación oficial. Sesiones Informativas
10:00	Desayuno
10:30	Reuniones de trabajo
14:30	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, ubicación, tutorización e interconexión), 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 **VIVEROS INCYDE** más de 1.500 empresas han sido alojadas durante la fase de consolidación en alguno de los 83 **Viveros** creados hasta la fecha, y más de 500 se han trasladado, ya consolidadas, a sus nuevas esdes.

La mayor red de viveros de Europa



Cámaras
Fundación INCYDE

- Adecuación de los contenidos a los objetivos perseguidos

En estos 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 los 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 sesiones breves donde se expandirán aspectos de interés para los viveristas.

INCYDE ESCUCHA

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



FINANCIACIÓN

Este encuentro es posible gracias a los fondos FEDER y a la aportación de la Cámara anfitriona. Ellos han hecho posible que los gastos de desplazamiento y estancia sean sin cargo para los viveristas de las Cámaras de Comercio de Valladolid, Badajoz y Santiago de Compostela.



LUGAR DEL ENCUENTRO

Auditorio Palacio de Congresos Príncipe Felipe
Paseo de la Reina, s/n - 33007
Oviedo, Principado de Asturias, España
Teléfono: (+34) 985 24 62 17 / (+34) 985 27 21 11
Fax: (+34) 985 24 62 16



ORGANIZADOR Y ANFITRIÓN

Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Oviedo
Quintana, 22. 33509 Oviedo (España)
Teléfono: (+34) 985 207 675
Fax: 985 207 200
E-mail: encuentroviveristas@camara-ovi.es

- Incorporación de criterios de igualdad de oportunidades

Tanto hombres como mujeres han tenido acceso a dicho evento, pero también destaca el alto número de empresarias que forman parte del colectivo de viveristas.

- Adecuación con el objetivo general de difusión de fondos

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.

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

El alto grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción de comunicación 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 junto con autoridades de la provincia.



- Evidencia de un alto grado de calidad

La alta participación y la gran difusión recogida en los medios de comunicación evidencia un alto grado de calidad lo que hace que su repercusión haya sido mayor y se haya llegado a un mayor número de personas.

- Uso de nuevas tecnologías de la información

En último lugar 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.

■ *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 permitiese diseñar la estrategia de comunicación conjunta para todos los fondos europeos de la política regional y todas las administraciones participantes en su gestión. Asimismo, esta red iba a permitir y adecuar el desarrollo de diferentes opciones de planes de comunicación, tanto conjunta como separadamente entre los Fondos, a las exigencias reglamentarias en materia de comunicación.



El objetivo fundamental de esta red es 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. También establece un puente informativo entre los participantes de la red española y las redes europeas de la Comisión, INIO e INFORM.



Esta actuación se considera una buena práctica por el cumplimiento de los siguientes criterios:

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

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.

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

Este criterio se cumple pues, desde su puesta en marcha, 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.

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

Se han incorporado criterios de igualdad de oportunidades tanto en los planteamientos de funcionamiento de la red, como de representatividad y posibilidades futuras.

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

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

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

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

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

Se observa 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.

- **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, utilizando de esta forma, las nuevas tecnologías de la información.

- *Elaboración en la Red GERIP de la "Guía General de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los Programas Operativos FEDER, Fondo de Cohesión y FSE 2007-2013"*

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

Es 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.



Esta actuación se considera una buena práctica por el cumplimiento de los siguientes criterios:

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

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

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

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

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

Se utiliza un lenguaje adecuado en su redacción. Además, esta Guía introduce en el documento del informe final a presentar por el equipo evaluador, un apartado que analice la contribución de las medidas de comunicación en el principio de igualdad de oportunidades.

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

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

Esta Guía se ha difundido entre todos los organismos intermedios y se ha hecho llegar a los gestores de las ayudas de los Fondos, colectivo al que va dirigida la publicación.

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

Se cumple este criterio por la evidencia de un alto grado de calidad en el diseño de la guía, como lo demuestra el hecho de la buena aceptación de la misma por parte de la Comisión y de la mayoría de los Estados miembros y la utilización que de ella han decidido hacer otros países para su evaluación.

- **Uso de nuevas tecnologías de la información**

En la web de la Autoridad de Gestión está disponible esta Guía, así como un apartado específico de Comunicación. También en las páginas web de los Organismos Intermedios responsables de los Planes de Comunicación regionales AGE se facilita este documento, para la necesaria puesta en marcha de los contenidos de esta Guía.