

RegioPlus
Consulting 



XUNTA DE GALICIA
CONSELLERÍA DE FACENDA



UNIÓN EUROPEA

FONDO SOCIAL EUROPEO
"O FSE inviste no teu futuro"

**Evaluación Final del Plan
de Comunicación del
Programa Operativo FSE
Galicia**

2007-2013

Índice

1. METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN	1
1.1. Diseño técnico de la evaluación	2
1.2. Métodos y técnicas utilizadas.....	4
1.3. Valoración de lo anterior	8
2. ANÁLISIS DEL SEGUIMIENTO Y APLICACIÓN DE LAS RECOMENDACIONES REALIZADAS EN LA EVALUACIÓN INTERMEDIA DE 2010	9
3. ANÁLISIS DEL AVANCE EN EL DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN.....	18
3.1. Principales avances conseguidos respecto a la Pertinencia del Plan	18
3.2. Principales avances conseguidos respecto a la validez y consistencia interna del Plan.....	22
3.3. Adecuación de la dotación de los medios económicos, humanos y técnicos asignados a las tareas de comunicación de los Fondos	25
3.4. Consideración del Principio de Igualdad de Oportunidades en la Estrategia de Comunicación	28
4. ANÁLISIS DE LA APLICACIÓN DE LAS MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD.....	30
4.1. Avances en la ejecución de las medidas.....	31
4.2. Integración de las actividades de información y publicidad en los informes anuales de ejecución.....	41
4.3. La repercusión de los sistemas de seguimiento en la calidad de la ejecución de las medidas.....	43
5. EVALUACIÓN DE LAS INCIDENCIAS DETECTADAS EN EL PROCESO DE VERIFICACIÓN PREVIA CON RELACIÓN A LOS ASPECTOS DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD. PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS A PARTIR DE UNA MUESTRA DE OPERACIONES	51
6. EVALUACIÓN DE LA INTEGRACIÓN DEL PRINCIPIO DE IGUALDAD DE OPORTUNIDADES, TANTO EN LAS MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD, COMO EN LOS EFECTOS OBTENIDOS POR LAS MISMAS.....	54
7. ANÁLISIS DEL IMPACTO: LOGROS Y DESAFÍOS DE LAS ACTIVIDADES EN MATERIA INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD	57
8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES: PROPUESTAS PARA MEJORAR LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DE LOS FONDOS ESTRUCTURALES 2014- 2020	65

9. BUENAS PRÁCTICAS.....	71
9.1. Valoración de las Buenas Prácticas de Comunicación ya identificadas	71
9.2. Identificación de Nuevas Buenas Prácticas	77

1. METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN

Facilitar información acerca de las acciones de la Unión Europea en los Estados miembros es una garantía de buena utilización del dinero público. Por vez primera, la normativa sobre los Fondos Estructurales impone la aplicación de un Plan de Comunicación en relación con las intervenciones estructurales. De esta forma, la gestión de las actividades de información y publicidad ha adquirido una importancia creciente en este período de programación, 2007-2013.

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

En respuesta a ello, la Dirección Xeral de Proxectos e Fondos Europeos (Consellería de Facenda) de la Xunta de Galicia, en colaboración con la Subdirección General de la UAFSE del Ministerio de Empleo y Seguridad Social (MEySS), ha elaborado un Plan de Comunicación para el Programa Operativo (PO) regional del FSE.

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

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

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

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

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

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

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

1.1. DISEÑO TÉCNICO DE LA EVALUACIÓN

El diseño técnico de la evaluación de los Planes de Comunicación se ha realizado por las Autoridades de Gestión de las intervenciones estructurales en España, en el marco definido por el GERIP. Ello se debe a que la Comisión Europea no ha proporcionado unas orientaciones indicativas específicas sobre la metodología de evaluación a aplicar. Su papel, en este sentido, se ha limitado a la publicación en su página Web de unas fichas metodológicas orientativas para la evaluación de las actuaciones de información y publicidad en el período de programación 2007-2013 y de una serie de documentos e

informes de trabajo con la finalidad de que puedan constituirse como referencia para los países miembros¹.

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

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

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

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

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

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

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

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

1.2. MÉTODOS Y TÉCNICAS UTILIZADAS

a) *Sistema de indicadores*

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

+ **Proporcionalidad:** La evaluación de las actividades de información y publicidad y de los documentos asociados para apreciar la coherencia, eficacia e impacto de la estrategia de comunicación ha respetado el principio de proporcionalidad. De esta forma, el alcance de la presente evaluación es el apropiado para avanzar en la consecución de los objetivos fijados para la misma en la citada Guía Metodológica.

b) Análisis Documental

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

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

c) Entrevistas

Se han llevado a cabo entrevistas, tanto directas, como realizadas a través de cuestionarios. Estas entrevistas han sido una herramienta importante para la obtención de información cuantitativa y cualitativa, permitiendo cruzar dicha información con la obtenida de los indicadores de evaluación. De esta forma, se ha podido profundizar en la estimación de los efectos directos e indirectos de las medidas de Información y Publicidad puestas en marcha.

Atendiendo a criterios de equilibrio en cuanto a representatividad y calidad, se ha entrevistado a las Autoridades de Gestión, al Organismo Intermedio de la Xunta de Galicia, Dirección Xeral de Proxectos e Fondos Europeos, y a otros organismos en su calidad de beneficiarios y/o gestores de los fondos, con la finalidad de obtener información ligada con las propias medidas de comunicación llevadas a cabo, y con la repercusión de la información en la mejora de la propia gestión de los Fondos. Asimismo, se han realizado entrevistas a beneficiarios privados de las ayudas comunitarias, que han permitido también recoger su visión respecto a la información y publicidad de la ayuda comunitaria.

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

d) Grupos de Discusión

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

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

En concreto, se han celebrado dos mesas redondas el día 29 de julio de 2013 en la Sala de Xuntas de la Consellería de Facenda de la Xunta de Galicia que abordaron las temáticas de: sensibilización y concienciación de la ciudadanía, en la que se han analizado los canales, instrumentos, objetivos cubiertos, y principales obstáculos y éxitos identificados en el desarrollo de las tareas de comunicación; y accesibilidad y calidad en la formación e información proporcionada en materia de Información y Publicidad a beneficiarios potenciales.

e) Encuestas a la población

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

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

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

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

1.3. VALORACIÓN DE LO ANTERIOR

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

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

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

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

La Evaluación Intermedia del Plan de Comunicación del Programa Operativo FSE de Galicia, realizada en 2010, contó con un marcado carácter pragmático, basado en su orientación a la mejora de las condiciones de desarrollo del Plan, incrementando las posibilidades de éxito y maximizando el impacto de las medidas adoptadas en el mismo.

Esta funcionalidad se ha sustentado en dos pilares: el partenariado que ha garantizado la participación de todos los agentes implicados en el desarrollo del Plan de Comunicación en el procedimiento de Evaluación y la inclusión en el informe final de un capítulo de conclusiones y recomendaciones que se ha traducido en la práctica en la adopción de medidas para la mejora de los procedimientos, ejecución e impacto de las actuaciones de comunicación.

En la fase de implementación del procedimiento de evaluación, el principio de partenariado quedó ampliamente garantizado en la Evaluación Intermedia a través de la participación tanto de la Autoridad de Gestión y el Organismo Intermedio Regional, como de los órganos gestores y los organismos económicos y sociales en las diferentes vías instrumentadas para la obtención de información cuantitativa y, sobre todo, cualitativa.

Así en el ámbito del sector público, se entrevistó a prácticamente el 92% de los órganos gestores de fondos del PO FSE de Galicia. Estas entrevistas permitieron obtener información acerca del grado de conocimiento de las obligaciones en materia de comunicación, así como la utilidad de las actuaciones realizadas y la satisfacción derivada de las mismas. Asimismo, se celebraron dos grupos de trabajo orientados a enriquecer el análisis de los impactos alcanzados por el plan de comunicación, a través del análisis colectivo y el debate, y a generar nuevas ideas y puntos de vista.

Por su parte, en lo que respecta a los beneficiarios privados, se realizaron entrevistas a un grupo de empresas privadas, lo que permitió captar la perspectiva del sector empresarial como beneficiario.

Por otra parte, una vez finalizado el informe de evaluación se dio una importante divulgación de los resultados obtenidos, que ha facilitado el conocimiento de los resultados de la misma. De hecho, el 81,8% de los órganos gestores reconocen haber tenido acceso a esta información.

A este respecto, el principal instrumento de difusión lo ha constituido la web de la Dirección General de Planificación y Fondos de la Consellería de Facenda de la Xunta de Galicia (www.conselleriadefacenda.es/export/sites/default/Economia/Biblioteca)

[/Documentos/ Area Planificacion Economica/Inf EV PLAN COMUN PO FSE GA 07-13 25 04 11.pdf](#).

Finalmente, la implementación de las recomendaciones realizadas, en una fase posterior, también ha contado con una participación activa de todas las administraciones implicadas, habiendo adoptado alguna medida en relación con las mismas el 91,7% de los órganos gestores. De hecho, más del 83% de las recomendaciones han implicado, de forma directa o indirecta, a más de un organismo (ya sea la Autoridad de Gestión, los órganos gestores o el Organismo Intermedio Regional). Cobra en este sentido un protagonismo singular la Dirección Xeral de Proxectos e Fondos Europeos que ha tenido una vinculación directa con todas las recomendaciones realizadas, pero también los órganos gestores a los que afectan un 66,7% de las mismas).

Por otra parte, en la fase final de elaboración del informe de Evaluación Intermedia del Plan de Comunicación, se procedió a la elaboración una serie de **conclusiones y recomendaciones**, que, en los términos recogidos 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*, recogen, a partir de la información cuantitativa y cualitativa analizada, los principales resultados y la propuesta de medidas a adoptar con la finalidad de maximizar eficiencia del Plan de Comunicación.

Adicionalmente, este capítulo de conclusiones y recomendaciones constituye el punto de partida para la Evaluación final del Plan, en la medida en que su análisis permitirá determinar el grado de superación de los déficits detectados en un primer momento, así como el aprovechamiento de las potencialidades observadas en la comunicación del FSE en la Comunidad Autónoma de Galicia.

Así, el seguimiento posterior de las recomendaciones, el conocimiento en el transcurso del tiempo de su aplicación y los resultados obtenidos como consecuencia de la misma, permitirán a los evaluadores, pero también a los organismos implicados en la gestión del Plan, tener un conocimiento real de las mejoras introducidas y, en caso de considerarse necesario, contar con la posibilidad de introducir nuevos cambios en las distintas áreas.

En líneas generales, las conclusiones de la Evaluación Intermedia apuntan la existencia de una estrategia pertinente y coherente que responde a las necesidades de los diferentes grupos destinatarios que en los primeros años fue implementada de forma efectiva, permitiendo avanzar en la consecución de los objetivos. Sin embargo, se apuntan, en paralelo, algunas posibilidades de mejora a través de las recomendaciones que ascienden a un total de doce.

La revisión y el estudio de tales recomendaciones ha permitido su **clasificación** en base a los objetivos que las determinaron: la mejora en la ejecución y seguimiento de las medidas de información y publicidad; la mejora de los procedimientos de gestión

relacionados con las obligaciones de comunicación; y la mejora de los resultados e impactos de las medidas de información y publicidad.

Se trata de una propuesta relativamente equilibrada de potenciales vías de mejora en todos los ámbitos señalados, con una importancia ligeramente más significativa de las recomendaciones relativas a la *ejecución y seguimiento de las medidas de comunicación* que representan el 41,7%. En concreto abarca las recomendaciones que aluden a la necesidad de llevar a cabo un seguimiento pormenorizado de los gestores en los que se habían detectado incidencias en la cumplimentación de la información, así como de aquellos indicadores para los que se prevén problemas de cumplimiento a 2013 y de las que promueven la continuación en las tareas de formación de los órganos gestores, con la finalidad de facilitar el cumplimiento de los objetivos del Plan de Comunicación.

- ✦ **RECOMENDACIÓN 3:** Realizar un seguimiento específico de los organismos que no han tenido ejecución en todos los indicadores de comunicación con el fin de acelerar la puesta en marcha de sus actividades de información y publicidad.
- ✦ **RECOMENDACIÓN 4:** Realizar un seguimiento detallado de los indicadores en los que se han observado dificultades de cumplimentación y/o cumplimiento (como es el caso del número de visitantes de las páginas web).
- ✦ **RECOMENDACIÓN 5:** Incrementar la ejecución en las actividades de comunicación basadas en soportes de cartelería de cara a recuperar el ligero retraso acumulado.
- ✦ **RECOMENDACIÓN 6:** Realizar un estrecho seguimiento de aquellos indicadores que podrían ser objeto de posible revisión en un futuro por estar muy próximos a los valores-objetivo (como el número de acciones de difusión).
- ✦ **RECOMENDACIÓN 7:** Ampliar la formación dada a los órganos gestores a través de módulos de Información y Publicidad de carácter horizontal, integrados en los cursos, jornadas, seminarios, etc. que sean celebrados por el Organismo Intermedio.

En lo relativo a los *procedimientos de gestión* relacionados con la comunicación se han realizado tres recomendaciones (el 25% del total), las cuales ponen énfasis en la conveniencia de incrementar las instrucciones dadas por el Organismo Intermedio y los órganos gestores para facilitar el cumplimiento de los requisitos reglamentarios por parte de los beneficiarios de la ayuda FSE; la mejora en la recopilación de la información, tanto en tiempo como en forma, con la intención de mejorar la calidad de la misma; y la constitución de una red o grupo que reúna a todos los responsables de información y publicidad de los diferentes Órganos gestores y que contribuya a coordinar y normalizar las tareas de información y publicidad desarrolladas por los gestores y los beneficiarios de los Fondos Estructurales en la Comunidad Autónoma de Galicia.

- + **RECOMENDACIÓN 1:** Constitución de una red regional de expertos de Información y Publicidad que se convierta en foro de discusión y cauce de propuestas para el desarrollo de los Planes de Comunicación tanto del FEDER como del FSE, con la posibilidad de implicar en mayor medida a los beneficiarios privados.
- + **RECOMENDACIÓN 2:** Establecer un sistema de recopilación de la información que impida la aparición de errores que condicionen el seguimiento de las actuaciones desarrolladas y favorezca la corrección de los datos de valores anormales. Fomentar la grabación de la información en el momento de su generación.
- + **RECOMENDACIÓN 8:** Intensificar la elaboración de instrucciones sobre los aspectos de comunicación del FSE por parte del Organismo Intermedio regional, así como por parte de los propios órganos gestores para los beneficiarios privados con el fin de mejorar la información sobre las obligaciones de información y publicidad que deben respetar los órganos implicados en la gestión de las ayudas comunitarias.

Finalmente, las recomendaciones relacionadas con las potenciales mejoras en los *resultados e impactos* derivados de las medidas de comunicación han representado el 33,3%. Éstas se han centrado, fundamentalmente en reconocer la importancia de atender las necesidades específicas de determinados colectivos (población joven y población femenina), así como de orientar la comunicación a los resultados más que a las propias acciones y, finalmente, a la puesta en valor del lema propugnado en el Plan de Comunicación.

- + **RECOMENDACIÓN 9:** Intensificar las actuaciones dirigidas a la ciudadanía, haciendo especial incidencia en los ámbitos de intervención del FSE y en los resultados derivados de los proyectos cofinanciados, así como de la incidencia de los mismos sobre el desarrollo socio-económico de la región y la integración de los colectivos con mayores problemas.
- + **RECOMENDACIÓN 10:** Llevar a cabo actuaciones de información y publicidad orientadas a la población más joven (redes sociales, módulos de divulgación sobre política de Cohesión entre profesorado y alumnado, etc.)
- + **RECOMENDACIÓN 11:** Fomentar actuaciones específicamente orientadas a la población femenina tales como la celebración de actos dirigidos a órganos gestores, beneficiarios y beneficiarios potenciales de ayudas y desarrollo de actividades con una mayor influencia en la incorporación de las mujeres al mercado de trabajo en igualdad de oportunidades.
- + **RECOMENDACIÓN 12:** Incidir en la relación entre las actuaciones cofinanciadas y el eslogan “El FSE invierte en tu futuro”.

Una vez presentadas y clasificadas las diferentes recomendaciones, el siguiente paso en el proceso de valoración de las mismas es determinar si resultan **pertinentes**. La evaluación de dicha pertinencia se plantea a través de la respuesta a dos cuestiones básicas:

- (a) ¿Aportan las recomendaciones una **respuesta útil** a las debilidades detectadas en el ámbito de la comunicación del PO FSE de Galicia 2007-2013?
- (b) ¿Son **aplicables** desde una perspectiva práctica por parte de los organismos afectados y en el tiempo previsto?

La vinculación entre las conclusiones (a través de las cuales quedan de manifiesto los ámbitos de mejora en el desarrollo de la estrategia de comunicación) y las recomendaciones se refleja en el propio informe de la Evaluación Intermedia del Plan de Comunicación, gracias a la disposición de las recomendaciones, ubicadas tras la presentación de la correspondiente conclusión a la que se asocia.

Partiendo de esta información se han detectado dos tipos de conclusiones: aquéllas que constatan la existencia de una ventaja del Plan de Comunicación, sin identificar ámbito de mejora alguno (la relativa a la consideración de la comunicación en el procedimiento de control y verificación) y aquéllas que de una manera más o menos directa identifican posibles vías de progreso. Éstas últimas constituyen la amplia mayoría (el 88,9%) y, en todos los casos, están asociadas a, al menos, una recomendación. De hecho, el 62,5% de las mismas se asocian a más de una, de lo que se deduce la definición de varias vías complementarias para el abordaje de los déficits identificados.

Así, se puede concluir que *las recomendaciones realizadas presentan un importante grado de utilidad, en la medida en que ofrecen respuestas claras y directas a las necesidades identificadas y proponen diferentes métodos de calidad para su solución a medio plazo.*

En este último punto introducimos el segundo de los elementos que permite evaluar la pertinencia de las recomendaciones, su aplicabilidad. Ésta debe valorarse en el marco de crisis económica por la que pasa la economía gallega y la consolidación fiscal en la Administración regional derivada de las exigencias de las autoridades europeas y del Consejo de Política Fiscal y Financiera. En la práctica esto ha supuesto una priorización de las actuaciones cofinanciadas frente a las medidas de comunicación que ha orientado la ejecución a medidas con una mayor eficacia y eficiencia tratando con ello de alcanzar los objetivos del Plan de Comunicación minimizando el coste financiero de las actuaciones realizadas.

Desde la perspectiva temporal, todas las recomendaciones han podido ser abordadas en el período comprendido entre 2010 y 2013, con una implicación de todos los organismos implicados y, particularmente, de la Dirección Xeral de Proxectos e Fondos Europeos.

De todo ello se deduce que se *pueden considerar útiles y aplicables y, en definitiva, pertinentes el 100% de las recomendaciones realizadas por el equipo evaluador en la anualidad 2010.*

Finalmente, por lo que respecta a los **resultados derivados de la implementación** de dichas recomendaciones, éstos han sido diversos en función del grado de atención que han recibido cada una de ellas.

En el ámbito de los *procedimientos de gestión relacionados con la información y la publicidad* la atención a las recomendaciones puede considerarse muy significativa, aunque con un aspecto pendiente de consideración.

Entre los principales avances alcanzados es necesario señalar los siguientes:

- ✦ La constitución de la Subcomisión de Información y Publicidad de Fondos Europeos (**Recomendación 1**), en julio de 2012 de la que forman parte un representante de cada Consellería o entidad pública gestora de Fondos Estructurales. Su objetivo fundamental es *“lograr que la ciudadanía en general tenga un mayor conocimiento de las actuaciones cofinanciadas por FEDER y FSE y que los órganos gestores conozcan las disposiciones normativas que les afectan”*.

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

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

- ✦ En relación al momento del volcado, en respuesta a los requisitos consensuados en GERIP, se procede a la recopilación de la información dos veces al año (**Recomendación 2**), lo que supone la disposición de la información de forma más actualizada con respecto al período inmediatamente anterior, en lo relativo a los gestores de la Xunta de Galicia. Sin embargo, esto no sucede en lo que se refiere a la información relativa al FSE, ya que se encuentra accesible bajo petición (cuando es solicitada) pero no se carga de forma automática en una aplicación.
- ✦ En lo relativo a la generación de instrucciones que desarrollen los requisitos de comunicación en el marco del FSE (**Recomendación 8**), ya existía una instrucción

previa que desarrollaba mínimamente la derivada de la actividad del GERIP. Sin embargo, entre las anualidades 2011 y 2012 se ha procedido a la realización de dos actualizaciones (febrero de 2011 y octubre de 2012), así como un envío masivo de cuestiones a tener en cuenta en la recopilación de indicadores, con lo que se pretende mejorar la información disponible para los órganos gestores en los temas vinculados a la información y la comunicación.

No obstante, hay un aspecto que no se ha podido tomar en consideración durante el período transcurrido: la creación e implementación de una aplicación informática en el ámbito regional que facilite la recopilación de los datos de realización y resultados. La causa principal a la que responde este hecho es la restricción presupuestaria a la que se ha venido enfrentando la Xunta en los últimos ejercicios fiscales.

A ello se une, como se verá con detalle en el capítulo 4.1, las dificultades para el funcionamiento de la aplicación informática de la Unidad Administradora del FSE, lo que ha llevado a la recopilación de la información a través de una fórmula diferente, mediante la recogida de indicadores en una tabla en formato Access o Excel.

En el ámbito de la **ejecución y seguimiento de las medidas de comunicación**, por su parte los resultados pueden considerarse muy positivos en la medida en que la implementación de las recomendaciones ha derivado en:

- ✦ Una ejecución de actuaciones y cumplimentación de los indicadores por parte de todos los órganos gestores implicados en el desarrollo del PO (**Recomendación 3**). Así, todos los órganos gestores de FSE tienen ejecución en los indicadores de información y publicidad. De hecho prácticamente el 80% de los órganos gestores tienen ejecución en más de un indicador, lo que es un síntoma claro de la implicación creciente de los órganos gestores en el desarrollo del Plan de Comunicación.
- ✦ Por lo que respecta a la evolución de los indicadores, el sistema de seguimiento establecido ha permitido conocer con detalle y de forma periódica la tendencia seguida por los mismos, introduciendo el suficiente margen de maniobra como para incidir en la necesidad de incrementar las actuaciones en los ámbitos donde ésta se ha venido considerando insuficiente o revisar la programación de los objetivos cuando se ha considerado oportuno (tal y como se recoge en el apartado 3.1 del presente informe) – **Recomendaciones 4, 5 y 6** –.

A este respecto, señalar que se ha observado una notable mejora en la ejecución del indicador de número de visitas a las páginas web, en el que había un especial retraso. Éste ha pasado del 40,7% al 180,3% del objetivo previsto a 2013, lo que ha supuesto en la práctica que el número de visitas recibidas por las páginas web de la UAFSE y la Consellería de Facenda se ha multiplicado prácticamente por tres entre 2010 y 2013 período. Partiendo de la forma de estimación del indicador (que calcula número

medio de visitas), los resultados parecen recoger una adecuación de la fórmula de cuantificación, lo que supone un avance en relación con las posibilidades de seguimiento de las actuaciones.

Los gestores que anteriormente no habían cumplimentado indicadores se han centrado, fundamentalmente, en acciones de difusión, documentación interna y soportes publicitarios, impulsando, de este modo, alguno de los ámbitos en los que se habían detectado mayores retrasos en la Evaluación Intermedia. En concreto, en el caso de los soportes publicitarios el indicador correspondiente ha pasado del 41,1% al 89,4%.

Todo ello, una vez más, es un indicador del compromiso creciente de los órganos gestores, pero también de los resultados positivos derivados de la formación dada por el Organismo Intermedio Regional a los organismos implicados, en respuesta a lo establecido en la **Recomendación 7**. Así, desde la anualidad 2010, la Xunta de Galicia viene incluyendo en todas aquellas jornadas, seminarios, etc. que versan sobre gestión, control, seguimiento y evaluación de FEDER y/o de FSE un módulo que incluye la normativa de información y publicidad y la de los indicadores, lo que se ha traducido en un incremento en la utilidad de las mismas y en la satisfacción que en torno a ellas muestran los asistentes (ver capítulo 7).

Finalmente, las recomendaciones en el área de **resultados e impactos** han tenido una implementación que puede considerarse media, dado que la orientación de las actuaciones hacia aquellos temas y colectivos en los que se habían detectado mayores déficits ha sido efectiva, pero los resultados en la práctica han sido limitados, de acuerdo con lo que se desprende de las encuestas realizadas a la población (ver capítulo 7).

- ✦ El incremento en el ritmo de ejecución de las actuaciones de comunicación ha permitido que el conocimiento que la población tiene de la cofinanciación realizada por el FSE a temáticas como la formación y el empleo, haya mejorado ligeramente; en tanto ha disminuido en lo relativo a las desigualdades sociales y entre hombres y mujeres o la lucha contra la exclusión social de determinados colectivos (**Recomendación 9**).
- ✦ En la misma línea, el conocimiento que de la aportación de los Fondos Estructurales al desarrollo regional y, de forma más específica, del FSE tiene la población más joven (**Recomendación 10**) y la población femenina (**Recomendación 11**) se ha visto mejorado muy sensiblemente en los últimos tres años, con incrementos respectivos de 30 y 13 puntos porcentuales, como consecuencia de actuaciones como el recurso a las redes sociales como vía de comunicación (capítulo 7) o la realización de actuaciones específicas orientadas a la población femenina (capítulo 6).
- ✦ Finalmente, la vinculación del eslogan “El FSE invierte en tu futuro” a las actuaciones realizadas y su conocimiento (**Recomendación 12**) se ha visto reducido entre la

población, situándose el porcentaje de personas que consideran que el mismo refleja el papel que el FSE desempeña en el desarrollo regional de la región gallega en el 34,8%.

No obstante, la valoración final de estos resultados debe realizarse a la luz del tiempo transcurrido. El plazo de tres años, de hecho, podría considerarse insuficiente para el diseño, implementación y obtención de resultados en este tipo de medidas entre la población, por lo que debería incidirse en la realización de actuaciones que mejoren el impacto y volver a comprobar los resultados a medio plazo.

En definitiva, las conclusiones y recomendaciones realizadas en el procedimiento de Evaluación Intermedia del Plan de Comunicación del PO FSE de Galicia 2007-2013 pueden considerarse coherentes y útiles como fórmulas de respuesta a las necesidades identificadas en relación con los procedimientos, la ejecución y los resultados e impactos de las actuaciones de comunicación.

En la práctica, han sido tomadas en consideración por todos los organismos implicados y, de forma particular, por la Dirección Xeral de Proxectos e Fondos Europeos, lo que ha permitido un avance importante en la resolución de las debilidades detectadas. No obstante, este resultado positivo no ha sido homogéneo en todos los ámbitos, observándose que la atención a las recomendaciones ha sido insuficiente en determinados casos para mejorar el conocimiento que la población tiene del FSE, así como en lo relativo a los mecanismos para la recopilación de la información.

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

El Plan de Comunicación del PO FSE de Galicia 2007-2013 recoge la definición de una estrategia de información y publicidad que ha permitido informar de los logros alcanzados para la consecución de los objetivos garantizando la publicidad de la intervención, la transparencia de su ejecución y la información puntual de los avances producidos en la misma.

La Evaluación Intermedia puso de relieve el cumplimiento de todas las exigencias reglamentarias respecto a la planificación, gestión y ejecución del Plan de Comunicación, que hacía que la valoración de la estrategia de comunicación resultase favorable.

Desde entonces, los logros conseguidos han permitido una consolidación de los elementos positivos en todos estos ámbitos, al tiempo que se han introducido mejoras en cuestiones relativas al desarrollo de la estrategia.

En este marco, los epígrafes siguientes abordan, de forma detallada, los principales avances observados en la implementación del Plan con respecto a la pertinencia, la validez y consistencia interna de la estrategia; la adecuación de la dotación de los medios económicos, humanos y técnicos asignados a las tareas de comunicación del FSE; y la consideración del Principio de Igualdad de Oportunidades en la estrategia de comunicación.

3.1. PRINCIPALES AVANCES CONSEGUIDOS RESPECTO A LA PERTINENCIA DEL PLAN

Tal y como se recoge en la introducción del presente capítulo, la pertinencia de la estrategia definida en el Plan de Comunicación del PO FSE de Galicia 2007-2013 queda garantizada, a la luz de los análisis realizados en la Evaluación Intermedia, al aunar una valoración positiva en la programación de la comunicación, pero también en la gestión operativa y en el seguimiento y evaluación de la misma.

Esta favorable valoración se ha visto, además, reforzada desde 2010 hasta la actualidad a través las mejoras introducidas durante la implementación de la estrategia en todos los ámbitos señalados.

Así, con relación a la **programación de la comunicación** la consolidación de la estrategia entre todos los agentes involucrados en su desarrollo ha permitido un impacto mayor al previsto inicialmente. Ello se ha traducido en un incremento en la previsión de los valores objetivos de la mayor parte de los indicadores de resultados del Plan.

De hecho, en el 71,4% de los indicadores se ha incrementado la previsión a 2013. Dada la relevancia que dichos cambios, aprobados por los Comités de Seguimiento del Programa Operativo correspondientes a las anualidades 2011 y 2012, suponen en la mejora de la pertinencia de la estrategia se aborda a continuación una evaluación detallada de los mismos.

- + Un incremento del 52,4% del número de actividades y actos públicos, con un aumento paralelo del número de asistentes previstos de un 27,7%, elevándose las expectativas hasta un total de 120.000. Junto con las publicaciones externas y la documentación interna distribuida son las que experimentan un mayor incremento. De forma paralela se recoge una recuantificación de los asistentes medios previstos por evento, que ha pasado de los 895 iniciales a 750 actuales, adecuándose los resultados a la metodología aprobada en GERIP.
- + Las publicaciones externas han sido uno de los instrumentos más empleados por los órganos gestores, superando en gran medida las expectativas iniciales, lo que ha llevado a un incremento de la programación del 79,8%. Asimismo, la ampliación de los puntos de distribución considerados, que se ha multiplicado por más dos es un síntoma de la amplia cobertura de la población destinataria de las publicaciones externas realizadas.
- + El valor previsto respecto a la utilización de los distintos soportes con fines publicitarios también ha aumentado hasta un 29,1%. Teniendo en cuenta que el 38,7% de las personas consultadas durante el proceso de Evaluación Intermedia del Plan de Comunicación realizado en 2010 reconocieron que habían tenido conocimiento de las actuaciones cofinanciadas a través de la cartelería, este aumento supone un incremento potencial del impacto real no despreciable.
- + Por lo que respecta a las comunicaciones internas han supuesto un elemento fundamental en la mejora de la eficiencia de la programación, la gestión, la verificación y el seguimiento y la evaluación del Programa Operativo. Se ha afianzado, en consecuencia, con un instrumento prioritario de comunicación entre la Autoridad de Gestión del PO, el Organismo Intermedio, los Organismos Gestores y los propios beneficiarios de las operaciones que desarrollan en el Programa Operativo. Ello ha justificado el incremento del valor objetivo de este indicador en un 56,5%.
- + Una muestra del interés creciente de la población en general y de los beneficiarios, beneficiarios potenciales y órganos gestores, en particular, en relación con la Unión Europea, la Política de Cohesión y el FSE es el aumento recogido en el número medio de visitas anuales a las páginas web de la Autoridad de Gestión y el Organismo Intermedio. Dicho aumento, supone una duplicación de las expectativas de visitas en 2013, apoyado en los cambios realizados en las web que tratan de dar respuesta a una de las recomendaciones realizadas en el marco de la Evaluación Intermedia: fomentar

la utilización de Internet como vía de acceso a la información, dado que sólo el 21,2% de las personas que conocen los Fondos Estructurales en Galicia han adquirido este conocimiento a través de la red.

- ✦ Finalmente, la recuantificación al alza del número de reuniones previstas para las Redes de Información y Publicidad tanto nacional (GERIP) como europea (INIO) – 104,3%–, así como el número de asistentes –85,3%–, pone de manifiesto la relevancia adquirida por las mismas. De forma particular, el GERIP se ha convertido un elemento fundamental de cohesión, debate y transmisión de buenas prácticas en materia de comunicación.

En definitiva, la adecuación de los valores esperados en los indicadores de resultados al compromiso con la estrategia de comunicación del FSE en Galicia, es un síntoma del incremento de su pertinencia.

Desde la perspectiva de la **gestión operativa del Plan**, los principales avances se han producido en la dotación de instrumentos para destacar las buenas prácticas de actuaciones cofinanciadas.

La Autoridad de Gestión ha definido unos criterios comunes para la identificación de buenas prácticas de actuaciones que forman parte de una base de datos creada con la finalidad última de ilustrar los importantes resultados conseguidos en los distintos ámbitos de intervención del FSE y destacar el valor añadido comunitario.

Asimismo, ha establecido las pautas generales del informe para la presentación de las mismas, con el fin de homogeneizar y poder comparar los casos de éxito presentados en España en el marco de los diferentes Programas Operativos.

Dichos informes recogen una breve descripción de actuación y del grado de ejecución de la misma (ámbito de actuación, población, objetivo, presupuesto y justificación de su puesta en marcha); el detalle de su contenido (adecuación al objetivo general y objetivos específicos, agentes implicados, recursos destinados a su puesta en marcha, metodología de intervención, cobertura de la población objetivo, innovación y atención a los principios horizontales); y la descripción de sus resultados (eficacia o grado de cumplimiento de objetivos, eficiencia o logro de resultados, impacto y productos).

Todo ello permite cerrar el círculo de la comunicación, poniendo en relieve las actuaciones llevadas a cabo con la ayuda comunitaria, *enseñado la gestión de los Fondos a través del tiempo, de un período de programación a otro, y a través del intercambio de experiencias entre los Estados miembros y las regiones.*

No obstante, es necesario señalar que estos criterios difieren de los aprobados con posterioridad en el seno del GERIP y que han sido adoptados por los Planes de Comunicación monofondo de FEDER y los Planes de Comunicación Plurifondo.

Teniendo en cuenta lo anterior, de cara al próximo período, se estima conveniente aunar los criterios para una presentación común de Buenas Prácticas de actuaciones cofinanciadas, con independencia del instrumento financiero que las apoya. Ello facilitaría la identificación de proyectos exitosos para los organismos gestores (bastantes de ellos participan en los dos PO), al regirse su selección por los mismos parámetros.

Además, la participación de los responsables nacionales de comunicación en las distintas reuniones celebradas de la red europea de comunicación INIO sigue siendo un factor que está ayudando a interpretar la información y la legislación publicitaria, favoreciendo, por tanto, la adopción de las mejores soluciones para el caso de España, en general, y de la Comunidad Autónoma de Galicia, en particular.

La evaluación de la pertinencia desde la óptica del **seguimiento** resulta igualmente favorable. Apoyada sobre los elementos positivos del sistema de seguimiento y evaluación identificados en la Evaluación Intermedia, se ha visto mejorada a través de la implementación dos avances fundamentales que han acrecentado la flexibilidad de la estrategia para adaptarse a la realidad del FSE en Galicia.

Así, se han consensuado en el GERIP unos criterios homogéneos para la determinación del gasto asociado a las medidas de información y publicidad. Esto ha permitido la cuantificación más realista del coste asociado a cada una de las acciones desarrolladas.

Además, como ya se ha apuntado, los indicadores de realización y resultados definidos se han mostrado relativamente eficaces, tanto para medir el avance en la aplicación del Plan de Comunicación, como para asegurar las posibles revisiones del mismo.

Sin embargo, esta positiva consideración se ve en parte matizada como consecuencia de los problemas surgidos en torno a la aplicación informática para el seguimiento de las actuaciones de información y publicidad.

En este contexto, hemos de tener presente que (como quedó patente en la Evaluación Intermedia) la disponibilidad de una herramienta informática que permita el intercambio y el almacenamiento adecuado de la información es un factor esencial, a efectos de disponer de todos los datos del seguimiento puntualmente, así como de obtener salidas de información para facilitar las tareas de evaluación. Para ello, es fundamental que el intercambio de información se realice de una forma electrónica.

A este respecto, las Autoridades de Gestión son responsables del correcto funcionamiento y operatividad del sistema informático de seguimiento de los diferentes Planes de Comunicación, que en la actualidad se ha concretado en un sistema de remisión de la información a través de plantillas formato Excel y Access una vez al año a la Autoridad de Gestión. Este mecanismo, dificulta las tareas de seguimiento por lo que sería recomendable disponer de una aplicación informática que permita la actualidad y accesibilidad a los datos de ejecución.

Asimismo, en materia de **evaluación**, la elaboración de la *Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER, Fondo de Cohesión y FSE 2007-2013*, que ya sirvió para aclarar el alcance, contenido y trabajos a desarrollar de la Evaluación Intermedia, es también ahora el referente fundamental a tener en cuenta en esta Evaluación Final.

No obstante, la red GERIP, en su reunión de 22 de enero de 2013, acordó incorporar al contenido de los presentes informes algunos elementos que mejorasen la utilidad de la valoración global de la estrategia en 2007-2013 y la obtención de lecciones en relación con el nuevo período de programación. Destacan, en este sentido, la atención a las recomendaciones de la Evaluación Intermedia, los principales avances registrados desde entonces y la incorporación de análisis de una muestra aleatoria de actuaciones cofinanciadas en la valoración de la incorporación de cuestiones de comunicación en los procedimientos de verificación.

En conclusión y de acuerdo a todos los argumentos anteriores, la estrategia del Plan de Comunicación del PO FSE de Galicia 2007-2013, ya considerada pertinente y coherente, se ha visto consolidada y mejorada en todos los ámbitos evaluados, con lo que podemos concluir que la programación y posterior desarrollo de la misma ha permitido contar con una política de comunicación del PO FSE de Galicia de garantía y con la suficiente flexibilidad como para adaptarse a los posibles cambios en el propio Programa, el contexto, o las necesidades de los colectivos destinatarios.

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

La valoración de la coherencia interna de la estrategia, en función de los análisis realizados en el marco de la Evaluación Intermedia, puede considerarse como muy positiva. Así, se han concretado de forma clara las medidas de información y publicidad, que están directamente relacionadas con los objetivos intermedios y finales, y dan respuesta a las necesidades de información de todos los grupos destinatarios.

Esta vinculación entre los distintos elementos del Plan de Comunicación garantiza el cumplimiento de los objetivos a través de la realización de las medidas previstas en el mismo.

Desde una perspectiva cuantitativa, dado que el Plan recoge en su capítulo 6 un anexo de indicadores (consensuados en el seno del GERIP en la fase de planificación) que constituyen una expresión numérica de las metas definidas en los objetivos, las variaciones que puedan producirse en los mismos tendrán una repercusión directa sobre las posibilidades de consecución de los objetivos.

En este sentido, la previsión de obtención de unos mejores rendimientos, que supone la reprogramación al alza de los indicadores de resultado, lleva a pensar que el grado de cumplimiento de los objetivos del Plan será también más elevado, mejorando con ello la validez y consistencia de la estrategia de comunicación.

El objetivo final de mejorar la notoriedad ha resultado especialmente favorecido, dado que todos los indicadores recuantificados tienen una relación directa con el mismo.

En esta línea, y dada la vinculación existente entre este objetivo final y los objetivos específicos 1 y 4, se potencia, de forma notable, la consolidación de la imagen de la UE y de su labor a favor del desarrollo regional en Galicia y la mejora del conocimiento de los logros conseguidos en Galicia gracias al FSE a través del incremento de asistentes a los actos públicos, el incremento de las vías de difusión de las publicaciones, las visitas a las web especializadas y la celebración y el número de asistentes a las reuniones de las redes de comunicación.

Por su parte, la mejora de la transparencia para estimular la participación de todos los agentes interesados en la consecución de los objetivos finales del PO FSE y, por ende, los objetivos específicos de informar sobre la forma en que se utilizan los recursos del FSE e impulsar la participación de los beneficiarios y destinatarios en el desarrollo y consecución de los objetivos del Programa, se han visto reforzados, principalmente, por la distribución de instrucciones emitidas hacia los participantes en el Programa Operativo, el número de asistentes a los actos públicos y el incremento de los puntos de distribución de las publicaciones, aunque también, de modo indirecto, en las reuniones de las redes de información.

Otro de los elementos que ha contribuido a reforzar la consistencia del Plan a partir de la Evaluación Intermedia es el mayor esfuerzo realizado por todos los organismos involucrados en el Programa en asignar las diversas actuaciones de información y publicidad realizadas al indicador correspondiente y precisar de forma más exhaustiva la descripción de tales acciones.

Aunque aún se aprecia en algún caso cierto margen de mejora (ver capítulo 4.1), lo anterior ha dotado también de una mayor coherencia al Plan de Comunicación, por cuanto cada indicador recoge las tipologías de acciones de información y publicidad que comprende, reflejando mejor las realizaciones y resultados, así como los recursos ejecutados en cada tipo de actividad.

En relación con la atención a las necesidades de información de los grupos destinatarios, se parte de una oferta de comunicación organizada en función de los receptores: beneficiarios, beneficiarios potenciales y población en general, concretándose el colectivo al que va dirigida cada una de las medidas propuestas.

De este modo, el avance registrado en la implementación de las medidas puede interpretarse con un síntoma de la atención efectiva a las necesidades de información referidas y al cumplimiento de los objetivos. A tales efectos, todas las acciones contempladas en el Plan de Comunicación, dirigidas tanto al público en general, como a beneficiarios y potenciales beneficiarios, han sido iniciadas.

Además, la interrelación directa entre las medidas, los objetivos y los destinatarios, permite aventurar un importante avance, asimismo, en la consecución de los objetivos.

- ✦ Por un lado, las medidas destinadas a beneficiarios potenciales han propiciado que el acceso y aplicación de los Fondos gocen de unos elevados niveles de transparencia. Así, han sido abundantes las actuaciones efectuadas durante todo el período de formación e información relativas a los mecanismos y procedimientos de gestión de las ayudas comunitarias.
- ✦ Por otro, se han llevado a cabo múltiples actividades destinadas al público para amentar la visibilidad y notoriedad del Programa Operativo y de la Unión Europea en su propósito de impulsar el crecimiento económico y la cohesión social y territorial. Sin duda, tales actuaciones han tratado de mejorar la percepción de la Política de Cohesión de la Unión Europea entre la ciudadanía gallega, así como consolidar el conocimiento de sus principales logros.

Consecuentemente, la validez y consistencia del Plan también se puede ratificar por haber aplicado todas las medidas previstas para lograr sus objetivos en términos de alcanzar el público deseado y proporcionar los resultados buscados, aportando un valor añadido a las actividades de comunicación emprendidas por los organismos gestores, como es la cofinanciación y la suma de esfuerzos a favor de fines compartidos por todas las instituciones afectadas.

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

En el año 2010, el análisis realizado en torno a la **dotación de recursos financieros** y la suficiencia de los mismos para el desarrollo de las medidas previstas en el Plan de Comunicación del PO FSE de Galicia 2007-2013, quedó condicionado, en gran medida, por la situación el carácter transitorio del presupuesto.

Ello se debió a que, de forma general para todos los Planes de Comunicación del Estado español, se estaban sometiendo a debate en el seno del GERIP las dificultades observadas para la estimación del presupuesto estimativo del Plan de Comunicación, así como la adopción de una solución consensuada para adaptar el mismo a las posibilidades reales de desarrollo de la estrategia de comunicación de los diferentes Planes.

Tras tales debates se llegó a la conclusión de la necesidad de adaptar las previsiones iniciales tomando en consideración dos elementos: la participación de todos los agentes implicados en el desarrollo de los PO y la integración de actuaciones no cofinanciadas con Fondos Estructurales.

En el caso concreto del Plan de Comunicación del FSE de Galicia no se ha producido en la práctica la actualización del presupuesto a la luz de dichas indicaciones, que sí se han aplicado, sin embargo, en la estimación del montante que suponen las diferentes acciones, lo que hace que haya un desajuste entre el presupuesto estimado (448.127 euros) se considera insuficiente para el cumplimiento de los objetivos establecidos y la cuantía realmente ejecutada (5.435.964 euros).

Desde la perspectiva positiva, ello es una muestra de la elevada participación de todos los agentes implicados en el desarrollo del Programa con la política de comunicación, así como, aunque en menor medida, la realización de actuaciones de información y publicidad que no están directamente cofinanciadas con FSE.

Además, debería matizarse en cierto modo si tenemos en cuenta que la cuantificación de los montantes estimados de algunas actuaciones, particularmente los eventos, dado que cuando se ha procedido a la estimación del coste de los mismo se ha incorporado la totalidad del montante destinado a su celebración cuando en la práctica se han tratado en el mismo temas que van más allá de la comunicación de los Fondos Estructurales y la Unión Europea. Éste es el caso, por ejemplo de los eventos en torno al día del emprendedor celebrados por el Instituto Galego de Promoción Económica o la representación teatral con motivo de la conmemoración del Día Internacional de la Mujer en distintos concellos de Galicia, entre los más representativos.

De forma específica, el montante se ha concentrado, fundamentalmente, en dos tipos de actuaciones que representan el 61,4% del coste total estimado:

- + Las *publicaciones externas* con un coste medio de 5.280 euros, si bien el 70% de las actuaciones tienen un coste inferior a dicho valor y únicamente el 21% tienen un coste superior a los 10.000 euros.
- + Y las *acciones de difusión*, donde existe una importante diversidad: la mayor parte de los actos (en concreto, el 71% de las actuaciones) corresponden a notas de prensa, publicaciones en boletines oficiales, noticias en prensa escrita y digital, banners, webs, etc. cuyo coste efectivo es cero. Sin embargo, se incluyen también actuaciones con un elevado coste, como son las campañas publicitarias en prensa o las emisiones en radio y televisión.

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

- + la distribución de *documentación interna*, que representan el 0,4% del coste total y donde el 75% de las actuaciones tienen un coste cero, correspondiendo con la elaboración y distribución de modelos documentales, memorias, guías o ponencias.
- + y las *redes de comunicación*, donde el coste se remite a la celebración de las reuniones supone el 2,9% del montante total ejecutado. No obstante, en este caso es necesario tener en cuenta la notable diferencia existente entre el coste de la asistencia a las redes de comunicación nacionales y a INIO.

En una situación intermedia se encuentran la *celebración de actos y actividades públicas* (que representan el 18,4% del coste estimado total, con un coste medio de 6.246 euros); los *soportes publicitarios* (el 11,7% del coste total estimado, con un gasto medio de 2.974 euros) y las *páginas web* que representa el 5,1% del total, como consecuencia del gasto estimado en la el mantenimiento y/o actualización de la web de la UAFSE.

En conclusión, las pautas aprobadas en el GERIP han establecido las herramientas para una adaptación presupuestaria del Plan de Comunicación a las posibilidades reales de la estrategia definida en el mismo que, en última instancia, no ha sido considerada por el Plan de Comunicación del PO FSE de Galicia. De hecho, el presupuesto estimado resulta claramente insuficiente para cumplir los objetivos del Plan.

Sería, por tanto, recomendable realizar una revisión al alza del presupuesto indicativo que garantice su adaptación a la realidad del FSE en la Comunidad Autónoma y, de cara al futuro, considerar todas las pautas definidas en el marco de las redes de comunicación con el objetivo de lograr un montante estimado de presupuesto más aproximado.

Por otra parte, el informe de la Evaluación Intermedia recogía, asimismo, una favorable valoración de la **dotación de recursos humanos**, apoyada en la cualificación de los responsables de comunicación de los diferentes organismos. Desde entonces se han detectado dos tendencias diferenciadas: Por una parte, entre los órganos gestores y los beneficiarios privados se perciben algunos elementos de mejora como son el aumento del número de personas encargadas de dar respuesta a los requisitos de información y publicidad del FSE y la mejora de la información con la finalidad de mejorar las garantías de cumplimiento todos los requisitos normativos y la generación de buenas prácticas en la materia.

Sin embargo, en la Autoridad de Gestión, la importante movilidad ha condicionado en gran medida la adopción de decisiones, dificultando aspectos como los avances en la definición de los parámetros de seguimiento y evaluación de cara al próximo período de programación.

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

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

A ello se une, además, la constitución de la Subcomisión de Información y Publicidad de Fondos Europeos, que ha permitido identificar en los diferentes órganos gestores a los responsables, contribuyendo a una mayor identificación de los cometidos en materia de comunicación y a la consolidación de una cultura de la comunicación que cada vez tiene una mayor trascendencia en el ámbito de los Fondos Estructurales en la Xunta de Galicia.

Por lo que se refiere a la aplicación de los beneficiarios privados de las medidas de información y publicidad, en aplicación de la medida 13 recogida en el Plan de Comunicación, se ha elaborado y remitido información a beneficiarios (tal es el caso, por ejemplo, del envío realizado a los beneficiarios de ayudas de empleo, en el año 2012), que han permitido continuar avanzando en la tarea de información a los mismos de la cofinanciación del FSE y la concienciación del papel que les corresponde en el marco de la política de comunicación del Programa. Ello ha permitido una mayor conciencia acerca de su papel en la política de comunicación del FSE (ver capítulo 7).

Todos los elementos señalados se han traducido, en la práctica, en claros avances en el compromiso de desarrollo de la política de comunicación, así como en la calidad de las actuaciones implementadas y las posibilidades de llevar a cabo un seguimiento cada vez más eficiente.

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

La Evaluación Intermedia puso de manifiesto la consideración del Principio de Igualdad de Oportunidades en el Plan de Comunicación tanto desde un punto de vista formal (a través de un lenguaje inclusivo y la transmisión de mensajes neutros) como en lo que respecta al contenido (al quedar recogido, de forma implícita en los objetivos y los destinatarios del Plan).

Esta constatación ha tenido continuidad a lo largo del tiempo, cobrando un mayor protagonismo la dimensión más operativa del Plan, es decir las medidas de información y publicidad.

- ✦ Por una parte, la realización de las acciones de información y publicidad que van especialmente dirigidas a la población femenina, así como aquéllas cuyo objetivo prioritario es poner en valor la igualdad de oportunidades, han permitido avanzar en el logro de una mayor visibilidad de las actuaciones de la Unión Europea entre las mujeres y, de forma específica, en la relevancia concedida por la Unión Europea a garantizar la igualdad de oportunidades y de trato entre ambos sexos y en luchar contra toda discriminación.

Algunos ejemplos de este tipo de acciones que se han llevado a la práctica entre los años 2010 y 2013 son las llevadas a cabo por la Secretaría Xeral da Igualdade da Xunta de Galicia para la promoción de la igualdad de oportunidades entre los hombres y las mujeres y en contra de la violencia de género (actos conmemorativos del Día de la Mujer, entrega de premios María Josefa Wonenburger Planells, obras de teatro, ciclos de cine, etc.).

- ✦ La distribución por parte de la UAFSE a los Organismos Intermedios de la *“Guía Práctica de Comunicación con Perspectiva de Género en las actuaciones cofinanciadas por los Fondos Estructurales y el fondo de Cohesión”*, elaborada en el marco de la Red de Políticas de Igualdad. Ésta ha servido de referente a los órganos gestores en sus actuaciones de difusión.
- ✦ Por otra, la concienciación de la importancia que supone el uso de un lenguaje sensible al género o lenguaje inclusivo en la expresión verbal y redacción escrita de

comunicaciones, se ha trasladado a todos los órganos implicados en el desarrollo de la estrategia de comunicación.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Sin embargo, en la práctica el seguimiento y la evaluación de la ejecución de las actuaciones han estado en gran medida condicionados por la disponibilidad de la información en relación a las mismas.

La fórmula implementada por la Autoridad de Gestión para la recolección de los datos de ejecución ha impedido al equipo evaluador acceder a una información homogeneizada para todo el período (2007-2013) y todos los organismos participantes en el desarrollo del Programa Operativo.

Así, se echa en falta la existencia de una aplicación informática que unifique los datos procedentes de la Administración General del Estado y los organismos regionales, circunstancia que obliga a realizar el análisis de ejecución a partir de la agregación de archivos en formato Excel facilitados por la UAFSE y el Organismo Intermedio regional, en los cuáles se han podido detectar algunas dificultades para cotejar la información descriptiva y la cuantificación de los indicadores.

4.1. AVANCES EN LA EJECUCIÓN DE LAS MEDIDAS

El análisis se circunscribe al período 2007-2012 (Tabla 1), para el que se ha dispuesto de información agregada para todos los indicadores. Si bien tanto la UAFSE como la Xunta de Galicia han facilitado la descripción detallada de las actuaciones realizadas durante los primeros meses de 2013.

De acuerdo con ello, la valoración de la ejecución de las medidas de información y publicidad es **claramente positiva**, tanto desde una perspectiva global como de forma particular para los órganos gestores si tenemos en cuenta que, de un lado, se ha venido manteniendo una importante actividad a lo largo de todo el período y, de otro, se ha producido una mejora significativa en la recopilación de la información de cara al seguimiento de la misma, si bien aún puede continuar el proceso de mejora, y con esta finalidad a lo largo del presente apartado se recogen las incidencias de carácter marginal que se han podido detectar.

Desde una perspectiva física, la favorable evolución de la ejecución de las actuaciones de comunicación del PO FSE de Galicia 2007-2013 en el último trienio ha permitido que los

niveles de eficacia alcanzados se sitúan en unos valores muy próximos a los objetivos fijados. Únicamente se observa diferencias relevantes en el caso de dos indicadores (ambos de resultado) el número de visitas a páginas web, que supera significativamente las expectativas, y el número de puntos de distribución, en el que la ejecución real se ha situado notablemente por debajo de lo previsto (ver Tabla 1).

Así, entre los indicadores de realización, que son los que cuentan con una ejecución más relevante, el 100% han superado la ejecución del 88%, con una media del 95,7% a 31 de diciembre de 2012. Por su parte, los indicadores de resultado, sin considerar aquellos que presentados resultados anómalos referidos anteriormente, alcanzan una ejecución media del 93,4%, con un 80% de ellos con una eficacia superior al 88%.

En líneas generales, la fiabilidad de los datos de resultados es mayor que la que se desprendía en la Evaluación Intermedia, no detectándose valores anormales en las unidades de medida de los indicadores que tienen como unidad de medida porcentajes. Aunque la valoración de las visitas a webs y puntos de distribución requiere de un análisis más detallado.

TABLA 1. EJECUCIÓN DEL PLAN COMUNICACIÓN DEL PO FSE GALICIA 2007-2013 DESDE EL 01/01/2007 HASTA EL 31/12/2012

Tipo Actividad	Indicador realización	Programación	Ejecución	%	Indicador Resultado	Programación	Ejecución	%	Montante estimado
1	Nº actividades y actos públicos	160	157	98,13%	Nº de asistentes	120.000	106.295	88,58%	1.002.827
2	Nº de acciones de difusión	664	587	88,40%					1.656.946
3	Nº de publicaciones externas realizadas	232	222	95,69%	% publicaciones distribuidas / editadas	95,00%	100,00%	97,50%	1.682.458
					Nº puntos de distribución	59	41	69,49%	
4	Nº de páginas Web	2	2	100,00%	Nº de Visitas	76.000	137.033	180,31%	275.144
5	Nº de soportes publicitarios	226	202	89,38%					635.487
6	Nº de documentación interna distribuida	72	71	98,61%	% de organismos cubiertos	100,00%	100,00%	100,00%	24.386
7	Nº de redes de información y publicidad	2	2	100,00%	Nº reuniones	47	38	80,85%	158.716
					Nº asistentes	52	52	100,00%	

Finalmente, a pesar de persistir casos puntuales de actuaciones incluidas en una categoría inadecuada, la aplicación de la metodología para la recopilación de las actuaciones de comunicación y su cómputo en los correspondientes indicadores ha mejorado como consecuencia de la tarea de formación del GERIP y de la Dirección Xeral de Proxectos e Fondos Europeos.

Las **actividades y actos públicos (Indicador 1)** revelan una actividad muy notable a 31 de diciembre de 2012, con la celebración de 157 eventos en los que se ha tratado el tema de los Fondos Estructurales de alguna forma, es decir, el 98,13% de los previstos para todo el período. A ellos han asistido 106.295 personas (lo que supone una ejecución de la previsión para todo el período del 88,58%).

En relación con el indicador de resultado se observa una racionalización en su cuantificación en el último trienio si tenemos en cuenta que en la evaluación intermedia se cuantificó la asistencia media a cada uno de los actos en 2.088 participantes, frente a los 677 resultantes para todo el período. Esta sobreestimación inicial es el resultado del cómputo de todos los asistentes a un acto como perceptores de la información y publicidad sobre la ayuda FEDER, cuando en la práctica no lo son. De hecho, desde 2010, en el seno de GERIP, se consensuó la metodología para la estimación de la proporción de asistentes al acto que tenía acceso a la comunicación del FSE. Sin embargo no se ha procedido a la revisión de la información previa a este año, por lo que la estimación del número de asistentes a actividades y actos públicos no resulta homogéneo a lo largo del tiempo y está sobreestimado.

Desde el inicio del período, el contenido de actividades y actos públicos desarrollados puede estructurarse en dos categorías fundamentales:

- ✦ Las actuaciones relacionadas con la puesta en marcha del Programa. Esta actividad se ha concentrado especialmente en acciones de información a los beneficiarios potenciales y actos de orientación a los gestores para informarles acerca de las obligaciones que supone la participación en el PO y, temporalmente, se circunscribe a los primeros años de desarrollo del Plan (etapa de inicio). Este sesgo de la tipología de actos públicos hace que exista una elevada concentración en determinados organismos como, especialmente, en la Autoridad de Gestión y la Dirección Xeral de Proxectos e Fondos Europeos (Consellería de Facenda), en tanto Organismo Intermedio.

En ambos casos, el papel coordinador les obliga a desarrollar múltiples jornadas, conferencias, cursos, etc. para facilitar la coordinación con todas las entidades gestoras de fondos de España. A ello hay que añadir su participación en aquellas reuniones de Comisiones de Trabajo, Redes Sectoriales o ante la propia Comisión Europea.

- + Las actuaciones vinculadas al desarrollo efectivo de proyectos, puestas en práctica por los diferentes órganos gestores de la Xunta de Galicia que ha ido cobrando importancia relativa, particularmente, desde 2010.

La Secretaría Xeral da Igualdade ha sido el organismo más dinámico en este período, habiendo realizado el 37,5% del total de actuaciones de la Xunta. Su actividad se ha concentrado, fundamentalmente en actos conmemorativos o de presentación, celebraciones del día internacional para la eliminación de la violencia de género, jornadas de trabajo y entregas de premios, entre otros. Desde un punto de vista formal una descripción más detallada de la actuación, que permita identificar la contribución del FSE a la actuación puesta en marcha, facilitaría la visibilidad de la misma de cara al seguimiento y la evaluación.

También destacan por su recurso a este tipo de instrumentos la Dirección Xeral de Educación, Formación Profesional e Innovación Educativa (concentrando de forma prioritaria en las anualidades 2012 y 2013 la participación y/u organización de fórum y ferias, así como de alguna exposición) y la Dirección Xeral de Trabajo e Economía Social (Jornadas de trabajo, seminarios, reuniones y participación en ferias, realizadas entre 2011 y 2013).

Las previsiones de cumplimiento final de los objetivos está plenamente garantizada si tenemos en cuenta que durante los primeros meses de 2013 los organismos de la Xunta de Galicia han puesto en marcha un total de 27 eventos adicionales, lo que eleva el grado de ejecución al 115%.

Respecto a las **actividades de difusión en medios de comunicación (Indicador 2)**, la ejecución ha resultado, sin embargo, más reducida, con un total de 587 actuaciones. De hecho, es el indicador de realización con una menor consecución de los objetivos iniciales (88,4%).

Sin embargo esta negativa valoración debe verse matizada en dos sentidos:

- + El importante ritmo de ejecución observado desde la anualidad 2010, que ha permitido incrementar el número de acciones de difusión en un 260,2% entre 2010 y 2012. Si bien es cierto que sería necesario depurar algunos errores identificados como la inclusión de publicaciones externas que deberían computarse en el indicador 3 (fundamentalmente las Guías actualizadas de Programas y Actividades de Migración volcadas por la Secretaría Xeral de Emigración en la anualidad 2012).
- + Las actuaciones puestas en marcha por todos los organismos implicados en los primeros meses de 2013.

En cuanto a la tipología de actuaciones, destaca la importancia de las publicaciones en los correspondientes boletines oficiales, que representa el 46,4% de las actuaciones puestas

en marcha. También tienen una presencia significativa los anuncios y noticias en prensa escrita y digital (22,1%), así como las emisiones en radio y televisión que resultan especialmente destacadas por su dimensión financiera (representan el 9,8% del número de actuaciones realizadas pero el 34,3% del montante estimado destinado a las acciones de difusión, con un coste medio superior a los 8.700 euros).

Por otra parte, destaca, en relación con los resultados de la Evaluación Intermedia, la pérdida de representatividad de las notas de prensa (que constituyen únicamente el 8,6% frente al 20,2%) a favor de otros instrumentos como las publicaciones en las páginas web o la inserción de anuncios y noticias en prensa escrita y digital, lo que presenta una mejora en la calidad en tanto las posibilidades de impacto mejoran considerablemente.

Por organismos, entre los más activos en la realización de acciones de difusión se encuentran la Dirección Xeral de Proxectos e Fondos Europeos, la Secretaría Xeral de Igualdade, la Dirección Xeral de Promoción do Emprego y la Academia Galega de Seguridade Pública (AGASP). No obstante, el comportamiento de ellos ha sido dispar, permitiendo distinguir tres líneas claramente diferenciadas.

En la primera de ellas se encuentra la Dirección Xeral de Proxectos e Fondos Europeos ha recurrido a una amplia diversidad de instrumentos, aunque destaca el esfuerzo realizado en los medios de comunicación a través de la realización de campañas publicitarias (que corresponden a una anual) y la difusión a través de cuñas de radio, junto a la importancia de la aparición en prensa escrita y digital de anuncios y noticias relacionadas con la UE y/o el PO FSE Galicia 2007-2013, que resulta común para todos los organismos.

En la misma línea, la Secretaría Xeral de Igualdade, junto con las notas de prensa, anuncios en prensa y web y noticias en prensa, que representan el 81,8% del total, ha llevado a cabo spots en cine y TV contra la violencia de género. La principal diferencia con respecto al caso de la Dirección Xeral de Proxectos e Fondos Europeos está en el carácter mucho más específico de este tipo de actuaciones que ya no abarcan el conjunto del Programa, los Fondos Estructurales o la propia Unión Europea, sino que se circunscriben a las actuaciones específicas de la Secretaría Xeral en el marco del FSE.

El tercer tipo de actividades de información y publicidad que recogen los indicadores de seguimiento y evaluación es el relativo a **publicaciones editadas (Indicador 3)**, entre las que se han realizado un total de 222 publicaciones a 31 de diciembre de 2012 con la finalidad de dar a conocer entre la ciudadanía la UE y sus políticas, especialmente la Política Regional Comunitaria y el PO FSE Galicia 2007-2013, lo que supone una ejecución del 95,7% del objetivo para todo el período.

Considerando que hasta septiembre de 2013, los organismos de la Xunta de Galicia han editado 19 publicaciones adicionales, puede darse por alcanzado el objetivo final del Plan de Comunicación en este ámbito (a pesar de la corrección que habría que introducir dado

que entre los registros se ha detectado un error en la carga del indicador, en el que se han incorporado un total de 8 actuaciones relacionadas con la elaboración de cartelería –y que por tanto deberían estar en el indicador 5– por parte de la Dirección Xeral de Educación, Formación Profesional e Innovación Educativa y la Secretaría Xeral da Igualdade, correspondiendo el último de ellos a la anualidad 2013.

La distribución de las publicaciones realizadas por tipo de instituciones permite destacar dos conclusiones fundamentales: la pérdida de importancia del Organismo Intermedio a favor de los órganos gestores con el avance en el desarrollo de los proyectos cofinanciados y la importante concentración de las actuaciones realizadas (los cuatro protagonistas fundamentales aglutinan en conjunto el 74,5% del total de las publicaciones). Estos organismos, que ya mediado el período de programación, mostraban su dinamismo en la edición de publicaciones, son:

- ✦ La Secretaría Xeral de Igualdade que ha realizado el 25,5% del total de las actuaciones puestas en marcha. Dicha actividad se ha caracterizado por varios aspectos:
 - ✦ Por una parte, la actividad constante a lo largo de todo el período, con una máxima de productos editados en 2010.
 - ✦ Por otra, la diversidad de soportes empleados, que van desde la edición de libros y guías, CD y folletos, a la publicación de la revista Xenia.
 - ✦ Y, finalmente, la calidad de las actuaciones, cuyo máximo exponente es precisamente la revista Xenia, destacada como buena práctica, la cual pretende contribuir a garantizar el principio de igualdad entre hombres y mujeres en la investigación en ciencia y tecnología, entre el público preuniversitario.
- ✦ El Instituto Galego de Promoción Económica (IGAPE) ha realizado un total de 49 actuaciones (incluyendo una realizada en 2013), es decir casi 22,3% del total, entre las que destacan la edición de libros, manuales, guías y CDs, folletos y las actuaciones enmarcadas en la partida otros (como la edición de fichas y memofichas), con el objetivo común de difundir la cultura emprendedora, incidir en el asesoramiento e información a emprendedores y en la formación y consolidación de empresas, recogiendo siempre la contribución del FSE. Desde una perspectiva temporal, se ha observado una menor actividad a partir de 2011.
- ✦ Por su parte, en la línea de la actividad iniciada en los primeros años de desarrollo de la estrategia de comunicación, la Dirección Xeral de Educación, FP e Innovación Educativa ha recurrido, esencialmente, a la edición de folletos y la publicación de libros, a través de los cuales se ha presentado al conjunto de la población la familia profesionales de FP, formación del profesorado, información de la intervención de los Fondos Estructurales en educación, etc.

- + Finalmente, la Secretaría Xeral de Política Social, que ha puesto en marcha el 14,1% de las actuaciones, destaca por el recurso a revistas y boletines informativos en los que se hace referencia a la cofinanciación a través del FSE de la propia iniciativa y/o de los proyectos abordados en su contenido. Adicionalmente, ha recurrido frecuentemente a la edición de folletos informativos y de planes estratégicos con información de relieve acerca de cursos y programas cofinanciados con FSE.

La Dirección Xeral de Proxectos e Fondos Europeos se encuentra un escalón por debajo en cuanto a volumen de publicaciones externas, sin embargo destaca por la importante calidad de las acciones realizadas. En concreto ha editado folletos, CD, USB, libros, manuales de presentación del PO y, particularmente, la revista *Ultreia* (de cual se han publicado diez números desde su creación en 2009), concentrados en la presentación del PO y su ejecución financiera, así como la información y formación para los beneficiarios y órganos gestores (a través de la presentación de jornadas y la edición de la *“Guía de publicidade e información das intervencións cofinanciadas polos fondos estruturais”*) en los años iniciales, y la presentación de proyectos y logros con el progresivo avance de los Programas Operativos FEDER y FSE de Galicia 2007-2013, así como la presentación de las novedades para el nuevo período de programación 2014-2020. Si bien, durante la anualidad 2013 el Organismo Intermedio no ha editado ninguna publicación adicional, lo que ha hecho perder representatividad en un marco de actividad importante de otros organismos.

Por lo que respecta a la UAFSE, en relación con las publicaciones realizadas en los primeros años del período, destaca su esfuerzo en la producción de vídeos: un vídeo promocional del FSE, aprovechando el 50 aniversario de su creación (que puede verse en la web de la propia UAFSE – www.empleo.gob.es/uafse/es/comunicando/productos/videos/DVDdifusionFSE.html) y un vídeo tutorial para facilitar la navegación por dicha página web. Adicionalmente, ha procedido a la realización de folletos, libro y USB, así como a la edición de la *“Guía de Seguimiento y Evaluación de la comunicación para el período 2007-2013”*. De acuerdo con la información volcada en el indicador 3 es el único organismo que ha recurrido a este tipo de instrumentación, aunque en la práctica la Secretaría Xeral da Igualdade y la Dirección Xeral de Planificación e Fondos han producido vídeos que han distribuido a través de Internet y han ubicado en el indicador 2.

Los efectos de estas actuaciones, medidos a través de los indicadores de resultado definidos, ponen de manifiesto el compromiso de todas las entidades en la distribución del material publicable elaborado, que se sitúa en el 97,5% mejorando los datos iniciales de la Evaluación Intermedia. Éste es un claro síntoma de la eficiencia de la edición de publicaciones externas, dado que la distribución de prácticamente la totalidad de los números impresos ha permitido incrementar el impacto real sobre los destinatarios de los mismos.

El segundo de los indicadores empleados para cuantificar el impacto de las publicaciones es el de puntos de distribución. Éstos se han visto incrementados desde la Evaluación Intermedia de forma notable (51,9%), lo que permite concluir que se ha ampliado considerablemente el número de puntos de distribución y con ello el impacto potencial de las publicaciones.

En lo relativo a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, el **Indicador 4, páginas Web**, recoge uno de los elementos fundamentales en el desarrollo de la estrategia de comunicación del PO FSE Galicia 2007-2013, en tanto las webs creadas en el marco del desarrollo del PO dan soporte a numerosas actuaciones de difusión de la Política de Cohesión y su aplicación en la región. Destacan entre dichas páginas las de la Autoridad de Gestión (www.empleo.gob.es/uafse) y el Organismo Intermedio regional (www.conselleriadefacenda.es/web/facenda/areas-tematicas/planificacion-e-fondos/proyectos-e-fondos-europeos), las cuales han mostrado, desde su origen en el período de programación 2000-2006, un elevado nivel de eficiencia en el cumplimiento de sus objetivos de mejora de la transparencia de la gestión del FSE y de la accesibilidad a la población de la información relativa al mismo y, de forma general, a la Política Regional Europea, contando entre sus principales ventajas con la actualización permanente de su contenido.

La cuantificación de la cobertura lograda por estas páginas Web se ha realizado a través del número de visitas que recibidas. Este indicador muestra unos resultados muy elevados con respecto a las expectativas iniciales (llegando prácticamente a duplicarlas con un número de visitas anuales de 137.033). Sin embargo, el análisis detallado ha detectado una deficiencia en su cuantificación: la suma de los datos particularizados de cada de las páginas web se aleja considerablemente de los resultados agregados detectados, a lo que se suma la existencia de una notable volatilidad en los datos que recogen oscilaciones al alza o a la baja, en el caso de la UAFSE, que superan el 50% lo que, teniendo en cuenta la metodología de cuantificación en media anual parece poco factible.

Por todo ello, sería necesario garantizar la coherencia temporal de los datos y establecer un sistema de recogida de la información fiable.

El **Indicador 5, cartelería**, recoge algunos de los instrumentos más tradicionales de la publicidad, como son vallas, placas o carteles, entre otros soportes. A 31 de diciembre de 2012 se habían utilizado un total de 202 soportes publicitarios, lo que supone el 89,4% de las expectativas iniciales.

Pese a no alcanzar el 90% las actuaciones implementadas por la Xunta en los primeros meses de 2013 (un total de 13 que sitúan la ejecución en el 95,1%) y las previsiones hasta el final del período, de mantenerse el ritmo medio de implementación observado hasta el momento, auguran el cumplimiento de los objetivos perseguidos por el Plan de Comunicación.

Desde una perspectiva institucional, la Evaluación Intermedia detectó una significativa concentración en la ejecución. Sin embargo, el desarrollo del Programa Operativo ha impulsado una mayor diversificación en la actividad, como se deduce de los dos síntomas siguientes: la implicación de un mayor número de órganos gestores (el volumen de gestores que han recurrido a los soportes publicitarios se ha incrementado en un 71,4% entre 2010 y 2012) y el porcentaje de actuaciones concentradas por los cuatro organismos más activos alcanza únicamente el 63,7% (cuando en 2010 se situaba en el 86,1%).

De forma particular, estos organismos han sido la Secretaría Xeral de Igualdade, Secretaría Xeral de Política Social y la UAFSE y la Dirección Xeral de Proxectos e Fondos Europeos. La Secretaría Xeral de Igualdade ya constituyó un referente en esta área en la Evaluación Intermedia; no obstante, sería recomendable mejorar la descripción de algunas de las actuaciones que señalan como realizaciones la celebración de exposiciones, sin especificar que se trata de los paneles realizados para colocar en las mismas.

Por otra parte, no es una incidencia exclusiva de la Secretaría Xeral de Igualdade, se reproduce asimismo en otros gestores, como la Dirección Xeral de Educación, Formación Profesional e Innovación Educativa, que computa la celebración de ferias en este indicador sin especificar la correspondencia a la realización de carteles, etc. en torno a las mismas.

La concentración sí continúa siendo patente, sin embargo, en lo que se refiere al uso de instrumentos. Así, los soportes publicitarios más empleados han sido pósteres y carteles (64,7%) y merchandising (bolígrafos, carpetas, etiquetas, etc) –21,9%–. Tienen un carácter mucho más marginal, sin embargo, recursos tales como las vallas o las placas permanentes (2,5%) u otras alternativas (entre las que destaca la rotulación de autobuses).

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

En este ámbito la ejecución realizada a 31 de diciembre de 2012 ha ascendido al 98,6% del objetivo final, con 71 actuaciones. No obstante, la consideración de las actuaciones implementadas por la Xunta de Galicia en 2013 (un total de 5), eleva la ejecución hasta el 105,6%, poniendo de manifiesto el alto compromiso con el objetivo de mejorar la transparencia de las actuaciones y facilitar la gestión en todos los ámbitos del desarrollo del PO.

Sin duda, el compromiso tanto de la Autoridad de Gestión del PO FSE Galicia 2007-2013 como de la Dirección Xeral de Proxectos e Fondos Europeos (en tanto Organismo

Intermedio) ha sido muy notable. De forma conjunta, ambos organismos han elaborado el prácticamente las tres cuartas partes de las instrucciones emitidas, haciendo llegar diversos documentos de trabajo a todos los participantes en el proceso de la aplicación del mismo. Éstos han contribuido al mejor conocimiento de las obligaciones en todos los ámbitos de la gestión del FSE y, en última instancia, han favorecido un incremento de la eficiencia en el desarrollo tanto de los proyectos como del Programa Operativo en su conjunto, incluidos los aspectos de comunicación.

El papel de coordinador de ambos organismos hace que la emisión de informes, guías, instrucciones, recomendaciones y demás documentación resulte imprescindible para el buen desarrollo del PO.

En los años iniciales, y éste fue, de hecho, un elemento destacada por la Evaluación Intermedia del Plan de comunicación, ningún organismo adicional recurrió a la emisión de documentación interna. Sin embargo, desde 2011 se han contabilizado un total de siete órganos gestores que han emitido documentación orientada a las entidades beneficiarias con la finalidad última de facilitar la ejecución del gasto, el cumplimiento de todas las obligaciones asociadas al mismo y su posterior justificación. Fundamentalmente se trata de instrucciones, manuales, modelos documentales, circulares y, en algunos casos particulares, información en torno a resoluciones.

Respecto a la cobertura lograda de organismos que han accedido a dicha información ésta ha sido perfecta, ya que ha alcanzado el 100% desde el primer momento y para todas las emisiones realizadas.

Desde una perspectiva formal, la calidad de la información resulta especialmente significativa, en tanto, en general, se describe la actuación y, mayoritariamente, la contribución al FSE, al PO y/o a la Política de Cohesión.

Por último, el indicador de número de **redes existentes de información y publicidad (Indicador 7)** para facilitar la puesta en marcha e implementación práctica de la estrategia de comunicación diseñada asciende, de acuerdo con los objetivos recogidos en el Plan de Comunicación a 2: INIO y GERIP. Sin embargo, en la práctica existen un total de tres tras la reciente creación de la Subcomisión de Información y Publicidad de Fondos Europeos (julio de 2012), cuya finalidad es facilitar la coordinación y la gestión integral de los Planes de Comunicación de los PO FEDER y FSE de Galicia 2007-2013.

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

Hasta la fecha, se han celebrado 38 reuniones (a las que habría que sumar las convocadas en el caso de la Subcomisión de Información y Publicidad de Fondos Europeos de la Xunta de Galicia, que ascienden a 2). Esta ejecución supone en la práctica el 80,9% de las reuniones inicialmente previstas.

La actividad de las redes se ha mantenido relativamente constante a lo largo del tiempo, con una ligera disminución de las reuniones de GERIP en los últimos años, como consecuencia del adecuado funcionamiento de los mecanismos instaurados y, por consiguiente, de la menor necesidad de celebración de reuniones a lo largo del año, que ha sido compensada, sin embargo, por el inicio de la actividad de la red regional.

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

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

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

De hecho, la Evaluación Intermedia dejó constancia, a tal efecto, de la conformidad de la información recogida en los Informes Anuales de ejecución y presentada en los Comités de Seguimiento con los requisitos reglamentarios, con una considerable importancia concedida a la recopilación y presentación de buenas prácticas de comunicación.

Desde 2010 se ha venido consolidando el procedimiento de seguimiento definido, con lo que puede concluirse la respuesta aportada a la obligación de aportar información periódica sobre la aplicación del Plan de Comunicación en las reuniones de los Comités de Seguimiento y en los informes anuales y final de ejecución de los Programas en los términos siguientes:

- ✦ **Comunicación de información a los Comités de Seguimiento.** Los Comités de Seguimiento del PO FSE de Galicia 2007-2013 celebrados hasta la fecha han recibido información de la Autoridad de Gestión y/o el Organismo Intermedio regional sobre el Plan de Comunicación y los avances en su aplicación; las medidas del Plan llevadas a cabo; los medios de comunicación utilizados y el grado de ejecución física y financiera

del Plan, a partir de los indicadores de seguimiento establecidos. Asimismo, también se han aportado desde 2009 ejemplos de buenas prácticas de comunicación que han permitido destacar los casos más relevantes en materia de información y publicidad.

- ✦ **Inclusión de información en los Informes Anuales de Ejecución del Programa Operativo.** Estos informes han contenido un capítulo dedicado a presentar los avances en la aplicación del Plan de Comunicación, ofreciendo información cualitativa y cuantitativa sobre las medidas de información y publicidad llevadas a cabo en el marco del Plan de Comunicación; los medios de comunicación utilizados; las disposiciones relativas a la publicación, electrónica o por otros medios, de la lista de beneficiarios, operaciones y fondos públicos asignados; el grado de ejecución física y financiera de las medidas del Plan (indicadores de seguimiento), además de los casos de buenas prácticas.

Más concretamente, los informes han especificado las actuaciones llevadas a cabo por la Dirección Xeral de Proxectos e Fondos Europeos, los órganos gestores, así como en la descripción de las actuaciones puestas en marcha por la Autoridad de Gestión en virtud del artículo 7 del Reglamento (CE) nº 1828/2006. Además, de la actividad informativa relativa a la publicidad del lanzamiento de los PO, es responsable de la organización de las siguientes medidas de información y publicidad:

- A. Un *acto anual de presentación de los avances en la ejecución del PO y sus resultados*, de acuerdo con lo establecido en el Plan de Comunicación. Desde el término de la Evaluación Intermedia, la UAFSE ha celebrado un total de tres actividades informativas anuales:
 - ✦ En 2010, el evento de difusión anual de la UAFSE se focalizó en el II Foro del Fondo Social Europeo, celebrado en Cáceres los días 4 y 5 de mayo. En concreto, los ámbitos de debate se centraron en el Fondo Social Europeo como herramienta para la inclusión y la respuesta ante la crisis económica y el desempleo juvenil, además de analizar las nuevas necesidades surgidas como consecuencia de dicha crisis y las posibles actuaciones para dar respuesta a la misma, así como los refuerzos y/o medidas complementarias a introducir en los planes nacionales y autonómicos de los POs.
 - ✦ En 2011, el evento anual que organizó la UAFSE el 14 de noviembre en Madrid se centró en una Jornada de trabajo sobre el futuro del FSE, las propuestas existentes acerca de la Política de Cohesión 2014-2020 y los borradores legislativos del FSE para ese nuevo periodo.

- ✦ Finalmente, en 2012, los días 4 y 5 de octubre tuvo lugar en Madrid el evento de difusión anual organizado por la UAFSE, que se centró en unas Jornadas del Grupo Técnico de Trabajo con la Comisión Europea y en las que también participaron representantes de la Autoridad de Gestión, de todos los Organismos Intermedios y de las Intervenciones Generales. Su objetivo fue mostrar los avances en materia de Política de Cohesión para el futuro periodo, así como las propuestas de modificaciones para los programas del actual periodo.
- B. *Izamiento de la bandera de la Unión Europea* durante una semana, a partir del 9 de mayo, delante de los locales de la Autoridad de Gestión..
- C. *Publicación, electrónica o por otros medios, de la lista de beneficiarios*, los nombres de las operaciones y la cantidad de fondos públicos asignada a las operaciones, que se actualiza de forma permanente. En este sentido, la decisión adoptada en el GERIP fue, por una parte, que la citada lista apareciese en la página Web de las Autoridades de Gestión y que los Organismos Intermedios estableciesen enlaces con la misma y, por otra, que dicha lista se elaborase a partir de la información contenida en cada momento en la aplicación FONDOS 2007.

Los Informes Anuales de los Programas Operativos presentan también la ejecución basada en indicadores, así como una batería de buenas prácticas tanto de comunicación (desde el año 2009) como de actuaciones cofinanciadas (desde el año 2011), ascendiendo a un total de 17 y 11, respectivamente (ver capítulo 9).

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

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

La Evaluación Intermedia pudo constatar el establecimiento de un sistema de seguimiento de la ejecución de las medidas de comunicación, basado en la recopilación y registro informatizado de indicadores, la identificación de Buenas Prácticas y el reporte de los avances logrados a este respecto en los correspondientes Informes Anuales de Ejecución de los PO para su presentación a los Comités de Seguimiento.

El sistema de seguimiento cuenta con soporte material suficiente para su consulta elaborado por la Dirección Xeral de Proxectos e Fondos Europeos. La **existencia de instrucciones emitidas a los órganos encargados de la gestión y ejecución de las ayudas**, tiene un especial referente en la *“Guía de Publicidad e información de las intervenciones cofinanciadas por los Fondos Estructurales 2007-2013 en Galicia”*, y ha tenido una clara línea de continuidad en los años más recientes.

Así, el 92% de los organismos gestores que participan en el PO reconoce haber seguido recibiendo, desde 2010, instrucciones específicas e información actualizada para un mejor seguimiento y gestión de las actuaciones. Entre los elementos que dichos organismos destacan como principales fuentes de información está la web de la Consellería de Facenda y la Subcomisión de Información y Publicidad de Fondos Europeos creada, dentro de la Comisión de Coordinación de Fondos, en 2012.

Estas actuaciones han consolidado los elevados niveles de transparencia que ha caracterizado la gestión de los recursos comunitarios del PO FSE de Galicia 2007-2013.

Respecto a la **calidad de los procedimientos establecidos**, los dispositivos instaurados para la aplicación del Plan de Comunicación han funcionado de una manera eficaz, fortaleciéndose a través de la designación de un responsable específico en materia de información y publicidad que representa al órgano gestor en cuestión en la mencionada Subcomisión de Información y Publicidad de Fondos Europeos, en el ámbito de la Xunta de Galicia. Ello contribuye a que la comunicación se integre, de manera efectiva, en la gestión ordinaria del FSE en la región gallega, apoyándose en tres pilares básicos:

✦ El *sistema de indicadores* que ha permitido la observación del grado de eficacia de la ejecución, en los términos ya recogidos en la Evaluación Intermedia. Su utilización ha significado un avance cualitativo muy importante respecto a la situación del período anterior y ha conllevado, desde 2010, un proceso de aprendizaje que ha derivado en la superación de las dificultades detectadas inicialmente en la interpretación de algunos indicadores.

A ello ha contribuido la actividad de la Dirección Xeral de Planificación y Fondos a través de la continua información a los órganos gestores. Una muestra de ello es, por ejemplo, la remisión en 2012 de *“Recomendaciones sobre los indicadores de información e publicidad de los Programas Operativos de los fondos FEDER y FSE de Galicia 2007-2013”*.

✦ El *sistema de evaluación* se ha distinguido por su excelencia desde el inicio de la programación. No en vano, se ha reconocido como una buena práctica y se ha convertido en un referente a escala comunitaria.

Desde una perspectiva práctica las conclusiones y recomendaciones alcanzadas en la Evaluación Intermedia han servido para mejorar la gestión de las actividades de información y publicidad y procurar elevar el impacto de las mismas (ver capítulo 2).

- + Los *procedimientos de verificación* han sido, igualmente, útiles para asegurar la certificación regular del gasto realizado. De hecho, de acuerdo con las entrevistas mantenidas con todos los órganos gestores, no se han producido incidencias importantes en materia de información y publicidad (ver capítulo 5).

Sin embargo, se ha detectado un problema en la identificación de las competencias en el ámbito de la UAFSE. La persona de contacto responsable que identifica el Plan de Comunicación (José Manuel Sánchez-Terán) no desempeña en la actualidad ese cargo, aunque siempre ha habido una persona encargada del desarrollo de las tareas de ejecución, seguimiento y evaluación relacionadas con la comunicación en la Autoridad de gestión.

Desde la óptica de los órganos gestores, los elementos mejor apreciados han sido el sistema de seguimiento basado en indicadores (83%) y la metodología para la selección de buenas prácticas (42%).

Por su parte, las cuestiones a mejorar que se señalan tienen que ver, sobre todo, con la integración de las aplicaciones informáticas para la gestión de las actividades de comunicación (75%) y una definición más clara de las responsabilidades a todas entidades implicadas (50%).

En síntesis, la valoración de la calidad de los procedimientos establecidos es positiva, dado que facilita el cumplimiento de las obligaciones existentes en esta materia, permite detectar posibles problemas y resolver las dificultades identificadas, así como que garantizan una correcta difusión de una imagen homogénea y clara en las acciones de información y publicidad de todas las actuaciones cofinanciadas por el FSE en Galicia durante el periodo 2007-2013.

En referencia a la **disposición de manuales específicos de gestión, control, evaluación, información y publicidad**, se han elaborado distintos documentos en los que se han descrito todos los procesos necesarios para optimizar los resultados del Programa Operativo del FSE de Galicia.

Estos se han complementado, desde la elaboración de la Evaluación Intermedia del Plan de Comunicación, con la elaboración de documentos complementarios que contribuyen a garantizar una utilización eficiente de la ayuda comunitaria. Un ejemplo lo constituyen el *Manual de procedimiento para alta, verificación y propuesta de aprobación de operaciones financiables por el FSE*, aprobado en octubre de 2010, y el *Manual de*

procedimiento de declaración de gastos financiados por el FSE, aprobado en diciembre de 2012.

En los últimos años, además, han cobrado especial relevancia las instrucciones remitidas a distintos organismos o entidades beneficiarias de la ayuda FSE, como son las emitidas para la adecuada ejecución de los proyectos subvencionados en el caso de las entidades locales (2012) o las instrucciones por la que se establece la documentación mínima a incluir en los expedientes de gastos financiados con cargo a los PO FEDER Galicia, 2007-2013 y FSE 2007-2013 (2011).

Con relación a la situación advertida a mitad de período, la principal novedad reside en la puesta a disposición de información general relativa al próximo período de programación, las propuestas de Reglamento de los Fondos del Marco Estratégico Común (MEC) actualmente en negociación y un conjunto de documentos de trabajo sobre determinados aspectos a tener en cuenta de cara al 2014-2020. Toda esta documentación está accesible en la página Web de la UAFSE (http://www.empleo.gob.es/uafse/es/fse_2014-2020/index.html), así como en la web de la Dirección Xeral de Proxectos e Fondos Europeos de la Xunta de Galicia (<http://www.conselleriadefacenda.es/web/portal/propostas-lexislativas>), donde además se incluye un enlace a la web de la Comisión Europea.

Por consiguiente, la disposición de manuales prácticos e instrucciones para la implementación de los fondos se considera satisfactoria, en la medida en que se ha comprobado que la información se ha actualizado y adaptado a las necesidades que han ido surgiendo con el avance de la ejecución.

En cuanto a la **asignación y adecuación de los recursos destinados a la comunicación**, la dotación de recursos humanos y materiales para la implementación del Plan de Comunicación del Programa Operativo FSE de Galicia se ha evaluado en el apartado 3.3 del presente Informe, donde se deja constancia de la superación de la ejecución con respecto al presupuesto orientativo recogido en el Plan.

Teniendo en cuenta que la ejecución de los indicadores oscila en una horquilla muy próxima a los valores objetivos marcados, se puede concluir que los medios financieros inicialmente previstos para el desarrollo del Plan de Comunicación han resultado insuficientes, si bien esta deficiencia ha sido resuelta en la práctica con una aplicación considerablemente más elevada de recursos que han permitido que el adecuado desarrollo de las medidas previstas en el Plan de Comunicación.

Las tipologías de actividades que han absorbido un mayor volumen de recursos han sido las dirigidas a la elaboración y edición de publicaciones externas dirigidas a la ciudadanía, seguidas por las acciones de difusión. En el extremo opuesto se encuentra la distribución

de documentación interna y las reuniones de las redes de información y publicidad que, en su conjunto, tan sólo suponen el 3,4% del gasto realizado hasta la fecha.

Por lo que respecta a los equipos de trabajo dedicados a los temas de comunicación de los fondos, hay que señalar que en el ámbito de la coordinación llevada a cabo por la Dirección Xeral de Proxectos e Fondos Europeos su dotación se ha mantenido inalterada, a lo que se une, desde 2012, la existencia de, al menos, una persona encargada de las cuestiones de información y publicidad en cada órgano gestor, a resultas de la creación de la Subcomisión de Información y Publicidad de Fondos Europeos.

Precisamente dicha Subcomisión ha contribuido a consolidar el trabajo en red que, junto con la formación continuada en relación con temas de información y publicidad en la que han participado desde 2010 el 83% de los órganos gestores del PO FSE de Galicia, ha propiciado la consecución de un mayor conocimiento de los responsables de comunicación en el desarrollo de sus funciones.

Otro de los elementos fundamentales que afecta a la calidad de la ejecución de las medidas es la **disponibilidad y organización de aplicaciones informáticas**. En el informe de Evaluación Intermedia se señaló la existencia de una aplicación informática para el seguimiento de los indicadores de realización y resultado (http://explotacion.mtin.es/uafse_web/comunica/comunica.jsp).

Sin embargo, la misma no está operativa en la actualidad, como consecuencia de los problemas surgidos en torno a la misma, lo que ha llevado a utilizar un sistema de remisión de la información basado en plantillas de formato Excel y Access una vez al año a la Autoridad de Gestión.

Este mecanismo dificulta la tarea de seguimiento por parte de los organismos participantes en el desarrollo del Programa Operativo, así como la tarea de evaluación realizada por equipos evaluadores externos. La disponibilidad de una herramienta informática que permita el intercambio y el almacenamiento adecuado de la información es un factor esencial, a efectos de disponer de todos los datos del seguimiento puntualmente, así como de obtener salidas de información para facilitar las tareas de evaluación. Para ello, es fundamental que el intercambio de información se realice de una forma electrónica.

La experiencia de la aplicación informática INFOCO en la que se recoge la información de los indicadores de comunicación relativos a los Planes de Comunicación de los PO FEDER y plurifondo es un claro indicador de los beneficios que aporta la disponibilidad de una herramienta de este tipo.

- + Permite examinar cuantitativamente datos de ejecución, lo que aporta información sobre el desarrollo y la implementación del Plan. Con ello, se dispone de un conocimiento apropiado del desempeño real dentro del cual poder definir objetivos plausibles y asumibles.
- + Ofrece una visión objetiva de los recursos disponibles, así como de la administración de los mismos. Esto aporta elementos suficientes para estimar, de forma razonada, su rendimiento.
- + Facilita el ajuste y adecuación de los objetivos, asignando la cuota de responsabilidad atribuible a cada uno de los agentes encargados de su cumplimiento.
- + Mejora la coordinación de las iniciativas que se plantean y la eficacia de las actuaciones a llevar a cabo en materia de información y publicidad.
- + Obliga a los organismos responsables del Plan de Comunicación a programar el uso más eficiente posible de los recursos, estimulándose un mejor aprovechamiento de éstos.

Por ello, se establece la necesidad de contar con una aplicación informática regional y/o nacional que permita la disponibilidad precisa en tiempo y forma en torno a los indicadores de comunicación, así como un seguimiento y una evaluación eficaces, o, en su caso, la inclusión en INFOCO de la información relativa a los Planes de Comunicación de PO FSE, como es el caso.

Con relación a la **estructura y funcionamiento de la red GERIP**, su papel se ha reafirmado como el principal instrumento para la coordinación y normalización de las tareas de información y publicidad desarrolladas por los organismos gestores y ejecutores de Fondos Estructurales, y particularmente, del FSE, en España.

Su utilidad es destacada por los miembros que forman parte de ella. En el caso de la red GERIP, participan, bajo la presidencia de las Autoridades de Gestión del FEDER y del Fondo de Cohesión, así como del FSE, los responsables de comunicación de cada uno de los Planes de Comunicación regionales. Su objetivo fundamental 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. Asimismo, establece un puente informativo entre los participantes de la red española y la red europea INIO.

La lección aprendida en el ámbito nacional se ha trasladado a la Xunta de Galicia, con la constitución de la Subcomisión de Información y Publicidad de Fondos Europeos, que garantiza un sobrado cumplimiento de la recomendación de la Comisión Europea de potenciar el trabajo en red durante este período de programación.

Aunque ésta se encuentra aún en una fase incipiente de su actividad, el trabajo en red sustentando en la experiencia de GERIP, donde todas las decisiones adoptadas se toman en estrecha colaboración entre todos los organismos intermedios y colaboradores de los PO en el seno de ambas redes, ha estado presente desde la fase de programación de las actuaciones y se ha extendido posteriormente para acordar los mecanismos de ejecución, seguimiento, evaluación y selección de buenas prácticas de comunicación.

Entre las principales ventajas que la mayor implicación de esta red de actores ha tenido sobre los dispositivos de seguimiento, cabe reconocer por un lado, [el mejor conocimiento de los aspectos de publicidad de los PO](#) y por otro, [la legitimidad para poder coordinar y asesorar a todos los beneficiarios del Programa en materia de información y publicidad de Fondos Estructurales](#).

A ello hay que añadir las ventajas derivadas de la información transmitida sobre las novedades de cara a la [preparación de la futura estrategia de comunicación de los Fondos del MEC 2014-2020](#), que han centrado los debates de las últimas reuniones celebradas.

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

Así, con ocasión de la presentación de los Informes Anuales, las Autoridades de Gestión y los Organismos Intermedios de los PO han expuesto a los Comités de Seguimiento los avances en materia de comunicación, reportando siempre información detallada sobre la ejecución y las buenas prácticas seleccionadas.

Asimismo, la coordinación con el Comité Consultivo de Seguimiento Estratégico y Evaluación y el Grupo Técnico de Evaluación para el FSE ha sido adecuada. Prueba de ello es que la publicidad ha formado parte de la planificación global de la acción evaluadora que se ha realizado. De hecho, el *Plan de Seguimiento Estratégico y Evaluación Continua de FEDER, FSE y FC, 2007-2013* dedica su capítulo 6 a describir los elementos fundamentales para la evaluación de las medidas de información y publicidad.

Ello ha sido posible gracias a la participación de las personas responsables de los aspectos de información y publicidad de los PO en tales grupos de trabajo y al papel desarrollado por la red GERIP a este respecto, ya que se han convertido en un referente básico en todo lo que tiene que ver con la comunicación de los Fondos Estructurales en España.

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

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

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

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

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

- + Consideración del 30%, como mínimo, de los organismos gestores del Programa. En la práctica, constituyen la muestra seleccionada un 46,2% del total de los organismos gestores del PO.
- + Distribución de dichos beneficiarios seleccionados entre los Ejes del PO, con la excepción del relativo a Asistencia Técnica. De hecho la representación en cada uno de los Ejes es, al menos del 30%, alcanzando en el caso específico del Eje 1 el 50%. No se ha incluido, sin embargo, ningún gestor del Eje 4, dada la mínima representatividad del mismo en el Programa, donde alcanza únicamente el 3% de la ayuda programada.
- + Selección de los beneficiarios dentro de cada Eje en función del peso de cada uno de ellos en la programación financiera del mismo.
- + Selección aleatoria de operaciones certificadas correspondientes a los distintos beneficiarios escogidos.

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

- + Cuatro pertenecen al Eje 1, enmarcadas en los temas prioritarios 62, 63 y 68, con un gasto elegible total de 666.531,05 euros.
- + Cuatro se circunscriben al Eje 2 y se desarrollan en las categorías de gasto 66 y 69. El gasto elegible total de dichos proyectos asciende a 807.657,64.
- + Finalmente, pertenecen al Eje 3 las cuatro últimas operaciones analizadas, desarrolladas en el marco del tema prioritario y que representan un total de 1.020.420,52 euros.

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

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

- + Se cumple con las medidas de información y publicidad establecidas en el artículo 8 del Reglamento 1828/2006.
- + Se recoge, en la documentación de la operación, la información a beneficiarios y otros participantes y destinatarios de la financiación del FSE.
- + Se reflejan los logos y los emblemas de la Unión Europea.
- + Se identifican los casos en los es necesaria la colocación de placas o carteles (que representan el 16,7% de los casos), dejando constancia del cumplimiento del tal requerimiento.
- + Se informa a los beneficiarios de ayudas públicas de los requisitos y de sus obligaciones respecto de la normativa de información y publicidad de los fondos europeos. Asimismo, se indica en la documentación de la operación, en el caso de ejecución directa, que se debe cumplir la normativa.
- + Finalmente, las verificaciones realizadas sobre el terreno constatan el cumplimiento de la normativa de información y publicidad durante el desarrollo de la operación y

recogen que en el 100% de los casos se conservan pruebas del cumplimiento de la misma.

Esta información, se ve además confirmada por los resultados derivados de las entrevistas realizadas al conjunto de los órganos gestores del Programa Operativo, de las cuales se deduce que el 100% de los mismos aplica correctamente las características técnicas exigidas reglamentariamente para las medidas de información y publicidad, realizan un uso adecuado del eslogan “El FSE invierte en tu futuro” y se ha mencionado la participación del FSE en las convocatorias y/o resoluciones de ayudas, al tiempo que se recopila y archiva el material de comunicación derivado de las operaciones cofinanciadas.

Asimismo, se desprende del trabajo de campo que no se han producido incidencias importantes en materia de información y publicidad en el contexto de las tareas de control previo de los gastos realizado.

Son menos, sin embargo, los órganos gestores que han realizado actuaciones para el conjunto de la población: únicamente el 20% de ha puesto en marcha en los dos últimos años alguna actuación de publicidad para hacer ver los logros conseguidos en actuaciones cofinanciadas con fondos europeos y el 33% ha organizado alguna jornada, seminario, evento, feria y/o certamen para divulgar su participación en el PO y/o en general sobre la política regional europea en España.

En conclusión, se aprecia un grado de cumplimiento óptimo de los requisitos normativos en el ámbito de la comunicación, sin haberse detectado errores o incidencias al respecto.

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

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

Ello se justificó, en primer lugar, desde la perspectiva de los objetivos de comunicación establecidos, como de la selección de los colectivos destinatarios, como ya se ha apuntado en el apartado **¡Error! No se encuentra el origen de la referencia..** En la medida en que la estrategia inicialmente diseñada continúa estando plenamente vigente, las anteriores conclusiones siguen siendo válidas, por cuanto que:

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

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

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

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

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

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

Por otra parte, se han llevado a cabo actuaciones específicas vinculadas a la temática de género en el marco del FSE que han permitido una mayor concienciación de la población sobre la lucha contra la discriminación. En este contexto cobran especial relevancia las actuaciones desarrolladas por la Secretaria Xeral Igualdade y la Secretaria Xeral Universidades, en este último caso particularmente vinculando el papel de la mujer y la ciencia.

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

Así, en 2010 la Evaluación Intermedia puso de relieve el menor grado de conocimiento observado entre las mujeres, que se cifró en 3,8 puntos porcentuales inferior al de los hombres en lo que se refiere al conocimiento de la contribución de la UE al desarrollo regional. Los resultados obtenidos en 2013 muestran la ampliación de dicha brecha, alcanzando unos niveles del:

- + 14,4% respecto al conocimiento del FSE (frente al 11,3% anterior).
- + 7,6% respecto al conocimiento del papel desempeñado por la UE (frente al 0,6% anterior).

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

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

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

Sin embargo, el tiempo transcurrido sólo ha permitido observar avances parciales en términos de impacto, dado que se ha incrementado la brecha existente en lo que respecta al conocimiento de la Política de Cohesión y disminuye el conocimiento que la ciudadanía gallega tiene de la contribución del FSE a la desigualdad social y entre hombres y mujeres.

Por ello, se impone la necesidad de continuar avanzando en ambos sentidos: mejorar el conocimiento general de la población sobre la participación del FSE en la consecución de una mayor igualdad entre hombres y mujeres y mejorar el conocimiento que la población femenina tiene del FSE.

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

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

La metodología propuesta en la *Guía para el Seguimiento y la Evaluación de los Planes de Comunicación* a tales efectos se sustenta en la cuantificación de los denominados indicadores de impacto que son un total de cinco y que tratan de recoger el efecto de la estrategia de comunicación tanto sobre los órganos gestores y beneficiarios como sobre el conjunto de la población.

- ✦ **Indicador 1 (I.1):** Grado de conocimiento de las obligaciones existentes en la programación, gestión, seguimiento, control, evaluación e información y publicidad (medido como porcentaje).
- ✦ **Indicador 2 (I.2):** Tasa de satisfacción, que indique la valoración de los beneficiarios/Organismos Intermedios y/o gestores o partícipes respecto a la información facilitada (medida como porcentaje).
- ✦ **Indicador 3 (I.3):** Tasa de utilidad de las actuaciones (medida como porcentaje).
- ✦ **Indicador 4 (I.4):** Grado de conocimiento de los distintos Fondos Estructurales por parte de la ciudadanía (medido como porcentaje).
- ✦ **Indicador 5 (I.5):** Grado de conocimiento del papel desempeñado por la Unión Europea por parte de la ciudadanía (medido como porcentaje).

Tal y como quedo patente en el Informe de Evaluación Intermedia del Plan de Comunicación del PO FSE de Galicia, existe una relación directa entre los objetivos de la estrategia y estos indicadores que, en última instancia, pueden considerarse como una cuantificación de los mismos.

Las conclusiones generales de dicho informe pusieron de manifiesto como el impacto de las acciones de información y publicidad sobre los colectivos beneficiados por los proyectos ha sido muy relevante, habiéndose establecido una cultura de la comunicación con una repercusión efectiva sobre el conjunto de la ciudadanía que situaban a la región gallega muy por encima de la media nacional en lo que respecta al conocimiento tanto de la llegada de fondos a la región como del FSE de forma más particularizada.

El objetivo en el marco de esta evaluación final en relación con el impacto e la estrategia de comunicación es, en este contexto doble:

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

Tomando como punto de referencia la información obtenida en el amplio trabajo de campo desarrollado (fundamentado en cuatro pilares básicos: entrevistas a la Autoridad de Gestión, Organismos Intermedios y órganos gestores; entrevistas a beneficiarios privados; encuestas al conjunto de la ciudadanía y grupos de trabajo) se ha procedido a la cuantificación de los cinco indicadores de impacto señalados anteriormente.

La valoración comparada de los resultados con respecto a los obtenidos en la Evaluación Intermedia destaca dos elementos fundamentales: [la consolidación de la política de comunicación entre los actores implicados en el desarrollo del PO FSE de Galicia 2007-2013 y los importantes efectos que la actual situación de crisis económica ha tenido sobre la percepción que la ciudadanía gallega tiene de la recepción de fondos comunitarios por parte de la región y, de modo particular, del FSE.](#)

En primer lugar, la estimación del impacto de las acciones de comunicación sobre los [organismos gestores](#) recoge el grado de conocimiento de las obligaciones existentes, la tasa de satisfacción respecto de la información facilitada y la tasa de utilidad de las actuaciones realizadas. En todos los casos los resultados recogen una mejora significativa con respecto a la situación precedente (evaluada en 2010).

TABLA 2. RESUMEN DE LOS INDICADORES DE IMPACTO SOBRE LOS ORGANISMOS GESTORES Y BENEFICIARIOS DE LA AYUDAS

INDICADOR	2010	2013	
GRADO DE CONOCIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES EXISTENTES	Perspectiva general	75,5%	87,5%
	Perspectiva aplicada	89,4%	97,2%
TASA DE SATISFACCIÓN RESPECTO A LA INFORMACIÓN FACILITADA	70,2%	80,9%	
TASA DE UTILIDAD DE LAS ACTUACIONES	78,0%	83,4%	

Fuente: Elaboración propia de Regio Plus a partir de la explotación de los cuestionarios destinados a órganos gestores y beneficiarios

El indicador del **grado de conocimiento** de las obligaciones de información y publicidad para 2013 alcanza el **92,4%**. Este dato es el resultado de aunar una mejora tanto en la perspectiva teórica como en la perspectiva práctica.

En el primero de los ámbitos, los principales avances se han producido en la participación en jornadas relacionadas con el ámbito de la comunicación y la participación de los órganos gestores en una red de información y publicidad (Subcomisión de Información y Publicidad de Fondos Europeos). La formación e información derivada de ambas actividades, por otra parte, ha tenido una repercusión directa en el conocimiento más aplicado que se ha traducido en una mejora las acciones de comunicación que se han integrado en todas las fases de la gestión de las ayudas, desde la aprobación de los proyectos, su ejecución y seguimiento, hasta el cierre y terminación de los mismos.

Prueba de ello es que existe un convencimiento absoluto de que se están respetando las características técnicas exigidas reglamentariamente para las medidas de información y publicidad, se está utilizando el eslogan acordado en el Plan de Comunicación, se está mencionando siempre la contribución del FSE en las convocatorias y resoluciones de las ayudas, convenios, etc., y archivando todo el material de comunicación.

Además, se reconoce que se ha dado la máxima transparencia a los procesos de contratación y concesión de ayudas, en muchos casos con una difusión a través de procedimientos electrónicos (83,3%), en los que se ha proporcionado información acerca de los criterios de selección de los proyectos, los mecanismos de examen de las solicitudes y sus tiempos.

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

Por un lado, la **Tasa de Satisfacción**, que mide la adecuación de la información transmitida en los seminarios y jornadas organizados para mejorar los conocimientos de los asistentes y, por tanto, el grado en que se han cubierto sus expectativas. El **80,9%** de los organismos gestores ha valorado positivamente la información recibida, frente al 70,2% obtenido en la Evaluación Intermedia.

Por otro lado, la **Tasa de Utilidad**, que mide el efecto de las actividades de información desarrolladas sobre la mejora en la aplicación de las medidas de comunicación que deben llevar cabo los órganos gestores y beneficiarios del FSE, se ha situado en el **83,6%**, frente al 78% registrado en 2010.

En conclusión, la realización de jornadas informativas responde adecuadamente al objetivo, no solamente de incrementar las actuaciones de difusión y promoción de los fondos, sino también de mejorar la propia gestión de las ayudas, resolviendo muchas de

las dudas relativas a los cambios que se han producido en la normativa que regula las obligaciones de información y publicidad.

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

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

Así, prácticamente el 70% de las empresas beneficiarias de ayudas señala que conocen el Plan de Comunicación del Programa, favorecido por la labor de los órganos gestores de regímenes de ayuda, que han trasladado información a los beneficiarios de las mismas sobre sus obligaciones, y su aceptación a formar parte de la *Lista de Beneficiarios*.

Además, entre ellos se observa un compromiso creciente (paralelo al mostrado por parte de los órganos gestores del PO), como pone de manifiesto el hecho de que se ha generalizado el recurso a instrumentos de comunicación no obligatorios, como la remisión de notas de prensa (prácticamente el 40% de los beneficiarios encuestados han elaborado alguna) o la realización de alguna actuación de publicidad para hacer ver los logros conseguidos en actuaciones cofinanciadas con FSE (en el 54% de los casos).

En todo caso, las necesidades de mejora se detectan en relación con dos elementos fundamentales: de un lado, la dificultad que entraña la interpretación de la información recibida, lo que revela la necesidad de trasladar una información adaptada a estos colectivos para facilitar su entendimiento y, de otro, la habitual externalización de la tramitación de la ayuda, lo que limita en gran medida el conocimiento que tiene el beneficiario.

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

Esta situación se ha visto, además agravada por la priorización en los medios de comunicación de las noticias de cariz negativo relacionadas con la coyuntura económica y la UE que a menudo han dejado en un segundo plano la información relacionada con los logros derivados de la Política Regional Europea. A ello contribuye el hecho de que existen

incentivos, por parte de las Administraciones nacionales y regionales, de arrogarse, en la información que transmiten, los beneficios de las inversiones realizadas con la ayuda de los fondos, y de atribuir a Bruselas, sin embargo, la adopción de medidas antipopulares como consecuencia de los recortes y ajustes presupuestarios aplicados.

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

Y ello se refleja en la obtención de unos resultados mucho menos alentadores entre **el conjunto de la población gallega** que entre los beneficiarios directos de las actuaciones cofinanciadas y los propios órganos gestores. Así, las encuestas dirigidas a la ciudadanía muestran que un **68,4% de la población regional tiene conocimiento de la percepción por parte de la región de fondos comunitarios** para contribuir al progreso económico y social. La evolución ha sido a la baja en relación con los datos de 2010 (con una caída de 7,9 puntos porcentuales).

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

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

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

Pese a ello, la relevancia de la Política de Cohesión y, de forma particular del FSE se ha visto reforzada. El **porcentaje de la población que, conociendo la llegada de recursos comunitarios a la región para el desarrollo socio económico, han oído hablar del FSE** se incrementa hasta el **66,3%**, lo que supone un alza de 16,4 puntos porcentuales. Las elevadas tasas de desempleo que entre 2010 y 2012 se han incrementado en 5,3 puntos porcentuales en Galicia, han elevado la preocupación por las fórmulas de búsqueda de empleo y la implementación de Políticas Activas de Empleo, así como la concienciación de la necesaria coordinación entre las distintas Administraciones implicadas en la realización de las mismas, de cara a conseguir una eficaz utilización de los recursos destinados a facilitar la inserción laboral de los trabajadores desempleados en el mercado laboral,

aspecto que ha aproximado a la ciudadanía a la actividad desarrollada por el FSE en la región gallega.

En este contexto, además, destaca la actividad informativa realizada por los centros de formación, que han actuado como vehículos transmisores de la información en torno a la cofinanciación de las actuaciones entre los alumnos participantes.

En este contexto, se observan diferencias manifiestas en función del sexo que agravan de forma notoria la brecha de género incipiente de 2010. Así el diferencial entre el porcentaje de hombres y mujeres que han oído hablar del FSE se ha incrementado desde los 0,6 puntos porcentuales hasta los 7,6 puntos porcentuales de 2013.

Asimismo existen diferencias entre los diferentes tramos de edad, destacándose la aparición de un efecto positivo: el incremento en la cercanía de la población más joven al FSE. En tanto en 2010 eran el grupo que menos conocimiento tenía de dicho Fondo Estructural, en 2013 prácticamente tres de cada cuatro jóvenes de entre 15 y 24 años han oído hablar del FSE. Este cambio está en gran medida asociado al incremento notable que entre este colectivo han experimentado las tasas de desempleo (que entre 2010 y 2012 se han visto incrementadas en 10,1 puntos porcentuales) y en el importante volumen de actuaciones destinadas a los mismos en el marco del PO.

Los condicionantes señalados se reflejan, asimismo, en los ámbitos de actuación del PO FSE de Galicia 2007-2013 más reconocidos entre la población. Así, son las cuestiones de formación y empleo las que tienen una mayor repercusión (el 57,5% de la población conoce proyectos cofinanciados en este ámbito). Estas actuaciones, que suponen un mayor peso relativo en relación con las ayudas contra la exclusión y la disminución de desigualdades sociales y entre hombres y mujeres, han incrementado ligeramente su repercusión entre el conjunto de la ciudadanía en un contexto en el que en el resto de los ámbitos ésta se ha visto reducida. Situación que, además, se reproduce en todos los tramos de edad considerados.

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

Asimismo, se considera el poder de la comunicación interpersonal, como forma de acceso a la información relacionada con los Fondos y la Política Regional, configurándose como un elemento multiplicador de la visibilidad de los proyectos. Así, aparece como la segunda vía, después de los medios de comunicación, a través de la cual se ha tenido conocimiento de la cofinanciación de la UE, con un 52,2% de las personas encuestadas

que afirmaban conocer la existencia de los Fondos Estructurales, lo que supone un incremento de esta vía de 9,4 puntos porcentuales con respecto a los datos de 2010.

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

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

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

De todo lo anterior podemos obtener dos conclusiones fundamentales:

- ✦ La existencia de una mayor repercusión de las actuaciones cofinanciadas con FSE en la región gallega, impulsada por la situación de crisis económica y los importantes efectos negativos generados por la misma en términos de desempleo.

La sensibilidad de la población es, en este sentido, particularmente manifiesta en relación con las actuaciones vinculadas a la formación y el empleo y en los tramos de edad comprendidos entre los 15 y los 24 años, donde la preocupación por la búsqueda de un puesto de trabajo es muy notable en un contexto en el que la tasa de desempleo alcanza, en 2012 el 45,5%.

- ✦ La implicación creciente de los Órganos gestores en la estrategia de comunicación y la importante diversidad de canales de información empleados, facilitan la disponibilidad de un volumen suficiente de información de calidad para la población gallega. Sin embargo, el impacto real que dicha información tiene es reducido y, además, se ha visto minorado en los últimos años, en gran medida como consecuencia de la crisis económica que sufre la economía española. En este contexto, el equipo evaluador considera que para mejorar el impacto sobre el conocimiento de la población sería conveniente orientar las actuaciones puestas en práctica con el objetivo de incidir más en la comunicación que en la publicación.

Para ello resulta imprescindible fomentar la participación de los beneficiarios y de los organismos colaboradores en la aplicación de los fondos en la región y concentrar los

esfuerzos en los próximos años en poner en valor los proyectos cofinanciados (objetivos, beneficiarios, inversión realizada, resultados obtenidos, etc.).

TABLA 3. RESUMEN DE LOS INDICADORES DE IMPACTO SOBRE LA POBLACIÓN

	INDICADOR	UNIDAD DE MEEDIDA	2010	2013
I.4	GRADO DE CONOCIMIENTO DE LOS FONDOS ESTRUCTURALES	% personas que conocen la existencia del FSE	49,9%	66,3%
I.5	GRADO DE CONOCIMIENTO DEL PAPEL DESEMPEÑADO POR LA UE	% personas conocedoras de la inversión de la UE a favor del crecimiento y el progreso de la región	76,3%	68,4%

Fuente: Elaboración propia de Regio Plus a partir de la explotación de las encuestas a la ciudadanía

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

El procedimiento de Evaluación definido a través de la “*Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER, Fondo de Cohesión y FSE 2007-2013*” ofrece una respuesta completa y eficiente a los requerimientos reglamentarios en materia de evaluación de los Planes de Comunicación, que ha permitido concretar en una batería de conclusiones y recomendaciones los principales elementos del proceso.

Desde la perspectiva de las conclusiones:

- + El carácter pragmático del procedimiento de Evaluación consensuado en el seno del GERIP ha permitido incluir en el cierre del Informe de Evaluación Intermedia una serie de conclusiones y recomendaciones que, por su pertinencia y aplicabilidad, han favorecido la atención por parte de los organismos implicados, si bien condicionada por la situación de crisis económica y de consolidación fiscal por la que pasan las Administraciones Públicas.

En la práctica, estas recomendaciones han sido tomadas en consideración por todos los organismos implicados y, de forma particular, por la Dirección Xeral de Proxectos e Fondos Europeos, lo que ha permitido un avance importante en la resolución de las debilidades detectadas. No obstante, este resultado positivo no ha sido homogéneo en todos los ámbitos, observándose que la atención a las recomendaciones ha sido insuficiente en muchos casos para mejorar el conocimiento que la población tiene del FSE, así como en lo relativo a los mecanismos para la recopilación de la información.

- + La Evaluación Intermedia puso de relieve el cumplimiento de todas las exigencias reglamentarias respecto a la estrategia de comunicación, en términos de planificación, gestión y ejecución del Plan de Comunicación, lo que derivó en una valoración altamente positiva.

La estrategia del Plan de Comunicación del PO FSE de Galicia 2007-2013, ya considerada pertinente y coherente, se ha visto consolidada y mejorada en todos los ámbitos evaluados, con lo que podemos concluir que la programación y posterior desarrollo de la misma ha permitido contar con una política de comunicación del PO FSE de Galicia de garantía y con la suficiente flexibilidad como para adaptarse a los posibles cambios en el propio Programa, el contexto, o las necesidades de los colectivos destinatarios.

Sin embargo, esta positiva consideración se ve en parte matizada como consecuencia de los problemas surgidos en torno a la aplicación informática para el seguimiento de las actuaciones de información y publicidad.

La validez y consistencia del Plan también se puede ratificar por haber aplicado todas las medidas previstas para lograr sus objetivos en términos de alcanzar el público deseado y proporcionar los resultados buscados, aportando un valor añadido a las actividades de comunicación emprendidas por los organismos gestores, como es la cofinanciación y la suma de esfuerzos a favor de fines compartidos por todas las instituciones afectadas.

- + Desde la perspectiva de los recursos empleados en la implementación de la estrategia, no se ha producido en la práctica la actualización del presupuesto a la luz de la metodología adoptada en GERIP para la consideración de actuaciones no cofinanciadas y de las realizadas por todos los organismos implicados en el desarrollo del PO. Aspectos que sí se han aplicado, sin embargo, desde la perspectiva de la ejecución, lo que hace que haya un claro desajuste entre el presupuesto estimado y la cuantía realmente ejecutada, resultado el presupuesto claramente insuficiente para cumplir los objetivos del Plan.

Los recursos humanos destinados a las tareas de información y comunicación en el ámbito de la Xunta se han caracterizado por su estabilidad y elevado nivel de conocimiento, sin embargo en la Autoridad de Gestión se ha detectado una importante movilidad que dificulta la adopción de decisiones.

En lo relativo a los recursos técnicos, se echa en falta la existencia de una aplicación informática para la recopilación de la información que unifique los datos procedentes de la Administración General del Estado y los organismos regionales, circunstancia que obliga a realizar el análisis de ejecución a partir de la agregación de archivos en formato Excel facilitados por la UAFSE y el Organismo Intermedio regional, en los cuáles se han podido detectar algunas dificultades para relacionar los datos.

- + La ejecución tanto desde un punto de vista financiero como físico de las medidas programadas en el Plan de Comunicación han sido muy significativas, previéndose la realización de todas las medidas previstas en la programación inicial.

Partiendo de la positiva ejecución constatada en la Evaluación Intermedia, la ejecución de los diferentes tipos de actuaciones cuantificadas a través de indicadores se ha visto dinamizada entre los años 2010 y 2012 (con una clara continuidad en lo que respecta a los gestores de la Xunta en 2013), lo que ha permitido una significativa aproximación a los objetivos finales en los que se ha observado, por otra parte, una importante capacidad de previsión de las expectativas.

La única excepción se plantea en dos indicadores de resultado: el número de puntos de distribución que pese a mejorar notablemente se sitúa lejos de las previsiones iniciales y el número de visitas a las páginas webs, cuya cuantificación genera ciertas dudas sobre una posible sobreestimación que la sitúan lejos del objetivo inicial.

En este contexto la ejecución puede calificarse por su diversidad y su eficiencia. La diversificación de los instrumentos empleados en la difusión de sus actuaciones y la contribución del FSE en las mismas ha sido un elemento de referencia. En este sentido, dos son las conclusiones principales: que todos los órganos gestores del PO FSE de Galicia han implementado actuaciones de comunicación en el desarrollo de su actividad y que para realizar tales actividades han recurrido a una amplia diversidad de actuaciones (en concreto, el 85,7% de los mismos tiene actividad en al menos tres de los indicadores de comunicación) que además se caracterizan por su notable calidad.

Destacan por su dinamismo, tanto en lo que se refiere al número de actuaciones puestas en marcha como a la diversidad de las mismas, la Dirección Xeral de Proxectos y Fondos Europeos, la Secretaría Xeral da Igualdade y la Secretaría Xeral de Política Social.

- ✦ El sistema de seguimiento y evaluación se basa en la recopilación y registro de los indicadores, la identificación de buenas prácticas y el reporte de los avances logrados en los correspondientes Informes Anuales de Ejecución del PO y su presentación al Comité de Seguimiento. Su elevada eficacia ha garantizado la calidad del sistema, apoyado en tres elementos fundamentales: la figura del responsable de comunicación y su integración en las redes de comunicación (la Subcomisión de Información y Publicidad de Fondos Europeos y GERIP) y la emisión de instrucciones específicas e información actualizada para el mejor seguimiento y gestión de las actuaciones.

Desde 2010 se ha producido una consolidación de todos los principios señalados, con un esfuerzo significativo por parte del Organismo Intermedio y de los propios organismos gestores que ha permitido mejorar la calidad de la información registrada. No obstante, persiste la necesidad de aprovechar la experiencia acumulada para continuar avanzando en la calidad del seguimiento de las actuaciones, como la ubicación correcta de las actuaciones en el indicador correspondiente o la descripción detallada de la actuación que permita identificar su vinculación al PO y/o la contribución del FSE.

- ✦ Estas actuaciones han permitido, en última instancia, un avance notable en los objetivos del Plan de comunicación, tanto en términos de mejora de la transparencia en la gestión como, aunque en menor medida, de notoriedad de la Política de Cohesión y del propio PO.

- + En lo relativo al impacto, el compromiso creciente con la política de comunicación del PO FSE de Galicia 2007-2013 queda patente en diversos elementos como son la integración de una “cultura de la comunicación” en la actividad de los diferentes organismos participantes en su desarrollo y la concienciación progresiva (aunque aún insuficiente) de los beneficiarios privados en relación con el papel que ellos deben desempeñar.

En el caso de los órganos gestores el conocimiento de las obligaciones en materia de información y publicidad es máximo, valorando en gran medida las actividades puestas en marcha de cara a la mejora de la información disponible.

- + El impacto sobre el conjunto de la ciudadanía, sin embargo, ha experimentado menos avances en el contexto de una situación socio-económica caracterizada por la desafección de la población hacia la política y la Unión Europea. Si bien se han detectado algunos elementos positivos objetivo de mejorar la visibilidad de la Política de Cohesión, como son la mayor sensibilización en relación al FSE y la mayor sensibilización de la población más joven en relación con la Política de Cohesión.
- + Las obligaciones reglamentarias de información y publicidad han observado, en definitiva, un claro cumplimiento, no advirtiéndose incidencias en los resultados de las actuaciones de verificación previa de las operaciones seleccionadas aleatoriamente en la presente evaluación.
- + En la consideración del principio de igualdad de oportunidades la valoración global es claramente positiva en tanto las cuestiones de género se han tenido presente en todas las fases del Plan de Comunicación, desde la definición de la estrategia, hasta su instrumentación, así como en el contenido de las actuaciones puestas en marcha.

Sin embargo, el tiempo transcurrido sólo ha permitido observar avances parciales en términos de impacto, dado que se ha incrementado la brecha existente en lo que respecta al conocimiento de la Política de Regional Europea y ha disminuido el conocimiento que la ciudadanía gallega tiene de la contribución del FSE a la desigualdad social y la igualdad de género.

De la observación de las anteriores conclusiones se desprenden una serie de **recomendaciones** que pueden estructurarse en dos grupos: las relativas al actual período de programación y las que afectan al futuro inmediato (2014-2020).

En el primero de los grupos destacan las cinco recomendaciones siguientes que pretenden **garantizar el cierre adecuado del Plan de comunicación para el período 2007-2013** con la máxima consecución de los objetivos:

- + Identificar al responsable de comunicación en la Autoridad de Gestión, permitiendo la adopción de decisiones de cara al cierre del Plan de Comunicación.
- + Realizar una revisión al alza del presupuesto indicativo que garantice su adaptación a la realidad del FSE en la Comunidad Autónoma y, de cara al futuro, considerar todas las pautas definidas en el marco de las redes de comunicación con el objetivo de lograr un montante estimado de presupuesto más aproximado
- + Subsanan las deficiencias de información en los años más recientes en la actividad de la UAFSE. La inclusión de los correspondientes registros permitirá un seguimiento más riguroso de cara a los próximos Informes Anuales de Ejecución.
- + Proseguir con el volcado y grabación de los indicadores de comunicación de las actividades de información y publicidad realizadas hasta la aprobación de la nueva estrategia de comunicación (para el período 2014-2020), lo que permitirá alcanzar los valores-objetivo previstos para todo el período de programación, facilitando un cierre adecuado del Plan de Comunicación.
- + Continuar trabajando en la transmisión del mensaje de cofinanciación entre las empresas, incidiendo en la necesidad adaptar el mismo a las necesidades e intereses de los colectivos destinatarios para facilitar su comprensión.
- + Mejorar la descripción de las actuaciones para recoger de forma explícita la contribución del FSE en los registros de las actuaciones realizadas.
- + Continuar trabajando en la difusión de los principales resultados alcanzados en los proyectos cofinanciados en el marco del PO FSE de Galicia, con la finalidad de mejorar el conocimiento que la población tiene acerca de las principales áreas de intervención del mismo. Una de las vías más eficientes para ello la constituyen la presentación de buenas prácticas de operaciones cofinanciadas con una justificación motivada del cumplimiento de todos los criterios establecidos.
- + Asimismo, para mejorar la visibilidad de la Política de Cohesión es necesario particularizar el mensaje y las vías de comunicación empleadas con la finalidad de sensibilizar a la población menos receptiva, como la población femenina, la de mayor edad (de 75 años o más) o la más joven (de entre 15 y 24 años).

En el segundo grupo, de cara a la definición de la estrategia de comunicación **del período 2014-2020**, destacan un total de ocho recomendaciones:

- + Iniciar los trabajos de preparación de la futura estrategia de comunicación en el marco de la red GERIP, garantizando, así, la aplicación del principio de partenariat.

- + Aunar las estrategias de comunicación de FEDER y FSE en Galicia en una estrategia común, mejorando la eficiencia en la gestión de la misma a través del aprovechamiento de las economías de escala y las sinergias positivas.
- + Recoger en la estrategia medidas específicas dirigidas a los beneficiarios privados (empresas, fundaciones, etc.) que contribuyan a elevar su protagonismo en la consecución de los objetivos en materia de comunicación.
- + Capitalizar las lecciones positivas del actual período en materia de comunicación, conservando los actuales mecanismos para el seguimiento y la evaluación, en particular los indicadores y los criterios para la selección de buenas prácticas.

En este contexto, y de cara a seguir mejorando las tareas de seguimiento y evaluación, sería conveniente implementar una aplicación informática que permitiese la recopilación homogénea y actualizada de la información de todos los organismos implicados en el desarrollo de la estrategia.

- + Establecer mecanismos que faciliten el período de adaptación a los requisitos de comunicación a los órganos gestores que inician su actividad en el PO, tales como la elaboración de Manuales o Guías específicas para ellos de información y publicidad o el establecimiento de una línea de asesoramiento permanente.

9. BUENAS PRÁCTICAS

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

Su objetivo prioritario es destacar y dar a conocer aquellas acciones desarrolladas por los organismos implicados en el desarrollo del Programa Operativo (desde las Autoridades de Gestión a los beneficiarios, pasando por los órganos gestores) que han arrojado resultados positivos en términos de avances en los objetivos de mejora de la transparencia y la visibilidad de los Fondos Estructurales y, en consecuencia, en la puesta en valor del impacto que los mismos generan sobre el bienestar de los ciudadanos.

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

De este modo se abre la posibilidad para iniciar procesos de benchmarking de iniciativas de interés, con la consiguiente repercusión sobre el incremento en el impacto de las acciones de información y publicidad sobre los colectivos destinatarios (beneficiarios, beneficiarios potenciales, público en general y órganos gestores).

9.1. VALORACIÓN DE LAS BUENAS PRÁCTICAS DE COMUNICACIÓN YA IDENTIFICADAS

Desde la anualidad 2009, y tras la definición de un conjunto de criterios que guían la selección y presentación de informes de buenas prácticas en el seno del GERIP, se han presentado un total de 17 ejemplos.

- + Guía General de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los Programas Operativos FEDER, Fondo de Cohesión y FSE 2007-1013.
- + Constitución de la RED GERIP Grupo Español de Responsables de Información y Publicidad.
- + Video de difusión del FSE con motivo del 50 aniversario de los Tratados Europeos realizado por la UAFSE.
- + Web de la Dirección Xeral de Planificación e Fondos.
- + Xornada sobre axudas públicas, de la Dirección Xeral Planificación e Fondos.
- + Revista ULTREIA, de la Dirección Xeral de Proxectos e Fondos Europeos.

- + Guía de Publicidad e Información de las intervenciones cofinanciadas por los Fondos estructurales 2007-2013 en Galicia, de la DX Planificación e fondos.
- + Unidade Muller e ciencia, do Servizo galego da Igualdade.
- + Eles tamén, do Servizo galego da Igualdade.
- + Campañas de comunicación celebrada 2010 y 2011 organizadas por la Consellería de Facenda, de la Xunta de Galicia.
- + Creación de una intranet de información y difusión de las normas, manuales y otra documentación sobre la gestión del PO FSE de Galicia.
- + 12º Foro Gallego de Educación en Igualdad Por otra mirada: el papel social de la enseñanza y los medios de comunicación frente a la violencia de género
- + Jornada de reflexión sobre El futuro del FSE y la Política de Cohesión
- + Vídeo de difusión de los fondos estructurales en Galicia, llevado a cabo por la Xunta de Galicia.
- + Actos Públicos de Difusión en torno al Día 25 de noviembre en contra de la violencia de género.
- + Ediciones de apoyo al seguimiento de información y publicidad La Evaluación de los Planes de Comunicación FSE y Buenas Prácticas en Comunicación.

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

En cuanto a la valoración general respecto a la consideración de estas actuaciones como Buenas Prácticas, ésta ha resultado altamente favorable. Desde la perspectiva de la **detección y el análisis** todas ellas se han elegido sobre la base de los criterios establecidos a estos efectos en el seno del GERIP, lo que ha dotado de una gran coherencia la identificación de estos mejores ejemplos de comunicación.

- + **Criterio 1.** Uso de recursos innovadores en la presentación, organización y/o desarrollo.
- + **Criterio 2.** Adecuación de los contenidos a los objetivos perseguidos.
- + **Criterio 3.** Incorporación de criterios de Igualdad de oportunidades.
- + **Criterio 4.** Adecuación con el objetivo general de difusión de los fondos.
- + **Criterio 5.** Alto grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción de comunicación.

- + **Criterio 6.** Evidencia de un alto grado de calidad.
- + **Criterio 7.** Uso de nuevas tecnologías de la información.

Por otra parte, desde la perspectiva de la **transferencia**, estas buenas prácticas han sido difundidas a través del Informe de Evaluación Intermedia del Plan de Comunicación, los Informes Anuales de Ejecución de los PO y la Base de Datos de Buenas Prácticas de Comunicación, disponible en páginas Web de la Unidad Administradora del FSE (www.empleo.gob.es/uafse) y del Organismo Intermedio responsable del Plan de Comunicación (www.conselleriadefacenda.es/web/portal/area-de-planificacion-e-fondos).

El presente apartado tiene como objetivo profundizar en el análisis de las buenas prácticas presentadas valorando los rasgos principales que han caracterizado a las mismas, así como su presentación a través de los informes.

Con esta finalidad se abordará, en primer término, una descripción de los rasgos generales que han caracterizado al conjunto de buenas prácticas presentadas durante el período 2009-2011 y, en segundo término, una clasificación de las mismas en función de sus principales puntos fuertes y posibles elementos de mejora.

La descripción general de las buenas prácticas se ha realizado teniendo en cuenta la dimensión temporal, la dimensión operativa y el colectivo destinatario.

- + En el **ámbito temporal**, desde que en 2009 se inicia la selección, presentación y difusión de buenas prácticas se ha mantenido esta actividad de forma permanente. Destaca el importante volumen de ejemplos presentados en la anualidad 2009 (hasta un total de nueve), principalmente de actuaciones de carácter general relacionadas con la emisión de instrucciones, guías, manuales, etc. para la buena gobernanza del Programa y el adecuado y eficiente cumplimiento de los requisitos de comunicación. Por su parte, en las anualidades posteriores (2010 y 2011) cuatro en cada uno de los casos.
- + Teniendo en cuenta el **organismo promotor de las actuaciones desarrolladas**, destaca el papel de la Xunta de Galicia ya que le corresponden el 70,6% de las buenas prácticas presentadas, con un total de 12. Entre ellas se encuentran casos ejemplarizantes tanto de carácter general (8) como de carácter específico, es decir, desarrollados en el marco de actuaciones cofinanciadas de interés (4).

Las correspondientes a la Administración General del Estado son, por su parte, las menos numerosas, representando un 29,4% del total, todas ellas de carácter general. Resultan especialmente representativas en la fase de definición y arranque de la estrategia de comunicación (en el año 2009 suponen el 50%) para perder peso relativo en los años siguientes (25%).

- + La población en general es el principal **colectivo destinatario** de las buenas prácticas destacadas. De hecho, el 52,9% de las mismas tienen como objetivo único al público en general, a lo que hay que unir aquellas que están orientadas a todos los colectivos objetivo del Plan de Comunicación (beneficiarios, beneficiarios potenciales y población en general), que suponen un 11,8% adicional.

Ello deja constancia de la importancia concedida en la práctica al objetivo final de mejorar la *notoriedad*, a través de la demostración de los beneficios logrados por la región gracias al FSE, así como los que se derivan de la participación activa de Galicia en un proyecto como el que representa la UE.

El resto de los casos (23,5%) está orientado a poner en relieve las posibilidades de cofinanciación y a mejorar la transparencia en la gestión del FSE en Galicia, orientándose, principalmente, hacia beneficiarios u órganos gestores.

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

No obstante, un análisis detallado de las 17 buenas prácticas presentadas hasta la fecha muestra algunos márgenes de mejora que varían en función del grupo en el que se enmarque el ejemplo.

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

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

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

La favorable valoración concedida a la selección de buenas prácticas de comunicación en el marco del Plan de Comunicación del PO FSE de Galicia 2007-2013 tiene su principal referente en el elevado número de ellas que quedan enmarcadas en esta categoría: un total de 13 de las 17 (es decir, el 76,5% del total).

La mayor parte de estos casos de éxito que podemos considerar óptimos en su selección y presentación están relacionados con actuaciones de comunicación de carácter general (guías de comunicación, creación de web de la Dirección Xeral de Proxectos e Fondos Europeos e intranet para la difusión de la normativa en torno al PO FSE DE Galicia, constitución del GERIP, celebración de jornadas de ayudas públicas cofinanciadas y sobre el futuro del FSE, elaboración de la revista Ultreia, realización de campañas de comunicación de los Fondos Estructurales en Galicia, elaboración de un vídeo de presentación del FSE en Galicia y otro para celebración de los 50 años del FSE), observándose mayores dificultades en el caso de las acciones de comunicación vinculadas directamente a actuaciones cofinanciadas específicas. De hecho, entre sólo una de las buenas prácticas calificadas como óptimas tiene este carácter, la relativa a la comunicación realizada en torno a la Unidade Muller e ciencia, do Servizo galego da Igualdade.

En este contexto, las presentadas por la Administración General del Estado constituyen una referencia fundamental. De forma particular, las correspondientes a la Dirección General de Fondos Comunitarios que ha jugado un claro papel ejemplarizante en la realización de las actuaciones, al tiempo que ha apoyado al resto de organismos implicados en la selección y presentación de las acciones de comunicación.

Un caso particular corresponde a la comunicación realizada en torno al 12º Foro Gallego de Educación en Igualdad “Por otra mirada: el papel social de la enseñanza y los medios de comunicación frente a la violencia de género”, en torno a la cual existen dos informes diferentes de presentación y justificación. La conjunción de ambos informes permite obtener información detallada y suficiente sobre las acciones de información y publicidad realizadas y el cumplimiento de todos los criterios que hacen de ella una buena práctica de comunicación. Por ello el equipo evaluador considera que sería interesante completar el informe volcado en la web del organismo intermedio con información gráfica para contar con una presentación óptima del caso.

b) Buenas prácticas en las que la justificación tiene margen de mejora ya sea en la presentación de los criterios o en el soporte gráfico

Finalmente, hay una serie de ejemplos en los que se detectan algunos aspectos puntuales que, en la práctica, podrían mejorarse poniendo en valor actuaciones de calidad y facilitando su comprensión por parte de los interesados.

En concreto las debilidades detectadas han sido cuatro:

- + La ausencia de un soporte gráfico amplio que recoja una muestra representativa de las acciones puestas en marcha y deje constancia del mensaje de la cofinanciación por parte del FSE.

En concreto, este es el caso de la comunicación realizada en el marco del proyecto Eles tamén, del Servizo galego da Igualdade. Pese a que las acciones llevadas a cabo han sido numerosas y diversas (creación de una página Web del proyecto, inserciones en prensa, elaboración de documentos, celebración de foros de debate, etc.), únicamente se incluye alguna imagen de la página web.

- + La ausencia de algún criterio en la justificación de las buenas prácticas. Si bien no resulta un requisito imprescindible el cumplimiento estricto de todos los criterios, en el caso de la publicación de los documentos de Evaluación de los Planes de Comunicación FSE y Buenas Prácticas en Comunicación por parte de la Autoridad de Gestión del PO FSE existen argumentos que permitirían justificar los criterios no considerados.

En concreto, el recurso uso de recursos innovadores queda justificado porque la publicación de buenas prácticas de información y publicidad, particularmente, como complemento de la creación de bases de datos de buenas prácticas de comunicación puede considerarse un elemento innovador que contribuye a mejorar los instrumentos, estrategias y alternativas puestos en marcha para mejorar la transparencia y la visibilidad en el marco del FSE en la Comunidad Autónoma de Galicia.

Por otra parte, la calidad de la buena práctica de comunicación es el resultado de la conjunción de todos los criterios considerados, de modo que puede sostenerse en base a su adecuación a los objetivos perseguidos, la respuesta que ha representado la actuación en relación con las necesidades de información de las destinatarios y el impacto general sobre la población, etc. Pese a que se destacan como casos de éxito este criterio y, por consiguiente, debería estar justificado en todos las Buenas Prácticas, existe algún caso en los que esto no es así (Ediciones de apoyo al seguimiento de información y publicidad “La Evaluación de los Planes de Comunicación FSE” y “Buenas Prácticas en Comunicación”).

- + La escasa profundidad en la explicación del cumplimiento de los criterios que justifican la selección de los casos de éxito, lo que impide aprovechar al máximo el carácter ejemplarizante de las buenas prácticas, como sucede en la publicidad realizada en torno a la Jornada de reflexión sobre El futuro del FSE y la Política de Cohesión.

Como consecuencia, sería interesante realizar un mayor esfuerzo en detallar tanto las diferentes actuaciones como sus principales elementos de interés con el fin de generar un proceso de benchmarking por los organismos participantes en el PO.

- + Por último conviene centrar en la presentación de las buenas prácticas de comunicación la descripción de las actuaciones y la justificación del cumplimiento de los criterios en las acciones de comunicación y no en la actuación cofinanciada.

Esto ha resultado particularmente patente en el caso de la justificación del uso de recursos innovadores en la presentación, organización o desarrollo de la actuación. Tanto en el informe del 12º Foro Gallego de Educación en Igualdad “Por otra mirada: el papel social de la enseñanza y los medios de comunicación frente a la violencia de género” como del Eles tamén, del Servizo Galego da Igualdade la explicación del uso de recursos innovadores no se concentra en las innovación en la información y la publicidad, sino en las propias actuaciones.

9.2. IDENTIFICACIÓN DE NUEVAS BUENAS PRÁCTICAS

+ INFORMACIÓN SOBRE LA COFINANCIACIÓN POR PARTE DEL FSE A LA FORMACIÓN PROFESIONAL (DIRECCIÓN XERAL DE EDUCACIÓN, FORMACIÓN PROFESIONAL E INNOVACIÓN EDUCATIVA)

La Dirección Xeral de Educación, Formación Profesional e Innovación Educativa de la Consejería de Cultura, Educación y Ordenación Universitaria ha venido realizando una importante campaña publicitaria de la Formación Profesional en Galicia, poniendo en relieve siempre la contribución que para el desarrollo de la misma supone la Unión Europea y, de forma específica, el FSE.

Así, además de la documentación interna generada para el eficiente desarrollo de la propia actuación (formularios, manuales, instrucciones, listas de beneficiarios para distribución de gastos de funcionamiento, etc.) y la incorporación de la información a su página web, se han elaborado carteles, merchandising (carpetas y bolsas), se han incorporado la referencia en las exposiciones realizadas sobre la temática a lo largo de todo el territorio gallego y, destaca de forma prioritaria, la edición anual de folletos informativos de la Formación Profesional en Galicia.



Se considera que puede ser considerado como una “buena práctica” por:

El uso de recursos innovadores en la presentación, organización y/o desarrollo viene garantizado por la diversidad de instrumentos utilizados en la puesta a disposición de la información para el conjunto de la ciudadanía. De forma particular, la sustitución de meras hojas informativas por folletos como principal fuente de información de los diferentes ciclos formativos que componen la FP en Galicia y que se encuentran cofinanciados por el FSE favorece el atractivo del formato y la accesibilidad a la población.



La adecuación de los contenidos es uno de los aspectos más seguidos. El objetivo prioritario de la actuación es dar una información completa y relevante de los diferentes ciclos formativos

de FP. Finalidad ésta que puede darse por cumplida si tenemos en cuenta que entre 2007 y 2013 se han editado hasta 20 folletos diferentes orientados a los potenciales alumnos/as de Formación Profesional con información detallada acerca de la propia contribución del FSE a la FP, las diferentes familias de Formación Profesional, el plan de emprendimiento del sistema educativo gallego, el plan de acreditación de competencias profesionales, etc.

La *incorporación de criterios de igualdad de oportunidades* que se fundamenta en la accesibilidad global a la información, independientemente del género, el uso de un lenguaje escrito y gráfico no sexista. Adicionalmente, el contenido de los mensajes favorece lo establecido en la Ley 2/2007, de 28 de marzo, del trabajo en igualdad de las mujeres de Galicia y, más concretamente, en su artículo 29 que versa sobre la Integración de la Igualdad en la Formación Profesional, y de acuerdo con el cual: *“la Xunta de Galicia favorecerá la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres mediante actuaciones tendentes a evitar cualquier tipo de discriminación, a eliminar la segregación profesional horizontal y vertical y a eliminar la totalidad de las desventajas de partida que afecten al colectivo de las mujeres”*.

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

Con esta actuación se cumplen perfectamente los pilares que sostienen la estrategia de comunicación del PO FSE: Transparencia y notoriedad, al dar a conocer los diferentes ciclos formativos que conforman la FP en Galicia y la participación que tiene la Unión Europea en la misma. De forma particular, entre las actuaciones puestas en marcha, en la anualidad 2010 destaca la edición de 3.000 folletos en los que se describía la contribución del FSE en educación en la Comunidad Autónoma de Galicia en el período de programación 2007-2013. Se informa así sobre la forma en que se utilizan los recursos del FSE, promoviendo, la actividad responsable realizada por la UE en Galicia.



Esta actuación presenta un *alto grado de cobertura sobre la población objetivo* de la acción de comunicación. La diversidad de actuaciones realizadas y, de forma particular, la edición de una importante variedad de folletos publicados tanto en papel como a través de la web de la Dirección Xeral (www.edu.xunta.es/fp/folletos-informativos-fp) garantiza la amplia distribución de la información entre la población estudiantil y sus familias.

El *alto grado de calidad*. El resultado obtenido puede considerarse como muy positivo, por el detalle de la información aportada, por lo atractivo de la presentación del mensaje y por la particularización realizada en cuanto a la contribución del FSE a través de jornadas (como la Xornada informativa sobre a xustificación de actividades do FSE celebrada en la Escola Galega de Administración Pública (EGAP) el 3 de outubro de 2011) y folletos de carácter específico.

Uso de las nuevas tecnologías de la información. Un porcentaje significativo de las medidas llevadas a cabo por la Dirección Xeral de Educación, Formación Profesional e Innovación se puede descargar desde la página que la Xunta dedica a la FP, ya referida anteriormente. Asimismo, se informa de su publicación a través de la página de Facebook de la FP en Galicia ([facebook.com/pages/FPGalicia/210625805650037](https://www.facebook.com/pages/FPGalicia/210625805650037)).



RegioPlus
Consulting 

www.regioplus.eu

C/ San Felipe Neri 3
28801 Madrid

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

Gta. Fernando Quiñones s/n
41940 Sevilla

T. +34 95 415 42 68

Rue Louis Scutenaire 7/8
B - 1030 Bruselas

T. +32 (0) 2 742 25 80