

**INFORME DE EVALUACIÓN DEL PLAN DE
COMUNICACIÓN DEL PROGRAMA
OPERATIVO PLURIRREGIONAL DE
ASISTENCIA TÉCNICA Y COOPERACIÓN
TRANSNACIONAL E INTERREGIONAL
DEL FONDO SOCIAL EUROPEO**

Informe 2013

El FSE invierte en tu futuro

ÍNDICE

1. Metodología de evaluación.....	3
1.1. Diseño técnico de la evaluación.....	3
1.2. Métodos y técnicas utilizadas.....	4
2. Resumen del Plan de Comunicación del Programa Operativo de Asistencia Técnica.....	6
3. Análisis de la programación de la estrategia de comunicación.....	10
3.1. Coherencia interna.....	10
3.2. Contribución del Plan de Comunicación del Programa Operativo de Asistencia Técnica y Cooperación Transnacional e Interregional a la Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones, de 3 de octubre de 2007, «Comunicar sobre Europa en asociación»	13
4. análisis de la aplicación de las medidas de información y publicidad.....	16
4.1. Avances en la ejecución de las medidas	16
4.2. Integración de las actividades de información y publicidad en el informe anual de ejecución.....	19
4.3. La repercusión de los sistemas de seguimiento en la calidad de la ejecución de las medidas.....	23
5. verificación de la inclusión de la información y publicidad en las actuaciones de verificación y control del fondo social europeo.....	25
6. Incorporación del principio de Igualdad de Oportunidades en las medidas de Información y Publicidad.....	26
7. Análisis del impacto: logros y desafíos de las actividades en materia de Información y Publicidad.....	28
8. Conclusiones y recomendaciones: propuesta de medidas a adoptar	32
9. Definición de Buenas prácticas	34
Anexo I: Cuestionario al Organismo Intermedio.....	37

1. METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN

1.1. *Diseño técnico de la evaluación*

El Programa Operativo Plurirregional de Asistencia Técnica del FSE 2007-2013, dispone de un Plan de Comunicación que fue declarado “aceptado” por la Comisión el 24 de septiembre de 2008. Dicho Plan establece una estrategia de comunicación que está soportada por un objetivo global, unos objetivos específicos, unas líneas de acción y por las medidas necesarias para ponerla en práctica. Además, el Plan establece el método de seguimiento de la estrategia de comunicación, fundamentalmente a través de los Comités de Seguimiento y de los Sistemas de Evaluación.¹

En el período de programación 2007-2013 cobró un **mayor protagonismo los aspectos relacionados con la información y la publicidad** en general de los Fondos Estructurales y en particular del Fondo Social Europeo, y aumentaron las exigencias, obligaciones y responsabilidades en dicha materia por parte de los diferentes niveles de participación en las intervenciones.

Con el fin de evaluar el grado de consecución de los objetivos establecidos en el Plan de Comunicación se previno la realización de dos informes de evaluación, en 2010 y 2013. El presente **informe de evaluación** de 2013, parte de los resultados y las recomendaciones establecidas en la anterior evaluación y es correspondiente con el periodo que va desde el **1 de abril de 2010 hasta el 31 de octubre de 2013**, recoge el análisis de dicho Plan de Comunicación, con respecto a las acciones de comunicación desarrolladas, estando contemplado en el Plan de Seguimiento Estratégico y Evaluación Continua de FEDER, FSE y FC 2007-2013.

El informe se **estructura** conforme a lo establecido en la “Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER, Fondo de Cohesión y FSE 2007-2013”². En primer lugar se presentará la metodología de evaluación utilizada así como la coherencia tanto interna como externa de la estrategia de comunicación del Programa Operativo evaluada en el informe 2010 y no sujeta a cambios, analizando posteriormente la aplicación, valoración e impacto de los diferentes aspectos de Información y Publicidad.

¹ De acuerdo con lo dispuesto en el artículo 2 del Reglamento 1828/2006 de la Comisión.

² “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 Subdirección General de Administración del Fondo Europeo de Desarrollo Regional y la Subdirección General del Fondo de Cohesión y de Cooperación Territorial Europea de la Dirección General de Fondos Comunitarios (DGFC), del Ministerio de Economía y Hacienda, y la Unidad Administradora del Fondo Social Europeo (UAFSE), del Ministerio de Trabajo e Inmigración.

Todo ello con el objetivo de extraer unas conclusiones finales y propuestas de mejora que permitan tomar medidas correctoras para el mayor grado de cumplimiento de los objetivos de comunicación en el nuevo período de programación 2014-2020.

1.2. *Métodos y técnicas utilizadas*

En lo que respecta a los métodos y técnicas de análisis utilizadas para la evaluación de los Planes de Comunicación, se ha seguido la metodología indicada en la Guía de Seguimiento y Evaluación de los Programas Operativos del FEDER, Fondo de Cohesión y FSE 2007 – 2013.

Dicha evaluación consta de las siguientes herramientas y técnicas de evaluación:

- Análisis Documental.
- Análisis de los indicadores volcados por los diferentes gestores.

El **análisis documental** realizado incluye el análisis de las siguientes fuentes de información:

- Plan de Comunicación del Programa Operativo Plurirregional de Asistencia Técnica del FSE 2007 – 2013.
- “Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los Programas Operativos FEDER, Fondo de Cohesión y FSE 2007-2013”.
- Reglamento (CE) nº 1080/2006 del Parlamento Europeo y del Consejo, relativo al Fondo Europeo de Desarrollo Regional
- Reglamento (CE) nº 1083/2006 del Consejo por el que se establecen las disposiciones generales relativas al Fondo Europeo de Desarrollo Regional, al Fondo Social Europeo y al Fondo de Cohesión
- Reglamento (CE) nº 1828/2006 por el que se fijan normas de desarrollo para el Reglamento (CE) nº 1083/2006 del Consejo, por el que se establecen las disposiciones generales relativas al Fondo Europeo de Desarrollo Regional, al Fondo Social Europeo y al Fondo de Cohesión, y el Reglamento (CE) nº 1080/2006 del Parlamento Europeo y del Consejo, relativo al Fondo Europeo de Desarrollo Regional
- Reglamento (CE) nº 846/2009 de la Comisión, que modifica el Reglamento (CE) nº 1828/2006, por el que se fijan normas de desarrollo para el Reglamento (CE) nº 1083/2006 del Consejo, por el que se establecen las disposiciones generales relativas al Fondo Europeo de Desarrollo Regional, al Fondo Social Europeo y al Fondo de Cohesión, y el Reglamento (CE) nº 1080/2006 del Parlamento Europeo y del Consejo, relativo al Fondo Europeo de Desarrollo Regional
- Pautas e instrucciones de las redes de comunicación relacionadas con los Fondos Estructurales: GERIP e INIO.
- Libro Blanco sobre una política europea de comunicación, COM (2006) 35 final
- Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social europeo y al Comité de las Regiones: “Comunicar sobre Europa en asociación”, COM(2007) 568 final

- Informes de ejecución 2007, 2008, 2009, 2010, 2011 y 2012 del Programa Operativo Plurirregional de Asistencia Técnica del FSE 2007 – 2013.

Además de toda esta información, se ha procedido a analizar los **indicadores de realización y de resultados** recopilados por la Autoridad de Gestión y volcados en la aplicación de indicadores. Dichos indicadores se dividen en siete tipos de actividades:

- Actividades y actos públicos
- Difusión en medios de comunicación
- Publicaciones realizadas
- Información a través de páginas web
- Información a través de cualquier tipo de cartelería
- Instrucciones emitidas hacia los participantes de los programas operativos
- Redes de Información y Publicidad

El análisis de estos indicadores se desarrolla en el apartado 4 de análisis de la aplicación de las medidas de Información y Publicidad.

Adicionalmente a estos indicadores, se han diseñado para la evaluación unos indicadores de impacto, que permitirán medir los efectos o consecuencias más a largo plazo de las actuaciones de información y publicidad y si estos efectos son atribuibles a dichas intervenciones.

Adicionalmente a las entrevistas realizadas, y con el fin de medir el impacto de las actividades de Información y Publicidad llevadas a cabo, el análisis de impacto se completa con un proceso de **encuestación a la ciudadanía** con el fin de contrastar si el público en general está concienciado con el papel que la Unión Europea juega en la mejora de su calidad de vida.

2. RESUMEN DEL PLAN DE COMUNICACIÓN DEL PROGRAMA OPERATIVO DE ASISTENCIA TÉCNICA

En el periodo de programación de los Fondos Estructurales 2007-2013 la normativa comunitaria es más exigente en lo que se refiere a la información y publicidad de los Programas Operativos. Los requisitos de información y publicidad se incrementan en el periodo, especialmente en lo que se refiere a:

- La información a los potenciales beneficiarios,
- La obligación de los beneficiarios de comunicar la contribución de los Fondos a sus proyectos,
- Y la publicidad de la ejecución y los resultados de las intervenciones entre el público en general.

En este sentido, todos los Programas Operativos del Fondo Social Europeo (FSE) han de ir acompañados de un Plan de Comunicación, que determine las responsabilidades y funciones que han de desempeñarlos distintos agentes implicados en cuanto a información y publicidad de las intervenciones.

El Plan de Comunicación del Programa Operativo de Asistencia Técnica y Cooperación Transnacional e Interregional 2007-2013 ha sido elaborado por la Unidad de Gestión de la Unidad Administradora de los Fondos Sociales Europeos (UAFSE), contemplándose en el mismo los requisitos señalados anteriormente.

El Plan de Comunicación del Programa Operativo de Asistencia Técnica es un plan pluriregional.

El Reglamento (CE) del Consejo 1083/2006, de 11 de julio de 2006, establece tres objetivos, que sustituyen a los objetivos del período anterior 2000-2006, con el fin de garantizar la adecuada aplicación de las agendas de Lisboa y Gotemburgo en función de las circunstancias específicas de las regiones

Las regiones españolas quedan clasificadas de la siguiente forma:



Fuente: Elaboración propia a partir de InfoREGIO. Comisión Europea. Distribución de las Comunidades Autónomas según criterios de subvencionabilidad

Como tal, el Programa Operativo de Asistencia Técnica y Cooperación Transnacional e Interregional es un programa con especificidades propias, ya que es el único, de los 22 programas operativos que constituyen la programación española del FSE para el periodo de programación 2007-2013, que no integra medidas destinadas a aplicar políticas de empleo, sino que pretende:

- Facilitar y financiar herramientas que ayuden a desempeñar las funciones de la UAFSE como Autoridad de Gestión y Certificación del resto de programas operativos del FSE;
- Desarrollar una política de cooperación y colaboración transnacional e interregional, a través de diversas redes, que aporte un valor añadido a las operaciones ejecutadas en los demás programas del FSE.

En lo que respecta al Plan de Comunicación de este Programa Operativo, su finalidad última va más allá que la del resto de Planes de Comunicación de los Programas Operativos, ya que no se limita a difundir el propio Programa, sino que abarca todos los programas operativos del FSE de aplicación en España en el nuevo periodo 2007-2013 y, además de perseguir la transparencia en la gestión de las intervenciones del propio Programa, contribuye a mejorar los procedimientos de gestión del resto de programas operativos del Fondo, instruyendo en la materia a todos los órganos intermedios y beneficiarios de las ayudas y al personal de las Autoridades de Gestión y Certificación del FSE.

En resumen, el Plan de Comunicación del Programa Operativo de Asistencia Técnica y Cooperación Transnacional e interregional, se marca un objetivo general; complementar los planes de comunicación de los restantes programas operativos del FSE y dar difusión al trabajo transnacional realizado en el eje 4 del propio Programa. Y, este objetivo general se articula en tres objetivos específicos:

- Dar visibilidad a los Programas Operativos del FSE y a la actuación de la Unión Europea.
- Velar por la transparencia de la gestión del FSE.
- Difundir el trabajo transnacional del PO y sensibilizar a todos los agentes en torno al objetivo de cooperación transnacional e interregional.

El Plan de Comunicación marca unas líneas de acción para el cumplimiento de cada uno de los objetivos específicos.

En lo que respecta a la visibilidad de los Programas Operativos españoles del FSE y de la UE, el Plan se encargará de:

- Publicitar la programación española del FSE 2007-2013.
- Asegurar el cumplimiento de las normas técnicas que la reglamentación comunitaria dicta para todas las medidas de información y publicidad de las

intervenciones y garantizar la realización de las 4 medidas dirigidas al público a cuya realización obliga la normativa europea.

Por otra parte, el Plan velará por la transparencia en la gestión del FSE con la adopción de dos líneas de acción encaminadas a:

- Desarrollar herramientas de gestión propias, a utilizar por el personal de las Autoridades de Gestión y Certificación del FSE.
- Prestar asesoramiento a los Organismos Intermedios y beneficiarios de los programas operativos del FSE en temas vinculados a la gestión y la publicidad de las intervenciones cofinanciadas.

Por último, el Plan abordará la publicidad de las acciones desarrolladas en el eje 4 del propio Programa, con medidas orientadas a:

- Difundir el trabajo transnacional del Programa Operativo.
- Sensibilizar a todos los agentes en torno al objetivo de cooperación transnacional e interregional.

En definitiva, el Plan estará integrado, en su mayor parte, por medidas generalistas para todos los programas operativos del FSE de aplicación en España en el periodo 2007-2013, a favor de la transparencia en la gestión y la visibilidad de la UE, que se completarán con una serie de medidas ceñidas a las acciones de cooperación transnacional incluidas en el PO, destinadas fundamentalmente a poner en valor este principio horizontal.

La siguiente ilustración muestra el árbol de objetivos del Plan de Comunicación del Programa Operativo de Asistencia Técnica y Cooperación Transnacional e Interregional del FSE 2007-2013:



Los grupos destinatarios de las medidas del plan, tal y como vienen representados en el árbol de objetivos son:

- El público en general.

- Los organismos que participan en la gestión y ejecución del FSE en España: Organismos Intermedios, beneficiarios; y autoridades de gestión y certificación (Personal de la UAFSE).

La focalización del Plan en los dos destinatarios mencionados es consecuencia de la peculiaridad de los objetivos que persigue y, en última instancia, de su carácter complementario al resto de planes de comunicación de las intervenciones españolas del FSE. No en vano, los planes de comunicación de los programas operativos regionales y plurirregionales del FSE prestan la debida atención a estos colectivos, por lo que se considera prioritario:

- a) Reforzar las actuaciones destinadas a la ciudadanía de forma genérica, dado el constatado desconocimiento de la población española del papel que la UE desempeña a favor del desarrollo económico y la creación de empleo;
- b) Concentrar las medidas de información en colectivos no atendidos (Organismos Intermedios y personal de las autoridades de gestión y certificación) o atendidos en menor medida (beneficiarios) por los planes de comunicación del resto de programas del FSE.

El Plan de Comunicación plantea una estrategia que, atendiendo a las recomendaciones que se efectuaron en las evaluaciones de las medidas de información y publicidad en el periodo anterior, establece una serie de elementos transversales que se tendrán en cuenta en todas las medidas que se lleven a cabo:

- Utilización de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.
- Difusión de las buenas prácticas identificadas y fomento del intercambio de experiencias.
- Sensibilización en torno a las prioridades transversales del FSE.
- Implicación de beneficiarios y Organismos Intermedios en la información y publicidad de las Intervenciones.
- Empleo de medidas de comunicación de bajo coste.

El número total de medidas establecidas por el Plan de Comunicación es de 29, repartidas entre las 6 líneas de acción anteriormente comentadas. La UAFSE es el organismo responsable de su ejecución.

3. ANÁLISIS DE LA PROGRAMACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

Durante el intervalo de tiempo que se contempla en esta evaluación **no se produjeron modificaciones en cuanto a la programación que concreta el Plan de Comunicación** de este PO. En este sentido, los análisis efectuados en la evaluación intermedia sobre la pertinencia, la coherencia y la validez fueron óptimos al considerar un planteamiento correcto de la estrategia.

Al no producirse modificaciones el análisis de la programación de la estrategia de comunicación, consistente en el estudio de la coherencia interna y externa y efectuado en la anualidad 2010 no se ha visto alterado durante la evaluación final efectuada en el año 2013.

3.1. Coherencia interna

Para el análisis de la consistencia interna se parte de los objetivos específicos relativos al FSE del Plan.

Las tablas que siguen muestran para el Plan de Comunicación del Programa Operativo de Asistencia Técnica y Cooperación, los objetivos estratégicos marcados y la capacidad de dichos objetivos relacionados con FSE de incidir tanto sobre los restantes objetivos estratégicos como sobre las líneas de acción establecidas, bien por su influencia bien por su sensibilidad, en términos del porcentaje real de las sinergias desarrolladas con respecto a las potenciales.

Los objetivos estratégicos y los correspondientes destinatarios del Plan de Comunicación del PO de Asistencia Técnica y Cooperación se especifican en la siguiente tabla. A continuación se realiza el estudio de incidencia de unos objetivos sobre los restantes y de los objetivos sobre las líneas de acción.

Tabla 1. *Objetivos estratégicos del PCPOATCT*

Destinatario	OBJETIVO ESTRATÉGICO
Público en general	OE1. Dar visibilidad a los Programas Operativos del FSE y a la actuación de la UE.
Organismos Intermedios Beneficiarios Personal propio de la UAFSE	OE2. Velar por la transparencia en la gestión del FSE
Público en general	OE3. Difundir el trabajo transnacional del PO y sensibilizar a todos los agentes entorno al objetivo de cooperación transnacional e interregional.

Tabla 2. Coherencia interna entre los objetivos de la Estrategia del PCPOAT.

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DEL PCPOAT	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DEL PCPOAT				
	OE1	OE2	OE3	Nº Obj atendidos	% sobre total
OE1				1	50%
OE2.				0	0%
OE3				1	50%
Grado de cobertura por OE (Nº)	1	0	1		
Grado de cobertura por OE (%)	50%	0%	50%		

La valoración conjunta de la capacidad de influencia (lectura horizontal de la matriz) y de sensibilidad relativa (lectura vertical de la matriz) permite realizar una clasificación de los objetivos en cuatro grandes grupos y extraer las siguientes conclusiones:

- La matriz muestra como sólo existe sinergia entre los objetivos OE1 y OE3, es decir, los encaminados a dar visibilidad a los Programas Operativos del FSE y a la actuación de la UE y a difundir el trabajo transnacional del PO y sensibilizar a todos los agentes entorno al objetivo de cooperación transnacional e interregional. Tanto por su capacidad de influencia como por su sensibilidad relativa, ambos objetivos pueden considerarse **estratégicos**. Se entiende que dar visibilidad a los Programas Operativos del FSE y a la actuación de la UE comprende en parte difundir el trabajo transnacional del PO, así como sensibilizar a todos los agentes entorno al objetivo de cooperación transnacional e interregional implica el OE1, es decir, dar visibilidad a los POs del FSE.
- En lo que respecta al OE2, referente a velar por la transparencia en la gestión del FSE no parece tener ninguna sinergia con el resto de objetivos, ni con difundir el trabajo transnacional del PO ni con dar visibilidad a los POs del FSE. Siendo tanto su capacidad de influencia como su sensibilidad relativa bajas. Por lo tanto este objetivo se considera un **objetivo independiente**.

En la tabla 3 se especifican las diferentes líneas de acción para el Plan de Comunicación y en la tabla 4 se establece la relación directa entre los objetivos del Plan de Comunicación y las líneas de acción, por las cuales se definen las actuaciones subvencionables por el FSE. Al igual que en el análisis de sinergias entre objetivos, se ha considerado más relevante analizar solamente la relación directa.

Tabla 3. Líneas de acción del PCPOAT

Grupo destinatario	Líneas de acción
Público en general	LA1. Publicitar la programación española del FSE
	LA2. Asegurar el cumplimiento de las Medidas reglamentarias y normas técnicas
Beneficiarios	LA3. Desarrollar herramientas de gestión propias
	LA4. Asesorar en materia de gestión y publicidad
Público en general	LA5. Difundir el trabajo transnacional del PO
	LA6. Sensibilizar sobre el objetivo de cooperación

Ya en el árbol de objetivos del Plan de Comunicación del PO de Asistencia Técnica aparecen correlacionadas las líneas de acción con los objetivos, no obstante, debido a que en dicho árbol se tiene en cuenta una tercera variable, (el destinatario), en el análisis que sigue se encuentran nuevas correlaciones.

Tabla 4. Valoración de la Consistencia de la Estrategia, entre objetivos y Líneas de acción del PCPOAT

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DEL FSE	Líneas de acción						Nº LAs atendidas	% sobre total
	LA1	LA2	LA3	LA4	LA5	LA6		
OE1	■	■			■		3	50%
OE2			■	■			2	33%
OE3	■				■	■	3	50%

Fuente: Elaboración propia.

El objetivo dirigido a dotar de visibilidad a los POs del FSE, OE1 es atendido de forma directa por 3 líneas de acción, LA1, LA2, LA5.

Tal y como se explica en apartados anteriores las líneas de acción se encuadran, en el Plan de Comunicación, dentro de los objetivos específicos. Esta correlación se puede observar claramente en la matriz. Ya que el OE1 es atendido por LA1 y LA2, el objetivo OE2 por las líneas de acción LA3 y LA4, y OE3 por LA5 y LA6. Por lo tanto se puede afirmar que existe coherencia entre las líneas de acción y los objetivos específicos.

La matriz también muestra correlaciones entre algunas líneas de acción y objetivos específicos en los cuales no se encuentran encuadrados dentro del Plan de Comunicación. Este es el caso del OE1 (dar visibilidad a los Programas Operativos del FSE) con LA5 (difusión del trabajo transnacional de PO) y OE3 (Difundir el trabajo transnacional del PO y sensibilizar a todos los agentes entorno al objetivo de cooperación transnacional e interregional) con LA1 (Publicitar la programación española del FSE). Todo ello refuerza el análisis de influencia de unos objetivos sobre otros que se realizó anteriormente, donde se concluyó que existía correlación entre los objetivos OE1 y OE3.

3.2. Contribución del Plan de Comunicación del Programa Operativo de Asistencia Técnica y Cooperación Transnacional e Interregional a la Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones, de 3 de octubre de 2007, «Comunicar sobre Europa en asociación»

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

Una comunicación coherente e integrada

Las actividades y los servicios de comunicación de la Comisión están muy diversificados. Además, la Comisión utiliza numerosas herramientas de comunicación, entre otras, los medios de comunicación audiovisuales, Internet, prensa escrita, publicaciones, organización de eventos y puntos de difusión de información. Es necesario integrar y explotar de manera coherente el conjunto de las actividades de comunicación. **Todas las partes interesadas deben informar de manera coherente sobre la acción europea.**

Implicar a los ciudadanos

Con el fin de que los ciudadanos participen en el debate europeo, es preciso **actuar**, en primer lugar, **a nivel local**.

La Comisión fomenta la **ciudadanía europea activa**, ayudando a los Estados miembros que lo deseen a hablar de Europa en los centros escolares, a través de diversas medidas.

El acceso de la sociedad civil a la Comisión mejorará gracias a la designación de un punto de contacto específico en cada uno de sus servicios. Que se extrapola en el caso de la política de cohesión a las autoridades de gestión de los fondos estructurales

Crear una esfera pública europea

Con el fin de suscitar un debate que atraviese las fronteras nacionales, es necesario **implicar en el proceso a los actores políticos**. Los partidos políticos nacionales y europeos y los representantes elegidos en general son actores privilegiados para lanzar un debate.

Conviene también implicar aún más a **los medios de comunicación y los servicios de información**. La Comisión desea garantizar una cobertura más amplia de los asuntos europeos en las cadenas audiovisuales existentes y fomentará la creación de redes europeas de organismos de radio y televisión.

La Comisión ayudará la sociedad civil, a las ONG, al sector privado y al sector público a crear una red de sitios Internet que permita abordar las cuestiones europeas.

Por último, la creación de una esfera pública europea requiere que se escuche y **se comprenda a la opinión pública europea**. Para ello, la Comisión quiere reforzar el Eurobarómetro gracias a un mayor recurso a herramientas de encuesta cualitativas e

innovadoras y a sondeos que tengan por objeto los efectos de la comunicación. El servicio Europe Direct puede también facilitar información sobre los principales temas de preocupación de los ciudadanos. Por último, las consultas permiten conocer la opinión pública europea sobre las principales propuestas legislativas. Las representaciones de la Comisión participarán en las campañas destinadas a animar al público a participar en estas consultas.

Reforzar el enfoque de asociación

La comunicación no debe ser «un asunto de Bruselas». Por ello, la Comisión quiere **colaborar con los Estados miembros**, reforzando las asociaciones de gestión con aquellos que lo deseen. Estas asociaciones de gestión se basan en planes de comunicación comunes. Una cooperación de esta naturaleza permitirá adaptar la comunicación a las circunstancias locales y a los temas de interés nacional.

La Comisión desea también desarrollar una **colaboración más estrecha con las instituciones europeas**. Propone, en particular, reforzar el papel del Grupo de Trabajo Interinstitucional de Información. Este grupo se encarga de formular orientaciones relativas a las prioridades de la UE en materia de comunicación y acordar la estrategia de comunicación de la Unión.

Dado que la Comisión no puede mejorar la comunicación por sí sola, propone al Parlamento y al Consejo la celebración de un **acuerdo interinstitucional sobre comunicación**, con el propósito de consensuar las principales prioridades de comunicación de la UE, explotar mejor los recursos utilizados por cada institución y animar a los Estados miembros a cooperar en esta materia. Dicho acuerdo facilitará la aprobación de un plan de trabajo anual común que fijará prioridades comunitarias en materia de comunicación. No se trata de difundir el mismo mensaje, sino de informar sobre los mismos temas de manera coordinada.

Análisis de Coherencia externa

En este apartado se pasa a analizar la correlación existente entre los objetivos marcados por el Plan de Comunicación del Programa Operativo de Asistencia Técnica y Cooperación Transnacional e Interregional y la comunicación de la Comisión. A continuación se recogen los objetivos del Plan de Comunicación y los extraídos de la Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones, de 3 de octubre de 2007, «Comunicar sobre Europa en asociación».

Tabla 5. *Objetivos estratégicos del PCPOAT*

Destinatario	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS
Público en general	OE1. Dar visibilidad a los Programas Operativos del FSE y a la actuación de la UE.
Organismos Intermedios Beneficiarios Personal propio de la UAFSE	OE2. Velar por la transparencia en la gestión del FSE
Público en general	OE3. Difundir el trabajo transnacional del PO y sensibilizar a todos los agentes entorno al objetivo de cooperación transnacional

e interregional.

Tabla 6. *Objetivos estratégicos de la Comunicación de la Comisión*

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS
OE1. Conseguir una comunicación coherente informando sobre la acción europea. Todas las partes interesadas deben informar de manera coherente sobre la acción europea.
OE2. Implicar a los ciudadanos
OE3. Crear esfera pública europea
OE4. Reforzar el enfoque de asociación

Tabla 7. *Coherencia externa de los objetivos del PCPOAT*

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DEL PCPOAT	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DE LA COMUNICACIÓN					
	OE1	OE2	OE3	OE4	Nº Obj atendidos	% sobre total
OE1					4	100%
OE2					0	0%
OE3					4	100%

Tal y como muestra el análisis de coherencia externa, el objetivo OE1 del Plan de Comunicación del Programa Operativo de Asistencia Técnica referente a dar visibilidad a los Programas Operativos del FSE y a la actuación de la UE, cubre los cuatro objetivos de la comunicación de la Comisión.

Se entiende que dotar de visibilidad a los POs del FSE y a la actuación de la UE, implica comunicar sobre la acción europea, en este caso, a través de los Fondos Sociales Europeos. También conlleva el implicar a los ciudadanos, entendiendo esta implicación como el conocimiento que estos desarrollen sobre las acciones que lleva a cabo la UE.

Así mismo, el OE1 tiene una capacidad de influencia grande sobre la creación de una esfera pública europea. Esta influencia también es grande sobre el objetivo OE4 de la comunicación de la Comisión referente a reforzar el enfoque de asociación. Ya que se entiende que de forma global, un conocimiento mayor de los POs del FSE y por tanto, otorga una mayor visibilidad a la UE y a sus acciones en el territorio nacional, y por lo tanto una imagen de pertenencia, de asociación. Un razonamiento semejante puede seguirse para la capacidad de influencia sobre el OE2 del comunicado de la Comisión que anteriormente se mencionaba.

Para el objetivo OE3 ocurre algo similar al OE1. Y su capacidad de influencia sobre el resto de objetivos se podría razonar de forma equivalente. Esto se debe a que el OE3 al igual que el OE1, buscan la visibilidad de los POs así como la sensibilización en el OE3

Con respecto a los objetivo OE2, se concluye que no tiene capacidad de influencia sobre los objetivos estratégicos de la comunicación de la Comisión.

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

4.1. Avances en la ejecución de las medidas

El avance en términos de ejecución de las medidas se efectuará fundamentalmente a raíz de la información relativa a indicadores de seguimiento de las medidas de información y publicidad. Dichos indicadores se clasifican de acuerdo a dos tipos: de realización y de resultados, en función de si quieren medir la ejecución física a corto plazo o bien su repercusión en función del público objetivo.

Las actividades de información y publicidad se desglosan en siete tipos diferentes:

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

En el marco de los Planes de Comunicación de los Programas Operativos existen medidas de información, encaminadas a dar cuenta de sus responsabilidades en esta materia a los Organismos Intermedios y medidas de publicidad, encaminadas a dar difusión de los POs de los resultados y realizar balances de actuación, así como captar participantes y dar a conocer las actuaciones de los POs al público en general.

A continuación se recogen ejemplos de medidas de cada uno de los tipos:

- Medidas de información:
 - Jornadas.
 - Reuniones.
 - Foros con participantes de los diferentes POs.
- Medidas de publicidad:
 - Anuncios.
 - Páginas web.
 - Material divulgativo: carteles, folletos, merchandising.

En lo que respecta a los indicadores de comunicación, el Plan de Comunicación del PO Plurirregional de Asistencia Técnica del FSE, establece unos valores-objetivo a alcanzar en 2013 por los indicadores de realización y resultados definidos. Estos valores debieron ser

reprogramados al alza a la vista del volumen de actuaciones realizadas al comienzo del periodo. Así, se elevaron las previsiones en los indicadores 5 y 6. La programación de estos indicadores había sido muy conservadora a la vista de que, una vez puesto en marcha el Plan de Comunicación, sólo en la mitad del período se había cubierto y sobrepasado, en algunos casos ampliamente, lo previsto para todo el período de programación.

En el caso del indicador 5, ha habido una producción importante de artículos promocionales ya sean acompañando a otras actividades realizadas por la UAFSE, o bien utilizadas directamente como productos de difusión entre organismos y ciudadanía.

En el caso del indicador 6, documentación interna distribuida, se constata que el esfuerzo de informar a los Organismos Intermedios implicados en la aplicación de la programación del FSE, ha sido mucho más importante incluso de lo que se había previsto. De este modo, las perspectivas para el resto del periodo quedan ajustadas de un modo coherente.

Tabla 8. Informe Global de indicadores del Plan de Comunicación hasta 31/10/2013

Tipo Actividad	Indicador realización	Reprogramado	Ejecución	%	Indicador resultado	Reprogramado	Ejecución	%	Montante estimado
1	Nº actividades y actos públicos	47	72	153,19%	Nº de asistentes	6.800	4.147	60,99%	141.153,40
2	Nº de acciones de difusión	110	32	29,09%					63.238,00
3	Nº de publicaciones externas realizadas	18	30	166,67%	% public. distrib./edit.	95%	100%		597.621,17
					Nº puntos de distribución	7	7	100%	
4	Nº de páginas Web	1	1	100,00%	Nº de Visitas	90.000	102.079	113,42%	275.144,00
5	Nº de soportes publicitarios	35	44	125,71%					177.044,20
6	Nº de docum interna distrib.	38	49	128,95%	% de organismos cubiertos	100%	100%		0
7	Nº de redes de información y publicidad	2	2	100,00%	Nº reuniones	47	42	89,36%	158.257,81
					Nº asistentes	52	52	100,00%	
Datos Ejecución por realización de indicadores desde el 01/01/2007 hasta el 31/10/2013									

Fuente: UAFSE

De la lectura de los datos de ejecución por realización de indicadores desde el 01/01/2007 hasta el 31/10/2013 se concluyen los siguientes aspectos, por tipo de indicador:

1. Actividades y actos públicos: Se han realizado 72 acciones de este tipo lo que supone un 153,19% del total de acciones programadas para el periodo. El número total de asistentes ha sido de 4.147 personas, un 60,99% de la cifra programada. Entre las actividades y actos públicos cargados en la segunda etapa de la programación de fondos, se encuentran: la organización de eventos de difusión anual en el que participan los organismos de todos los PO's españoles, el acto de izamiento de la bandera de la Unión Europea en conmemoración del Día de Europa, la

Participación en el Grupo Español de Responsables de Información y Publicidad y en la Red INIO, la organización de jornadas informativas, la organización de jornadas técnicas de formación a nuevos Estados miembros, etc.

2. Difusión en medios de comunicación: Este tipo de indicador recoge las distintas acciones de difusión realizadas en los medios ya sea de forma individual o formando parte de una campaña publicitaria con motivo de dar a conocer el Programa Operativo, alguna de sus actuaciones concretas, o la política regional europea, entre la ciudadanía. En concreto, figuran en este indicador, anuncios y notas de prensa, como por ejemplo, los anuncios sobre el I Foro FSE publicado en diferentes periódicos y revistas y las notas de prensa sobre la constitución de diferentes redes, organización de encuentros, etc. El número total de acciones asciende a 32, lo que supone un 29,09% del total programado para este tipo.
3. Publicaciones realizadas: Se recogen todo tipo de publicaciones editadas (en soporte papel o electrónico: libros, folletos, dípticos, guías, revistas, CD, DVD, vídeos...) dirigidos a la ciudadanía con la finalidad de dar a conocer el Programa Operativo o alguna de sus actuaciones concretas, así como aquellas relacionadas con la política regional europea. Entre las acciones cargadas por la UAFSE figuran la Guía de Seguimiento y Evaluación de la comunicación para el período 2007-2013, el Vídeo FSE 50 aniversario, un tríptico sobre el FSE y el año europeo de Igualdad de oportunidades, un USB con información sobre los PO (reglamentos, web, direcciones de interés) además de la edición de publicaciones de carácter divulgativo. En este indicador se ha alcanzado un 166,67% de la cifra programada, se han empleado 7 puntos de distribución y se ha distribuido el 100% del material elaborado.
4. Información a través de páginas web: La UAFSE ha cubierto la programación de este indicador con su página web (<http://www.empleo.gob.es/uafse/>).



En esta página web, la UAFSE pone a disposición del visitante toda la información referente al FSE, los Programas Operativos y sus planes de comunicación. Dicha página ha recibido un total de 102.079 visitas (un 113,42% respecto a lo previsto).

5. Información a través de cualquier tipo de cartelería: Recoge los distintos soportes (pósters, carteles, placas, expositores, stands y/o vallas, merchandising) utilizados con fines publicitarios, con la finalidad de dar a conocer el Programa Operativo o alguna de sus actuaciones concretas entre la ciudadanía y es uno de los indicadores que han sido reprogramados al alza. A 31 de octubre de 2013, la UAFSE ha cubierto el

125,71% de las acciones reprogramadas para este indicador. Dentro de los soportes publicitarios elaborados por la Autoridad de Gestión se encuentran carteles del sobre el semestre de la Presidencia Española de la Unión, póster "EL FSE JUNTOS 50 AÑOS" y diferente merchandising del FSE.

6. Instrucciones emitidas hacia los participantes en los POs: En este indicador se incluyen las guías, manuales o instrucciones elaboradas para su distribución interna. Se han cargado 49 documentos, lo que supone un 128,95% de la cifra programada y con los que han logrado cubrir al 100% de los organismos. Algunos de los documentos elaborados por la UAFSE son las instrucciones de la Autoridad de Gestión del FSE sobre verificaciones de ayudas cofinanciadas, la Guía metodológica para la evaluación estratégica temática de Medio Ambiente, el documento de instrucciones para la elaboración de los informes anuales FSE o el manual de procedimientos de las Autoridades de Gestión y de Certificación del FSE en España en 2007-2013.
7. Redes de Información y Publicidad: En cuanto a las redes de comunicación, hay que mencionar que se ha elevado su número, puesto que en la programación inicial no se había computado la red europea del INIO, de la que emanan directrices en materia de comunicación desde la Comisión a todos los Estados miembros y en la que viene participando de forma muy activa la responsable de comunicación de la Autoridad de Gestión. El número de redes asciende a 2 (INIO y GERIP), habiéndose celebrado 42 de las 47 reuniones programadas con una asistencia del 100% respecto a lo previsto.

Para el análisis de proporcionalidad, se parte de tres datos: el presupuesto programado para el periodo 2007-2013; el presupuesto que han ejecutado hasta el 31/12/2012, el número de acciones de información y publicidad desarrolladas y el coste estimado de las actuaciones de I+P ejecutadas.

Programado PO 2007-2013	Ejecutado PO 2007-2012	%ejecutado/programado 2007-2012	Ejecutado I+P 2007-2012	%ejecutado I*P / ejecutado PO 2007-2012	Total acciones 2007-2012	Nº acciones de indicadores 2 y 5
33.565.453 €	21.799.427	64,95%	1.404.049 €	6,44%	251	145

Se observa que a 31 de diciembre de 2012, la UAFSE ha ejecutado el 64,95% del presupuesto, es decir, 21.799.427 €, de los cuales ha dedicado 1.404.049 €, el 6,44%, a la ejecución de medidas de I+P. El coste medio de las medidas de comunicación asciende a 5.593 €. No obstante, al no constar el Plan de Comunicación de más organismos responsables de la ejecución, no se puede realizar ninguna comparación en términos de proporcionalidad.

4.2. Integración de las actividades de información y publicidad en el informe anual de ejecución

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

Los informes anuales de ejecución han de contener un capítulo dedicado a presentar los avances en la aplicación de su correspondiente Plan de Comunicación, ofreciendo información sobre:

- medidas de información y publicidad emprendidas
- medios de comunicación utilizados
- disposiciones relativas a la publicación, electrónica o por otros medios, de la lista de beneficiarios, operaciones y fondos públicos asignados a las operaciones
- grado de ejecución física y financiera de las medidas del Plan (indicadores de seguimiento)
- contenido de cualquier modificación importante del Plan de Comunicación

de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 4 apartado 2 y en el artículo 7, apartado 2 letra d) en lo relativo a la publicación de la lista de beneficiarios, del Reglamento (CE) nº 1828/2006.

A fecha del presente informe, se han elaborado los informes de ejecución anual relativos a los años 2007, 2008, 2009, 2010, 2011 y 2012 correspondientes al PO Asistencia Técnica y Cooperación Transnacional e Interregional.

El informe de ejecución anual del año 2007 del Programa Operativo de Asistencia Técnica ya incorpora un apartado de información y publicidad en el que se enumeran las acciones realizadas en el año 2007, como el acto de lanzamiento de los POs, la constitución del GERIP, los avances respecto a la elaboración de los planes de comunicación de los POs y el acto de izamiento de la bandera europea con motivo del Día de Europa.

En el Informe de ejecución de 2008, en el apartado de información y publicidad se realiza una descripción de todas las actuaciones de comunicación realizadas por cada uno de los objetivos y líneas de acción establecidas en el Plan de Comunicación. Para concluir, se expone la programación de indicadores acordada para el periodo 2007-2013.

El informe de ejecución del año 2009 vuelve a recoger un apartado de información y publicidad, pero esta vez con una estructura diferente, en primer lugar se expone el informe de indicadores de las acciones realizadas desde el 01/01/2007 hasta el 31/12/2009, para luego pasar a comentar los tipos de actividades cargadas en cada indicadores, aludiendo a acciones concretas de algún organismo.

El apartado de Información y Publicidad concluye con una selección de buenas prácticas identificadas en los Organismos Intermedios

En el informe anual de ejecución 2008 FSE Asistencia Técnica y Cooperación Transnacional e Interregional, al igual que en el informe de 2007, se incorpora un capítulo dedicado a información y publicidad. Este capítulo a su vez se divide en dos apartados. En el primero se resumen las medidas adoptadas en materia de información y publicidad sobre el P.O., con ejemplos de mejores prácticas y poniendo de relieve los acontecimientos importantes. En el segundo apartado se muestran todos los indicadores de resultados y realización.

Cabe resaltar, que en este informe de ejecución se da cuenta de las actividades que en materia de información y publicidad se llevaron a cabo durante los ejercicios 2007 y 2008, dado que el

Plan de Comunicación relativo al PO de Asistencia Técnica y Cooperación Transnacional e Interregional del FSE 2007-2013, no fue declarado “aceptado” por la Comisión hasta el 26 de septiembre de 2008 y que el informe relativo a 2007 no incorporó todo lo realizado en esta materia.

Como queda reflejado en apartados anteriores, el Plan de Comunicación se compone de 29 medidas de información y publicidad, a desarrollar a lo largo del periodo, dirigidas a la ciudadanía en general y a los organismos implicados en la gestión y ejecución del FSE (autoridades de gestión y certificación, Organismos Intermedios y beneficiarios), que pretenden el logro de 3 objetivos, a alcanzar mediante 6 líneas de acción.

Las medidas adoptadas en materia de información y publicidad, por lo tanto, se clasificaron dentro del informe según el objetivo específico y la línea de acción en la que se encuadran.

Encuadradas en el objetivo específico OE1; dar visibilidad a los programas operativos del FSE y a la actuación de la unión europea:

Dentro de la Línea de Acción LA1; Publicitar la programación española del FSE 2007-2013:

- Elección de un lema publicitario.
- Elaboración de un vídeo promocional del FSE.
- Creación y mantenimiento de una página web de la UAFSE para 2007-2013.
- Puesta en marcha de acciones de difusión y sensibilización.
- Edición de publicaciones de carácter divulgativo.
- Mantenimiento de un servicio permanente de atención al ciudadano.
- Organización del *Foro del FSE*.
- Participación en las Redes Sectoriales previstas en el MENR.
- Participación en redes y eventos internacionales.

Dentro de la LA2; Asegurar el cumplimiento de las normas técnicas que la reglamentación comunitaria dicta para todas las medidas de información y publicidad de las intervenciones y garantizar la realización de las 4 medidas dirigidas al público a que obliga la normativa europea.

- Organización de una actividad informativa importante relativa al lanzamiento de los programas operativos del FSE 2007-2013.
- Organización de actividades anuales de difusión de los avances y resultados de los programas operativos del FSE 2007-2013.
- Izamiento de la bandera de la Unión Europea en conmemoración del Día de Europa.
- Publicación de la lista de beneficiarios, operaciones y cuantías.

- Respeto de las características técnicas de las medidas de comunicación establecidas por la reglamentación comunitaria.

Con respecto al OE2; velar por la transparencia en la gestión del FSE:

Encuadrados en la LA3; desarrollar herramientas de gestión propias, a utilizar por el personal de las Autoridades de Gestión y Certificación del FSE, se han desarrollado las siguientes acciones:

- Elaboración de los manuales de procedimientos de la UAFSE.
- Formación del personal de la UAFSE.

Dentro de la LA4; Prestar asesoramiento a los Organismos Intermedios y los beneficiarios de los Programas Operativos del FSE en temas vinculados a la gestión y la publicidad de las intervenciones cofinanciadas, destacan:

- Elaboración de documentación de tipo metodológico.
- Dinamización del Grupo Español de Responsables de Información y Publicidad (GERIP).

Por último, las medidas referentes al OE3; difundir el trabajo transnacional y sensibilizar a todos los agentes en torno al objetivo de cooperación transnacional e interregional:

Encuadradas en la LA5; Difundir el trabajo transnacional del PO:

- Alimentación de contenidos de la página web europea sobre transnacionalidad.
- Organización de jornadas informativas.
- Organización de jornadas técnicas de formación a nuevos Estados miembros.
- Elaboración de una guía sobre transnacionalidad.
- Dinamización de la Red Transnacional de Integración de la Etnia Gitana.
- Dinamización de la Red de Territorios Socialmente Responsables.
- Participación en redes nacionales e internacionales.

Las medidas dentro de la LA6; Sensibilizar a todos los agentes en torno al objetivo de cooperación transnacional e interregional, son:

- Edición de materiales y publicaciones de difusión y sensibilización.

El informe de ejecución del año 2009 vuelve a recoger un apartado de información y publicidad, pero esta vez con una estructura diferente, en primer lugar se expone el informe de indicadores de las acciones realizadas desde el 01/01/2007 hasta el 31/12/2009, para luego pasar a comentar los tipos de actividades cargadas en cada indicador, aludiendo a acciones concretas de algún organismo.

El apartado de Información y Publicidad concluye con una selección de buenas prácticas identificadas.

Por su parte, el informe de ejecución de 2010 tiene una estructura similar al precedente. Incluye un resumen de las actuaciones llevadas a cabo entre el 01/01/2010 al 31/12/2010, así como un informe acumulado de la ejecución en materia de información y publicidad. Establece además la identificación y descripción de algunas buenas prácticas.

Finalmente, los informes de ejecución del PO de 2011 y 2012 también incluyen un capítulo sobre información y publicidad, estado éste centrado en la descripción de las actuaciones ejecutadas en función de los objetivos establecidos en el Plan de Comunicación en relación a los distintos objetivos.

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

El sistema de seguimiento de las medidas de los Planes de Comunicación estará orientado a cumplir con lo establecido en el artículo 4 del Reglamento (CE) nº 1828/2006, garantizando que se dispone de la información necesaria para atender a los requerimientos de la normativa comunitaria.

- La responsabilidad de trasladar a los Organismos Intermedios las obligaciones que adquieren, en general, al gestionar ayudas del FSE, es asumida por la Autoridad de Gestión, que durante la primera mitad del periodo ha utilizado múltiples canales para ello.

Por un lado, ha elaborado diversas guías para la gestión del FSE en general y de las actuaciones en materia de información y publicidad en particular. Por otro lado, ha organizado reuniones con los Organismos Intermedios tanto de gestión, como de seguimiento, control, evaluación e información y publicidad.

- Respecto a este último aspecto, la información y publicidad, a lo largo del desarrollo de este período de programación, se han creado diversas **redes de comunicación** para los gestores de los Fondos Europeos; el Grupo Español de Responsables en materia de Información y Publicidad (GERIP) y el Grupo de Responsables de Comunicación de la Administración General del Estado (GRECO-AGE) y se ha participado en la Red INIO.

En concreto, la UAFSE ha impulsado la creación del **GERIP**, red de comunicación integrada por las personas responsables en esta materia representantes de las autoridades de gestión del FSE y del FEDER y de las Comunidades Autónomas y Organismo Intermedios del los POs que incide no sólo en la organización y puesta en marcha de los distintos Planes de Comunicación, sino también en todas las actividades de seguimiento y evaluación de los mismos.

Igualmente, la UAFSE, participa como representante español en la red **INIO**, Red de Corresponsales de Información del FSE de la DG de Empleo y Asuntos Sociales de la Comisión, donde se orientan y debaten asuntos relacionados con las acciones de

comunicación de los Estados miembros. Existe en su seno un intercambio de ideas y se comparten experiencias que han demostrado ser eficaces en su aplicación o diseño.

Asimismo, se comprueba la convocatoria de reuniones informativas por parte de la UAFSE, a las que asisten los Organismos Intermedios de los Programas Operativos del Fondo Social Europeo.

- Además, la UAFSE, como Autoridad de Gestión, cuenta con un **responsable de Información y Publicidad** que participa en las reuniones periódicas realizadas.
- Destaca que, con el objetivo de medir el avance de la ejecución del Plan de Comunicación, la UAFSE ha puesto a disposición de los Organismos Intermedios una **aplicación informática** donde pueden realizar el volcado de los indicadores. Asimismo, se encarga de la gestión de dicha herramienta, controlando los datos que se cargan desde los organismos y tratando las posibles reprogramaciones que sean necesarias en los indicadores de comunicación y procediendo a su envío al comité de seguimiento en su caso.
- La **calidad de los procedimientos** anteriormente mencionados y destinados a favorecer el conocimiento de los procesos de la puesta en marcha y aplicación del Programa Operativo y de su Plan de Comunicación queda demostrada por los resultados obtenidos en cuanto a volumen de acciones de comunicación desarrolladas y al volumen de indicadores volcados en la aplicación por parte de los Organismos Intermedios de los Programas Operativos del Fondo Social Europeo.
- El **sistema de seguimiento** de las medidas del Plan de Comunicación sustentado por la celebración de Comités de Seguimiento anuales y la realización de informes anuales de ejecución, cuenta con diversas medidas para evaluar los avances relativos a la aplicación de las medidas de información y publicidad recogidas en el Plan de Comunicación.

En cuanto al avance o grado de ejecución física del Plan, éste se evalúa por medio de los indicadores de seguimiento volcados por los Organismos Intermedios en la aplicación presentada por la UAFSE el 7 de marzo de 2010 y que ya se comentó anteriormente.

Por último, en cuanto a las obligaciones generales que se deben asumir con carácter general, la Autoridad de Gestión, ha elaborado la lista de beneficiarios del FSE, de conformidad con el artículo 7, apartado 2, letra d del Reglamento 1828/2006 de la Comisión, de 8 de diciembre de 2006.

Dicha lista de beneficiarios se está publicando de un modo centralizado en la página Web de la Autoridad de Gestión, la Unidad Administradora del Fondo Social Europeo (<http://www.empleo.gob.es/uafse/>) a medida que la información está disponible en la aplicación FSE2007.

5. VERIFICACIÓN DE LA INCLUSIÓN DE LA INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD EN LAS ACTUACIONES DE VERIFICACIÓN Y CONTROL DEL FONDO SOCIAL EUROPEO

Según el artículo 60, a) del Reglamento (CE) 1083/2006, la Autoridad de Gestión deberá “comprobar que se ha llevado a cabo la entrega de los bienes o la prestación de los servicios objeto de cofinanciación, que se ha efectuado realmente el gasto declarado por los beneficiarios en relación con las operaciones, y que éste cumple las normas comunitarias y nacionales aplicables en la materia”. El artículo 13 del Reglamento (CE) 1828/2006 lo completa indicando que se realizarán verificaciones administrativas de todas las solicitudes de reembolso de beneficiarios y verificaciones sobre el terreno de operaciones concretas.

Las actuaciones de verificación y control quedan reflejadas, por lo general, en una lista de control que recoge los aspectos clave de la función de control de las intervenciones. Dicha lista de control incluye información sobre los aspectos relacionados con la justificación de la realidad de las actuaciones efectuadas. Entre los aspectos a revisar en el proceso de verificación y control están los aspectos de información y publicidad.

Con carácter previo a la certificación de los gastos asociados a actuaciones a cofinanciar en el marco del Programa Operativo, la Autoridad de Gestión verifica, en relación con un conjunto de gastos seleccionados aleatoriamente de entre los incluidos en la certificación de que se trate, entre otros aspectos, el cumplimiento de los requisitos de aplicación en materia de información y publicidad, reflejando los resultados obtenidos en una lista de comprobación que es enviada a la Autoridad de Certificación junto con la propia certificación de gastos.

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

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

La incorporación de la perspectiva de género debe establecerse en las diferentes fases del ciclo de gestión de las formas de intervención cofinanciadas por los Fondos Estructurales.

1. **En el diagnóstico y la programación:** para ello, es necesario realizar un análisis de contexto y una evaluación previa que permita analizar las posibles diferencias que pueda tener el impacto de las acciones programadas sobre las mujeres y sobre los hombres.
2. **En la gestión y el seguimiento de las actuaciones** es especialmente relevante el compromiso de las Autoridades de Gestión para fomentar e impulsar la transversalidad de género en la gestión de las ayudas a través de distintas actividades (sensibilización de los agentes, información, formación, creación de grupos temáticos de igualdad de oportunidades, etc.).
3. **En el proceso de justificación y certificación** debe atenderse a la incorporación de la perspectiva de género en la gestión de las ayudas (utilización de lenguaje no sexista, incorporación de medidas específicas para las mujeres, etc.).
4. **En el seguimiento estratégico y la evaluación** se requiere analizar si se han aplicado medidas específicas para modificar los diferenciales de género que hayan sido identificados en la situación de contexto. En relación con esto, es clave observar el tipo de medidas positivas aplicadas, tales como cuotas de participación, subvenciones específicas, formación específica para mujeres.

En resumen, la consideración de las distintas fases del ciclo de vida de las intervenciones permite definir aspectos susceptibles de asesoramiento en materia de incorporación de la perspectiva de género.

En el ámbito concreto del **Plan de Comunicación del Programa Operativo de Asistencia Técnica y Cooperación Transnacional e Interregional**, en el **diseño** del mismo se estableció como una de las funciones, dentro del objetivo estratégico dirigido a *dar visibilidad a los Programas Operativos del FSE y a la actuación de la Unión Europea*, la de desarrollar medidas de carácter universal que den a conocer su existencia, su ejecución y sus resultados, poniendo especial énfasis en dar visibilidad a la aplicación de los principios transversales del FSE, entre los que se encuentra el de igualdad de oportunidades.

En la **redacción** del Plan de Comunicación se han identificado casos concretos de utilización del lenguaje de género, sustituyendo sustantivos y artículos masculinos, por palabras neutras, o detallando ambos géneros. A modo de ejemplo, se han encontrado las expresiones “agentes implicados” o “personas expertas”, en lugar de “implicados”, o “expertos”.

Así pues, se han identificado distintos elementos que suponen la consideración del principio horizontal de igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres en el diseño del Plan de Comunicación del Programa Operativo de Asistencia Técnica y Cooperación Transnacional e Interregional y para su implementación.

Adicionalmente, la **Red de Políticas de Igualdad entre Mujeres y Hombres**, integrada con carácter permanente por los órganos responsables de las políticas de igualdad de género y administración y gestión de los Fondos Estructurales y el Fondo de Cohesión, contempla entre sus funciones la de promover que a través de los Planes de Comunicación se dé una mayor visibilidad de las actuaciones de fomento de la igualdad de género y, en su caso, si se considera oportuno, de las propias actuaciones de la Red. De esta forma, se garantiza un seguimiento de la integración del principio de igualdad de oportunidades en materia de información y publicidad.

Por otro lado, cabe destacar que entre los criterios considerados para la selección de las **buenas prácticas** en materia de información y publicidad incluidas en este informe, se encuentra el relativo a la “Incorporación de criterios de Igualdad de oportunidades”. En este sentido, las dos buenas prácticas seleccionadas cumplen con dicho criterio.

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

La Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER y FSE plantea dos tipos de indicadores de impacto:

1. Respecto a las actuaciones de los distintos colectivos implicados en la aplicación de los Fondos de cada Programa Operativo. En este sentido, se plantean tres indicadores de impacto:
 - Indicador 1.1: Grado de conocimiento de las obligaciones existentes en la programación, gestión, seguimiento, control, evaluación e información y publicidad.
 - Indicador 1.2: Tasa de satisfacción, que indique la valoración de los beneficiarios / Organismos Intermedios y/o gestores o partícipes respecto a la información facilitada.
 - Indicador 1.3: Tasa de utilidad de las actuaciones.
2. Respecto al conocimiento que la ciudadanía tiene de los fondos procedentes de la Unión Europea y del papel que ésta juega en la mejora de su calidad de vida se añaden dos indicadores de impacto:
 - Indicador 2.1: Grado de conocimiento de los Fondos Estructurales.
 - Indicador 2.2: Grado de conocimiento del papel desempeñado por la Unión Europea.

La información necesaria para completar este apartado ha sido extraída principalmente de las entrevistas mantenidas con los Organismos Intermedios para la primera tipología de indicadores, y para la segunda, de los resultados de las encuestas a la ciudadanía que fueron realizadas en las diferentes Comunidades y Ciudades Autónomas españolas con motivo de la evaluación de los Planes de Comunicación de sus Programas Operativos regionales.

El grado de conocimiento que los Organismos Intermedios tienen de sus obligaciones en materia de información y publicidad ha sido determinado a través de las respuestas al cuestionario prediseñado que facilitaron durante las entrevistas mantenidas con ellos.

Por otro lado, el grado de conocimiento que tiene la población en general sobre los fondos de la UE ha sido estudiado a través de sus respuestas a las encuestas que les fueron realizadas.

Tanto el cuestionario para las entrevistas como el cuestionario para las encuestas a la ciudadanía fueron diseñados según la Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los POs del FEDER y Fondo de Cohesión y FSE 2007 – 2013. (Anexos III y VI, respectivamente).

Para la estimación de los indicadores de tipo 1 se tienen en cuenta, las respuestas a las preguntas 2, 6, 7, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 17, 18, 19 y 21 del cuestionario a Organismos Intermedios. Por otra parte, los indicadores de tipo 2 referentes al grado de conocimiento de la población se han obtenido a través de las respuestas obtenidas a las preguntas 1, 2, 3, 4, 5 y 6 de la encuesta a la ciudadanía.

Las respuestas de los organismos entrevistados se han ponderado de tal forma que se han puntuado las respuestas del 0 al 2, representando un 2 una respuesta afirmativa rotunda, un 1 una respuesta afirmativa matizada y un 0 una respuesta negativa.

El cálculo del grado de conocimiento se ha realizado dividiendo la suma del valor de todas las respuestas a las preguntas consideradas (valoradas del 0 al 2) entre la suma de todas las respuestas de los organismos en caso de haber sido ponderadas con la puntuación máxima, es decir, un 2.

Por otra parte, los resultados de las encuestas a la ciudadanía corresponden al cálculo del promedio de las tasas de respuesta afirmativa obtenidas en las 6 Comunidades Autónomas españolas que han facilitado información alineada con el cuestionario de encuesta contenido en el anexo 5 del *Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER, Fondo de Cohesión y FSE 2007-2013*.

Se observa que el grado de conocimiento que tienen los Organismos Intermedios sobre sus obligaciones en materia de información y publicidad es alto. En este sentido, durante el transcurso de las entrevistas se pudo comprobar que los Organismos Intermedios son conscientes de sus responsabilidades en materia de gestión, seguimiento, control, evaluación e información y publicidad así como de las exigencias técnicas.

A lo largo de este período de programación, se han creado diversas redes de comunicación para los gestores de los Fondos Europeos, el Grupo Español de Responsables en materia de Información y Publicidad (GERIP) y el Grupo de Responsables de Comunicación de la Administración General del Estado (GRECO-AGE) con el fin de trasladar las instrucciones de gestión y ejecución referentes a seguimiento, control, evaluación e información y publicidad.

Las reuniones organizadas por las mencionadas redes fueron valoradas por los Organismos Intermedios del POLCD durante el transcurso de las entrevistas a través de 5 afirmaciones a las que debían responder puntuando del 1 al 4 en función de grado de acuerdo, significando una puntuación de 1, mínimo acuerdo, y el 4, máximo acuerdo.

Estas 5 afirmaciones se incluían en las preguntas en el cuestionario recogido en el Anexo III de la *Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los PO del FEDER y fondo de Cohesión y FSE 2007 – 2013*.

Se observa que las valoraciones por parte de los Organismos Intermedios de las jornadas o sesiones formativas en relación con los requisitos de comunicación en el nuevo periodo de programación y las reuniones, jornadas y/o cursos donde se le haya informado acerca de los siguientes procedimientos relacionados con los Fondos Europeos, es media. Se obtienen niveles semejantes tanto en la tasa de utilidad como en la de satisfacción.

Indicador de impacto	Valor
Grado de conocimiento de las obligaciones ¹	87%
Tasa de utilidad de las actuaciones	2,87
Tasa de satisfacción	2,83

¹Unidad de medida: porcentaje

En cuanto al **impacto de las acciones de información y publicidad llevadas a cabo sobre el conjunto de la población**, los resultados de las encuestas realizadas en las 6 Comunidades que han facilitado información indican que existe un grado elevado de conocimiento de la contribución europea a través de sus Fondos Estructurales.

De hecho, el promedio de las tasas de respuesta afirmativa obtenidas en las distintas regiones españolas en relación con la pregunta efectuada a las personas encuestadas sobre si conocen que su región recibe fondos de la UE para contribuir a su progreso económico y social es del 76,83%.

Este resultado indica una elevada percepción por parte del conjunto de la población española en relación con la contribución de la UE a la mejora de su calidad de vida.

Por otro lado, el conocimiento por parte de la ciudadanía sobre el Fondo Social Europeo es notorio. En este sentido, el promedio de las tasas de respuesta afirmativa obtenidas en las distintas regiones en relación con la pregunta efectuada a las personas encuestadas sobre si han oído hablar de dicho fondo estructural asciende al 70,75%,

En resumen, teniendo en cuenta los resultados anteriores, se han calculado los siguientes indicadores de impacto relativos al **Grado de conocimiento del Fondo Social Europeo y al Grado de conocimiento del papel desempeñado por la UE** en el conjunto de las regiones españolas:

Indicador de impacto	Valor
Grado de conocimiento del Fondo Social Europeo	70,75% (*)
Grado de conocimiento del papel desempeñado por la UE	76,83% (*)

* Promedio de los valores obtenidos para el indicador en las distintas regiones españolas.

En relación con las consultas realizadas a la ciudadanía sobre si tienen conocimiento de la cofinanciación comunitaria a través del FSE de determinados tipos de actuaciones, el análisis del promedio de las tasas de respuesta afirmativa obtenidas en las distintas regiones pone de manifiesto que dicho conocimiento es mayor en el caso de las actuaciones relacionadas con la formación y el empleo (46,51%), seguidas de las ayudas a las empresas (40,44%) y de las actuaciones de lucha contra la exclusión social (33,77%).

En consecuencia, puede afirmarse que el mayor **impacto de las distintas actividades de información y publicidad** llevadas a cabo en el ámbito del FSE se ha producido en relación con las actuaciones asociadas a la formación y el empleo.

Por otro lado, el análisis indica un menor conocimiento por parte de la ciudadanía española de la aportación del FSE a las actuaciones destinadas a disminuir las desigualdades sociales entre hombres y mujeres y a las dirigidas a investigación, desarrollo, innovación y sociedad de

la información, situándose en estos casos el promedio señalado anteriormente en el 20,38% y el 27,94% respectivamente.

En cuanto a los **medios a través de los cuales los cuales las personas encuestadas han recibido información sobre la Unión Europea y sus Fondos Estructurales** los datos obtenidos apuntan que los medios de comunicación tradicionales constituyen el principal canal de información en esta materia para la mayoría de las personas consultadas. En este sentido, el promedio de las tasas de respuesta positiva obtenidas en las distintas regiones españolas en relación con la pregunta sobre la tipología de medios a través de los cuales los encuestados han recibido información sobre la UE y sus Fondos Estructurales asciende hasta el 66,36% para el caso de la televisión, prensa y radio, seguidos a bastante distancia de las placas en los centros de formación (43,08%), de la información percibida a través de terceras personas (41,56%) y de la cartelería (29,93%).

Observando los datos anteriores resulta destacable el poder de la comunicación interpersonal (información obtenida a través de terceras personas) como canal para acceder a la información relacionada con la Unión Europea y sus Fondos Estructurales.

Atendiendo a los resultados de las encuestas realizadas, los medios cuyo efecto difusor ha sido inferior son los cursos de formación (14,60%) y los folletos (18,70%).

En lo referente a la **percepción de los ciudadanos sobre la contribución de los Fondos Europeos al desarrollo económico y social**, priman entre las personas encuestadas en el conjunto de regiones españolas las percepciones positivas.

El 63,69% de las respuestas obtenidas en las distintas Comunidades españolas en relación con la pregunta efectuada a la ciudadanía sobre su valoración del papel jugado por los Fondos Europeos en su región se corresponde con alguna de las siguientes opciones: “positivo”, “muy beneficioso”, “absolutamente crucial”.

Finalmente, los resultados de las encuestas señalan que la ciudadanía considera mayoritariamente que el **lema escogido para resaltar el valor añadido comunitario** no refleja adecuadamente el papel que juega la Unión Europea a través de sus fondos en el desarrollo económico y social de España y/o en concreto de su región. El promedio de las tasas de respuesta afirmativa alcanzadas en las distintas regiones ante esta consulta se sitúa en el 37,18%.

8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES: PROPUESTA DE MEDIDAS A ADOPTAR

El Plan de Comunicación del Programa Operativo de Asistencia Técnica y Cooperación Transnacional e Interregional del FSE 2007-2013 ha demostrado ser consistente a nivel interno, es decir, se comprueba la coherencia interna entre objetivos específicos y, entre objetivos específicos y las líneas de acción definidas y la coherencia externa entre los objetivos del Plan y los objetivos marcados por la Comisión Europea.

Se concluye que la Autoridad de Gestión, como único responsable del Plan de Comunicación del Programa Operativo de Asistencia Técnica del FSE 2007-2013, está ejecutando medidas de comunicación en todos los indicadores.

También se comprueba el compromiso de la Autoridad de Gestión por la difusión del PO desde el inicio del periodo, habiendo ejecutado acciones de forma constante durante todos los años desde la entrada en vigor de los nuevos Programas Operativos. Además, este compromiso se ve reflejado en el presupuesto destinado a las acciones de I+D, que asciende a un 6,44% del total ejecutado del PO.

Con respecto a la integración de las actividades de información y publicidad en el informe anual de ejecución se comprueba que los informes de ejecución de los años 2007, 2008, 2009, 2010, 2011 y 2012 incorporan un apartado de información y publicidad en el que figuran las medidas de comunicación desarrolladas durante el periodo. Además, se comprueba la mejora continua que está experimentando la ejecución del Plan de Comunicación a lo largo del periodo.

Asimismo, destaca que la UAFSE ha impulsado la creación del GERIP, red de comunicación integrada las personas responsables en esta materia representantes de las autoridades de gestión del FSE y del FEDER y de las Comunidades Autónomas y Organismos Intermedios del los POs que incide no sólo en la organización y puesta en marcha de los distintos Planes de Comunicación, sino también en todas las actividades de seguimiento y evaluación de los mismos. Además, se comprueba que la valoración que realizan los Organismos Intermedios de las reuniones del GERIP son muy positivas

Igualmente, la UAFSE, participa como representante español en la red INIO, Red de Corresponsales de Información del FSE de la DG de Empleo y Asuntos Sociales de la Comisión Europea, donde se orientan y debaten asuntos relacionados con las acciones de comunicación de los Estados miembros. Existe en su seno un intercambio de ideas y se comparten experiencias que han demostrado ser eficaces en su aplicación o diseño.

Por otra parte, se comprueba la convocatoria de reuniones informativas por parte de la UAFSE, a las que asisten los Organismos Intermedios de los Programas Operativos del Fondo Social Europeo.

Respecto al seguimiento del avance de la ejecución del Plan de Comunicación, destaca que la UAFSE ha desarrollado una **aplicación informática** donde se puede realizar el volcado de los indicadores. Asimismo, se encarga de la gestión de dicha herramienta, controlando los datos

que se cargan en ella y tratando las posibles reprogramaciones que sean necesarias en los indicadores de comunicación y procediendo a su envío al comité de seguimiento en su caso.

La única debilidad significativa encontrada durante el proceso de evaluación está relacionada con el volcado de los indicadores, no obstante es creciente el ejercicio realizado para registrar toda la información generada.

Por último, se propone la integración de dicha herramienta en la aplicación informática disponible actualmente para la gestión y seguimiento de las actuaciones cofinanciadas por el FSE (FSE2007), de modo que puedan vincularse de forma directa las actuaciones de comunicación con los ejes y temas prioritarios de los Programas Operativos y el seguimiento de las mismas forme parte del mecanismo habitual de monitorización de las operaciones englobadas en dichos Programas Operativos.

9. DEFINICIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS

Para la identificación de buenas prácticas en materia de información y publicidad en el marco del Programa Operativo Plurirregional de Lucha Contra la Discriminación del FSE 2007-2013, se aplica una metodología de evaluación comparativa (benchmarking social). La aplicación de esta metodología comparativa permite seleccionar de manera válida y fiable las prácticas dotadas de mayor valor demostrativo en materia de información y publicidad en las actuaciones cofinanciadas por el Fondo Social Europeo.

Se presentan a continuación los criterios que van a permitir una aproximación al criterio de “buenas prácticas” en materia de comunicación. Así, toda actuación que responda a alguno/os de estos criterios podrá ser considerada como tal a todos los efectos. No obstante, es más susceptible de ser considerada buena práctica, aquella actuación que abarque un mayor número de criterios:

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

En el caso del Programa Operativo Plurirregional de Asistencia Técnica y Cooperación Transnacional e Interregional del FSE 2007-2013, se identifican las siguientes buenas prácticas:

Constitución de la Red GERIP “Grupo Español de Responsables de Información y Publicidad

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

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

informativo entre los participantes de la red española y las redes europeas de la Comisión, INIO e INFORM.

Se considera que es una “buena práctica”:

Por el **uso de recursos innovadores** en la presentación, organización y/o desarrollo, ya que es la primera vez que se nombran responsables de comunicación, uno para cada uno de los distintos Planes de Comunicación, y que a través de este cauce se diseña una estrategia conjunta de comunicación y se consensúan entre todos los Fondos y Administraciones todos los aspectos de la comunicación. Por la adecuación de los contenidos a los objetivos perseguidos, ya que desde su inicio ha ido aportando soluciones a todos los planteamientos presentados: pautas para la elaboración de los planes de comunicación, respuesta a las observaciones de la Comisión, definición de metodología a seguir para la evaluación, indicaciones para la elaboración de los informes anuales, resolución de dudas y problemas, etc.

Por haber incorporado **criterios de igualdad de oportunidades**, tanto en sus planteamientos de funcionamiento de la red, como de representatividad y posibilidades futuras.

Por la **adecuación con el objetivo general** de difusión de los fondos, puesto que los fundamentos de las reuniones que se llevan a cabo siempre son la discusión, los planteamientos y el consenso sobre aspectos relacionados con la difusión de los Fondos.

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

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

Por el **uso de nuevas tecnologías de la información**, todas las actas de las reuniones y los documentos repartidos se cuelgan en la página web de la Autoridad de Gestión.

Elaboración en la red GERIP de la “Guía General de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los Programas Operativos FEDER, Fondo de Cohesión y FSE 2007-1013”

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

evaluaciones exigibles por la reglamentación comunitaria, que tendrán lugar en los años 2010 y 2013.

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

Se considera que es una buena práctica,

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

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

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

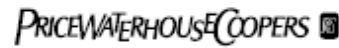
Por la **adecuación con el objetivo general de difusión de los fondos**: La posibilidad de elaborar informes sobre el seguimiento de las actuaciones facilita la difusión que de las actuaciones cofinanciadas por los fondos pueden realizar los organismos que utilizan y aplican la metodología en ella descrita.

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

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

Por el **uso de nuevas tecnologías de la información** al haberse colgado en la web de la Autoridad de Gestión, que ha creado un apartado específico en la misma para Comunicación, sino también en la de los Organismos Intermedios responsables de los Planes de Comunicación regionales, para la necesaria puesta en marcha de los contenidos de la misma.

ANEXO I: CUESTIONARIO AL ORGANISMO INTERMEDIO



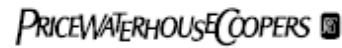
GUIÓN DE ENTREVISTA

EVALUACIÓN DE LAS MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD DE LAS INTERVENCIONES FEDER Y FSE EN EL CONTEXTO DEL MENR 2007-2013

ORGANIZACIÓN Y FUNCIONAMIENTO

1. ¿Se ha designado una persona responsable de información y publicidad? Ha informado acerca de las responsabilidades que los beneficiarios adquieren en materia de información y publicidad?
2. ¿Ha participado en la elaboración del Plan de Comunicación de los POs de FSE? Tiene un plan propio en materia de comunicación? ¿Qué recursos humanos y materiales?
3. ¿Ha puesto a disposición de quienes estén interesados sus datos de contacto para solicitar cualquier tipo de información referida a los POs?.
4. Ha informado acerca de las responsabilidades que los beneficiarios adquieren en materia de gestión, seguimiento, control, evaluación e información y publicidad?
5. ¿Ha proporcionado información sobre la normativa, los procedimientos de gestión y sus actualizaciones?
6. ¿Ha distribuido instrucciones específicas y/o un manual de requisitos de comunicación entre los órganos gestores de las operaciones?
7. ¿Lleva a cabo un seguimiento de los avances del Plan de Comunicación, plasmándolo en los informes anuales de ejecución que se remiten al Comité de Seguimiento?
8. ¿Las listas de control de verificación y control de las intervenciones incluyen aspectos relacionados con la información y publicidad de los Fondos Estructurales?

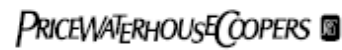
Guión de entrevista para organismos intermedios



9. ¿Ha advertido de algún modo a los beneficiarios de que formará parte de un listado público en caso de acceder a una ayuda comunitaria? Cómo lo hacen? Cada cuánto tiempo actualizan? Cómo lo cuelgan? ¿Ha realizado la publicación electrónica de la lista de beneficiarios?
10. ¿Ha aplicado correctamente las exigencias técnicas para las medidas de Información y publicidad recogidas en los Reglamentos?
11. ¿Ha participado en alguna red de comunicación relacionada con los Fondos Europeos o en algún otro mecanismo de coordinación con otros organismos Intermedios del FSE?

EJECUCIÓN/ACTIVIDADES

12. Ha realizado alguna actividad de lanzamiento de los P.O. de FSE?
13. ¿Qué actividades están llevando a cabo? Ha realizado actividades anuales que presenten los logros y avances de los POs de FEDER y/o FSE?
14. ¿Con motivo del Día de Europa está prevista alguna actividad? ¿Ha llevado a cabo el izamiento anual de la bandera de la U.E. en la semana del 9 mayo?
15. ¿Ha publicado material divulgativo sobre los POs?
16. ¿Ha informado a través de Página Web del contenido de los POs? Y específicamente de las actuaciones de I+D?
17. ¿Realiza una recopilación gráfica de las actuaciones informativas y publicitarias llevadas a cabo?
18. ¿Cumplimenta Indicadores de comunicación (realización y/o resultado) como consecuencia de su participación en el PO? Indique cuales.
19. ¿Cómo está recopilando los indicadores? En qué formato?



20. ¿Ha utilizado el lema acordado en el Plan de Comunicación en el material de comunicación que haya puesto en práctica?
21. ¿Ha organizado alguna Jornada, curso seminario para dar a conocer la gestión de los POs del FEDER y/o FSE y de sus resultados?
22. ¿Contribuye a la difusión de buenas prácticas de los proyectos recogidos en el/los POs para los que se ha elaborado el Plan de Comunicación?
23. ¿Contribuye a la difusión de buenas prácticas de los proyectos recogidos en el/los POs para los que ha elaborado el Plan de Comunicación?

LIMITACIONES Y DEBILIDADES

24. ¿Cuales cree que son las principales debilidades a las que se han enfrentado en la gestión/coordinación de las actuaciones de información y publicidad?
25. ¿A qué limitaciones se han enfrentado durante este periodo 2007-2009?
26. Detecta cambios con respecto al periodo anterior?