



XUNTA DE GALICIA
CONSELLERÍA DE FACENDA



FONDO SOCIAL EUROPEO
"O FSE inviste no teu futuro"

UNIÓN EUROPEA

Evaluación del Plan de Comunicación del PO FSE de Galicia 2007- 2013

Abril de 2011

Índice

1.	METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN.....	1
1.1.	Diseño técnico de la evaluación	2
1.2.	Métodos y técnicas utilizadas	4
1.3.	Valoración general de la metodología propuesta	6
2.	ANÁLISIS DE LA PROGRAMACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN.....	7
2.1.	Evaluación de la pertinencia de la estrategia de Comunicación	7
2.2.	Análisis de la validez y consistencia interna del Plan de Comunicación	14
2.3.	Adecuación de la dotación de los medios económicos, humanos y técnicos asignados a las tareas de comunicación del FSE	17
2.4.	Consideración del Principio de Igualdad de Oportunidades en la Estrategia de Comunicación.....	18
3.	ANÁLISIS DE LA APLICACIÓN DE LAS MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD	20
3.1.	Avances en la ejecución de las medidas	20
3.2.	Integración de las actividades de información y publicidad en los Informes Anuales de Ejecución	31
3.3.	La repercusión de los sistemas de seguimiento en la calidad de la ejecución de las medidas.....	33
4.	VERIFICACIÓN DE LA INCLUSIÓN DE LA INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD EN LAS ACTUACIONES DE VERIFICACIÓN Y CONTROL DE LOS FONDOS.....	40
5.	INCORPORACIÓN DEL PRINCIPIO DE IGUALDAD DE OPORTUNIDADES EN LAS MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD.....	43
6.	ANÁLISIS DEL IMPACTO: LOGROS Y DESAFÍOS DE LAS ACTIVIDADES EN MATERIA DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD	47
7.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES: PROPUESTAS DE MEDIDAS A ADOPTAR	56
8.	BUENAS PRÁCTICAS	60

1. METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN

Las intervenciones de los Fondos Estructurales deben llevar aparejadas, de acuerdo con los requisitos reglamentarios, medidas de publicidad que, en aras de la transparencia, permitan informar a los beneficiarios y beneficiarios potenciales de las posibilidades que ofrecen los Fondos y a la opinión pública del papel que desempeña la Unión Europea en este ámbito, partiendo, como se señala en el Reglamento (CE) Nº 1828/2006 de la Comisión de 8 de diciembre de 2006 por el que se fijan normas de desarrollo para el *Reglamento (CE) Nº 1083/2006 del Consejo de 11 de julio de 2006 por el que se establecen las disposiciones generales relativas al Fondo Europeo de Desarrollo Regional, al Fondo Social Europeo y al Fondo de Cohesión*, de la insuficiente información que tienen los ciudadanos en relación con el “*papel que desempeña la Comunidad en los programas de financiación destinados a la competitividad económica, crear puestos de trabajo y fortalecer la cohesión interna*”.

Dando continuidad a un debate que se había iniciado en los círculos de la Unión Europea en los referendos previos a la entrada en vigor del Tratado de Maastricht en 1992, se ha planteado la necesidad de disminuir este déficit informativo, subrayando la importancia del trabajo de comunicación. Dicho trabajo debe realizarse no sólo desde las instituciones comunitarias, sino también desde los poderes públicos nacionales, regionales y locales, tomando como referente los principios comunes de la Política Europea de Comunicación: integración, diversidad y participación.

A resultas de ello, las tareas de información y comunicación se han constituido en un factor determinante para el éxito de los Programas, quedando plenamente integrado en la programación, ejecución y seguimiento y evaluación de los mismos.

Así, en el período de programación 2007-2013, las medidas de información y publicidad de operaciones cofinanciadas han cobrado una importancia creciente. Dicha importancia queda reflejada en la normativa europea que establece las bases en materia de información y publicidad de los Programas Operativos. En concreto, el artículo 69 del *Reglamento (CE) Nº 1083/2006 del Consejo de 11 de julio de 2006 por el que se establecen las disposiciones generales relativas al Fondo Europeo de Desarrollo Regional, al Fondo Social Europeo y al Fondo de Cohesión* determina que la Autoridad de Gestión de los Programas Operativos, junto con el Estado miembro, será la responsable de dar a conocer las operaciones y los programas objeto de cofinanciación y facilitará información al respecto.

Asimismo, la sección primera del Capítulo II del *Reglamento (CE) Nº 1083/2006 del Consejo de 11 de julio de 2006 por el que se establecen las disposiciones generales relativas al Fondo Europeo de Desarrollo Regional, al Fondo Social Europeo y al Fondo de Cohesión* 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 particular, por primera vez, la obligatoriedad de elaborar un Plan de Comunicación por parte de la Autoridad de Gestión de los PO, así como su aplicación, seguimiento y evaluación.

En este contexto, la Xunta de Galicia a través de la Dirección Xeral de Planificación e Fondos (Consellería de Facenda), en colaboración con la Unidad Administradora del Fondo Social Europeo (UAFSE), ha elaborado el **Plan de Comunicación del Programa Operativo FSE Galicia 2007-2013**, aprobado por la Comisión Europea el 28 de julio de 2008.

Dicho Plan se configura como el principal instrumento para dar respuesta a los objetivos generales de los requisitos de información y publicidad derivados de la normativa comunitaria, abordando dos funciones elementales:

- + La definición explícita de las medidas en materia de comunicación previstas con la intención de dar una mayor notoriedad y transparencia a los proyectos cofinanciados por el FSE y, de forma general, a la actuación de la UE en la región. En concreto, el Plan ha estructurado la estrategia de información y publicidad a través de un conjunto de medidas destacando la importancia de su implementación, pero también la necesidad de abordar las tareas de seguimiento y evaluación de las mismas.
- + La identificación de las responsabilidades y funciones de las diferentes partes implicadas en la gestión de dichas operaciones. En este sentido, incide en el papel representado por la Autoridad de Gestión del PO, pero también del Organismo Intermedio y los beneficiarios.

En respuesta a los requerimientos reglamentarios en este sentido (Reglamento (CE) Nº 1828/2006 de la Comisión de 8 de diciembre de 2006 por el que se fijan normas de desarrollo para el *Reglamento (CE) Nº 1083/2006 del Consejo de 11 de julio de 2006 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 a las disposiciones de la Autoridad de Gestión, uno de los elementos fundamentales de la estrategia de comunicación del PO FSE Galicia 2007-2013, lo constituye el seguimiento y la evaluación. Esta tendrá por objeto valorar el grado de consecución de los objetivos del mismo, esto es, medir la eficacia de las medidas de comunicación emprendidas.

Por lo tanto, su realización se justifica por la necesidad de comprobar si la aplicación del Plan está logrando aumentar la visibilidad de los Fondos Estructurales, del PO y del papel desempeñado por la UE, así como la transparencia de la ayuda procedente de los Fondos.

Desde una perspectiva metodológica, el presente informe ha tomado como punto de referencia las Fichas metodológicas orientativas para la evaluación de las actuaciones de información y publicidad en el nuevo periodo de programación 2007-2013 de la Comisión Europea, así como 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 Dirección General de Fondos Comunitarios del Ministerio de Economía y Hacienda, con la colaboración de la Unidad Administradora del FSE del Ministerio de Trabajo e Inmigración, en el seno del Grupo Español de Responsables de Información y Publicidad (GERIP).

1.1. DISEÑO TÉCNICO DE LA EVALUACIÓN

El diseño técnico de la evaluación de los Planes de Comunicación ha corrido a cargo de las Autoridades de Gestión de las intervenciones estructurales en España, tomando como

referencia para ello las orientaciones aportadas por la Comisión Europea, las cuales se han 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 nuevo periodo 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, el alcance, contenido y objetivos de la presente evaluación se ajusta a lo determinado por la **Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER, Fondo de Cohesión y FSE 2007-2013**, elaborada por la Dirección General de Fondos Comunitarios del Ministerio de Economía y Hacienda, con la colaboración de la Unidad Administradora del FSE del Ministerio de Trabajo e Inmigración, en el seno del *Grupo Español de Responsables de Información y Publicidad* (GERIP) y del *Grupo de Responsables de Comunicación de los Organismos de la Administración General de Estado* (GRECO-AGE).

Dicha 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 de los Programas Operativos 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 1828/2006 de la Comisión, de 8 de diciembre de 2006, por el que se fijan normas de desarrollo para el Reglamento (CE) Nº 1083/2006 del Consejo, por el que se establecen las disposiciones generales relativas al Fondo Europeo de Desarrollo Regional, al Fondo Social Europeo y al Fondo de Cohesión*).

Su diseño se ha organizado en dos grandes fases:

- + Elaboración de los indicadores de seguimiento y evaluación para que éstos se incluyesen y cuantificasen en los Planes de Comunicación, que debían ser declarados aceptados por la Comisión Europea.
- + 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.

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

El **horizonte temporal** que abarca la presente evaluación comprende las medidas y actuaciones ejecutadas entre el 1 de enero de 2007 y el 31 de marzo de 2010.

1.2. MÉTODOS Y TÉCNICAS UTILIZADAS

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 o Estrategia. 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 al ámbito de actuación de los Planes de Comunicación (la evaluación no está vinculada al Programa Operativo y/o Fondo).
- + **Tipología:** los indicadores se dividen en *indicadores de realización*, para conocer el número y tipo de actuaciones de información y publicidad que se han llevado a la práctica; e *indicadores de resultado*, para evaluar los efectos directos y en el corto plazo de las actuaciones de información y publicidad contenidas en los Planes.
- + **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.

Además de estos indicadores de realización y resultados, para la evaluación se han diseñado unos indicadores de impacto, que permitan 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. Así, a través de estos indicadores, se pretende 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 Programa Operativo 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.

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.

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

ENTREVISTAS. Se han llevado a cabo entrevistas, tanto directas, como realizadas a través de encuestas. Estas entrevistas han sido una herramienta importante para la obtención de información cuantitativa y han permitido cruzar dicha información con la obtenida de los indicadores de evaluación, analizando con mayor profundidad los efectos directos e indirectos de las medidas de información y publicidad puestas en marcha.

Atendiendo a criterios de equilibrio en cuanto a representatividad y calidad, se ha entrevistado a la Autoridad de Gestión, al Organismo Intermedio regional y a otros organismos en su calidad de beneficiarios y/o gestores de los fondos, con la finalidad de obtener información, no sólo cuantitativa, sino también cualitativa 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.

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

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, aprovechando para ello las distintas redes montadas al efecto.

En concreto, se han celebrado dos mesas redondas: 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.

1.3. VALORACIÓN GENERAL DE LA METODOLOGÍA PROPUESTA

La metodología de la evaluación descrita supone una respuesta completa a los requerimientos reglamentarios 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.

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 de propiciar la obtención de un valor añadido que mejore el funcionamiento de los Planes de Comunicación en los próximos años.

A este respecto, puede concluirse, por un lado, la adecuación de la propuesta 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 PO respecto a su eficacia e impacto.

2. ANÁLISIS DE LA PROGRAMACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

Con el reto de utilizar los instrumentos de la política de cohesión para converger económicamente con España y Europa y hacer de Galicia una región más competitiva en 2013, los PO de Fondos Estructurales plantean como objetivo global avanzar en la convergencia en términos de crecimiento y empleo, gracias al fomento de una economía basada en el conocimiento.

En este contexto y de acuerdo con los requisitos normativos recogidos en el *Reglamento (CE) Nº 1083/2006 del Consejo de 11 de julio de 2006 por el que se establecen las disposiciones generales relativas al Fondo Europeo de Desarrollo Regional, al Fondo Social Europeo y al Fondo de Cohesión*, los Estados miembros y la autoridad de gestión del Programa Operativo deben dar a conocer las operaciones y los programas objeto de cofinanciación y facilitarán información al respecto, con la finalidad de destacar el papel desempeñado por la Comunidad y garantizar la transparencia de la ayuda procedente de los Fondos.

Informar de los logros alcanzados para la consecución de dichos objetivos exige diseñar un esquema de actuación orientado a garantizar la publicidad de la intervención, la transparencia de su ejecución y la información puntual de los avances producidos en la misma. Para ello, se ha diseñado un Plan de Comunicación específico para el PO FSE Galicia 2007-2013, que contiene la estrategia general, las actividades de comunicación a llevar a cabo en este período de programación en el ámbito esta intervención y los dispositivos de aplicación del Plan.

También hay que señalar que se ha tenido muy presente el **principio de proporcionalidad** en el sentido de que el número de actuaciones recogidas en el Plan guarda una estrecha relación con el montante de Fondos Europeos percibidos por la región. Dicho principio se evidencia, igualmente, por la cantidad de actuaciones que cada organismo que interviene en el PO debe realizar en materia de comunicación, que está muy vinculada con su participación dentro del mismo.

Además, este principio de proporcionalidad ha guiado los análisis efectuados en la presente evaluación, puesto que el mismo se ha tenido en cuenta tanto para la valoración de la estrategia, como de la ejecución y los resultados e impactos producidos por las diferentes medidas llevadas a cabo en el marco del Plan de Comunicación.

Por todo ello, la aplicación del principio de proporcionalidad se valora positivamente en este Plan.

2.1. EVALUACIÓN DE LA PERTINENCIA DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

El Plan de Comunicación del PO FSE de Galicia parte de una premisa esencial, que es su vocación continuista. No en vano, las acciones de información y publicidad realizadas durante el período 2000-2006 han aportado una experiencia adecuada sobre la que se sustenta el desarrollo de la nueva estrategia de comunicación 2007-2013.

Durante el período de programación 2000-2006 la Política Regional Europea reconoció el perfeccionamiento de los mecanismos de información y publicidad que afectaban al uso de los Fondos Estructurales como uno de sus retos. Dicho reto suponía, de acuerdo con el mandato de la Comisión Europea asumido por la Xunta de Galicia, que *“la utilización eficiente de los recursos comunitarios no debía limitarse a una buena gestión financiera, sino que era preciso, además, dar a conocer a los destinatarios cuál es la fuente de financiación de la que proceden los recursos movilizados”*.

Sobre la base de esta experiencia, la estrategia recogida en el Plan de Comunicación del PO FSE Galicia 2007-2013 se estructura en un árbol de objetivos, que diferencia dos niveles básicos, los objetivos finales y los objetivos intermedios o específicos, los cuales se apoyan sobre la base de las medidas estructuradas para su consecución.

Por lo que se refiere a los **objetivos finales**, todas las acciones que contempla el Plan de Comunicación se estructuran en torno a la consecución de dos fines:

- + Dotar de **transparencia** el desarrollo del Programa Operativo en todas sus fases, lo que implica destacar las oportunidades que supone el FSE para el conjunto de la población y las que, en general, ofrece la Política de Cohesión de la UE.
- + Dar **notoriedad** a los resultados derivados de tales acciones, es decir, demostrar 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 siguiente nivel en el árbol de **objetivos** nos lleva a aquéllos que tienen un **carácter más específico**, los objetivos intermedios. Éstos permiten dirigir mejor la estrategia diseñada hacia los grupos destinatarios, al introducir un vínculo directo que enlaza el enfoque estratégico del Plan, definido por los objetivos finales, con el operativo, determinado, básicamente, por las acciones previstas por el Plan y los destinatarios del mismo.

- + Consolidar la imagen de la UE y de su labor a favor del desarrollo regional en Galicia, presentando a todos los interesados el PO FSE Galicia 2007-2013 y sus prioridades.
- + Informar sobre la forma en que se utilizan los recursos del FSE, promoviendo, así, la actividad responsable realizada por la UE en Galicia.
- + Impulsar la participación de los beneficiarios y destinatarios en el desarrollo y consecución de los objetivos del Programa.
- + Mejorar el conocimiento de los logros conseguidos en Galicia gracias al FSE a través de la mejora de la adaptabilidad, empleabilidad y del capital humano.

Si bien el Plan de Comunicación no establece una vinculación directa entre objetivos finales e intermedios, ésta puede deducirse en los siguientes términos: los objetivos intermedios 1 y 4 se relacionan de forma directa con la búsqueda de una notoriedad de los resultados, en tanto los objetivos intermedios 2 y 3 se vinculan con la transparencia en el desarrollo del PO, por lo que se puede concluir que existe una notable correlación entre los diferentes objetivos.

El **análisis de la pertinencia** se fundamenta en dos aspectos: el grado de cumplimiento de las obligaciones reglamentarias establecidas respecto al diseño y contenido del mismo y el grado de atención a las recomendaciones de las redes INFORM e INIO para la adecuada planificación, gestión y ejecución de las acciones de información y publicidad

Así, el alcance del Plan de Comunicación del PO FSE Galicia 2007-2013, responde al determinado por el artículo 2 del Reglamento (CE) Nº 1828/2006 de la Comisión, de 8 de diciembre de 2006, por el que se fijan normas de desarrollo para el Reglamento (CE) Nº 1083/2006 del Consejo, por el que se establecen las disposiciones generales relativas al Fondo Europeo de Desarrollo Regional, al Fondo Social Europeo y al Fondo de Cohesión, considerando los objetivos y los grupos destinatarios, la estrategia y contenido de las medidas de información y comunicación, el presupuesto indicativo para la aplicación del Plan, los servicios administrativos u organismos responsables de la aplicación de las medidas de información y publicidad y una indicación sobre los detalles para realizar el seguimiento y evaluación del Plan.

Además, recoge contenidos adicionales que han permitido una mejora en la calidad de la programación de la comunicación llevada a cabo en aspectos tales como:

- ✦ **Mejora de la consistencia de la estrategia:** El análisis de la situación de partida del capítulo 2 ha constituido un factor determinante en el diseño de la estrategia de información y publicidad del PO FSE Galicia 2007-2013, en la medida en que ha permitido identificar los principales valores añadidos que ha representado la experiencia previa y que representan el punto de partida del nuevo período de programación.

Así, se han preservado aquellos componentes de la estrategia del período anterior que han proporcionado unos buenos resultados, complementándola, al mismo tiempo, con actividades adicionales que han enriquecido la estrategia actual para hacer frente a los principales retos identificados por el Plan.

En consecuencia, la solidez de la estrategia obedece a los resultados y lecciones aprendidas.

- ✦ **Mejora de la eficacia comunicativa:** El apartado 3.4. recoge una presentación de las herramientas que se emplearán a lo largo del período de vigencia del Programa, con un carácter orientativo. En dicha presentación se distingue aquellas que se consideran más adecuadas para la publicidad y promoción de proyectos y aquellas otras que resultan más apropiadas para poner en valor la contribución comunitaria, y de forma particular del FSE, al desarrollo socio-económico de Galicia.

Con esto se facilita seleccionar, en cada caso, el instrumento que mejor se ajusta en función de la naturaleza del mensaje que se quiere transmitir o de las características de los destinatarios a los que se pretende llegar.

- ✦ **Mejora de los resultados de la aplicación de las medidas gracias a una adecuada calendarización:** El apartado 3.6 del Plan organiza la ejecución de las medidas que prevé a lo largo de todas las anualidades del período 2007-2013. Esta organización por etapas favorece el sistema de información continua y ordenada en el tiempo y contribuye al éxito del PO, ya que focaliza las acciones de información sobre aquellos grupos destinatarios en el momento preciso que la necesitan.

Así, las acciones de información y publicidad se desarrollan en tres etapas: la etapa inicial de lanzamiento y puesta en marcha, la etapa de desarrollo y la etapa de cierre de la programación. El propio Plan enmarca cada una de las medidas previstas en las diferentes etapas, lo que facilita el seguimiento de las mismas a lo largo del desarrollo del PO.

Esta organización por etapas favorece el establecimiento de un sistema de información continua y ordenada en el tiempo, en el que la información y publicidad se relaciona con las diversas fases del PO.

✦ **Mejora de la coordinación y de la gestión integral del Plan:** El apartado 3.7 del Plan, relativo a los “Organismos responsables en materia de información y publicidad”, expone el papel a desempeñar por el *Grupo Español de Responsables en materia de Información y Publicidad (GERIP)* integrado por la persona responsable en esta materia representante de la Autoridad de Gestión del FEDER y del FSE y de cada una de las Comunidades Autónomas, entre ellas Galicia. La creación desde el principio de este grupo permitió coordinar la programación de los Planes de Comunicación y constituye un instrumento fundamental para mejorar todas las fases de su gestión (puesta en marcha, ejecución, seguimiento y evaluación).

✦ **Mejora en los procedimientos de seguimiento y evaluación** vinculada con la cuantificación de los objetivos perseguidos a través de los indicadores de realización y resultado que recoge el anexo (capítulo 6).

Tal y como recoge la *Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER, Fondo de Cohesión y FSE 2007-2013*, los indicadores de seguimiento y evaluación constituyen un elemento fundamental para la evaluación del desarrollo y los resultados alcanzados por el PO. De esta manera, el Plan de comunicación recoge los indicadores de seguimiento y evaluación elaborados y cuantificados de acuerdo con la línea de trabajo mantenida por el GERIP.

Desde la óptica de **las recomendaciones que las redes INFORM e INIO**, la pertinencia del Plan puede considerarse, asimismo, significativa, de acuerdo con los siguientes argumentos:

ORIENTACIONES RELATIVAS A LA PROGRAMACIÓN DE LA COMUNICACIÓN

La etapa inicial de programación o planificación del presente Plan de Comunicación se ha caracterizado por el impulso otorgado al principio de **descentralización y de cooperación**, dando cabida a la participación de los diversos organismos involucrados. En este sentido, los retos actuales sobre la mejora de la información y publicidad de los Fondos Estructurales han sido abordados en el seno del GERIP, lo que ha permitido dar una respuesta conjunta y eficaz, evitando una excesiva dispersión, tanto de los objetivos, como de las acciones y mensajes a trasladar a los diferentes destinatarios de la estrategia.

En consecuencia, se ha articulado una estrategia sobre unas bases comunes, que ha favorecido la generación de sinergias mediante el apoyo recíproco entre mensajes, pero, al mismo tiempo, suficientemente flexible para adecuar la misma a las características específicas de cada intervención en su respectivo Plan de Comunicación. Así, como ya se ha señalado, el Plan de Comunicación del PO FSE Galicia 2007-2013 refleja, con las especificidades propias derivadas de las actuaciones que aparecen en los correspondientes Programas y de la aplicación del principio de proporcionalidad, la estrategia de comunicación definida, de forma conjunta, por la Autoridad de Gestión y todos los Organismos Intermedios responsables de los distintos Planes de Comunicación Regionales representados en el GERIP.

Esta cooperación se ha basado, pues, en la experiencia de que mejorar las comunicaciones en el ámbito de la Política de Cohesión implica considerar múltiples dimensiones (informar sobre sus

objetivos, su funcionamiento, sus resultados, etc.), que deben abordarse a través de la participación de diferentes organizaciones cuyos perfiles y competencias se complementan y refuerzan mutuamente.

De acuerdo con todo ello, la valoración de la pertinencia del Plan respecto a las recomendaciones de las redes INFORM e INIO, a tener en cuenta en la fase de preparación de los Planes, puede considerarse **muy positiva**.

- + La **estrategia de comunicación** se ha definido de forma clara y precisa a través de un árbol de objetivos. Dicho planteamiento se estructura en dos niveles de objetivos, tal y como ha quedado patente: objetivos finales e intermedios y representa un planteamiento integral que trata de dar respuesta a las necesidades observadas en materia de información y publicidad. La base sobre la que se sustenta la consecución de tales objetivos son las medidas programadas.
- + Estas **medidas de información y publicidad** están adecuadamente articuladas por objetivos y destinatarios. Asimismo, se ha establecido una estructuración temporal de las mismas, lo que facilita el seguimiento temporal de los objetivos.
- + Por lo que se refiere a la **identificación de los grupos objetivo**, se ha dado respuesta a los requisitos normativos (Capítulo II, Sección 1 del Reglamento (CE) Nº 1828/2006 de la Comisión de 8 de diciembre de 2006 por el que se fijan normas de desarrollo para el *Reglamento (CE) Nº 1083/2006 del Consejo de 11 de julio de 2006 por el que se establecen las disposiciones generales relativas al Fondo Europeo de Desarrollo Regional, al Fondo Social Europeo y al Fondo de Cohesión*) diferenciando las necesidades y medidas adoptadas para los colectivos de beneficiarios potenciales, beneficiarios y público en general.
- + La **estimación del presupuesto** puede considerarse suficiente. El capítulo 3.5 del Plan de comunicación especifica el importe global indicativo previsto para las actuaciones de información y publicidad en el ámbito del PO FSE Galicia 2007-2013.
- + Asimismo, la **delimitación de las responsabilidades** en materia de información y publicidad puede considerarse positiva, en la medida en que éstas quedan recogidas en el apartado 3.7 del Plan de Comunicación.
- + Se ha creado un **sistema de seguimiento** apropiado para dar cumplimiento con lo establecido al respecto en el artículo 4 del Reglamento (CE) Nº 1828/2006 de la Comisión de 8 de diciembre de 2006 por el que se fijan normas de desarrollo para el *Reglamento (CE) Nº 1083/2006 del Consejo de 11 de julio de 2006 por el que se establecen las disposiciones generales relativas al Fondo Europeo de Desarrollo Regional, al Fondo Social Europeo y al Fondo de Cohesión*, garantizando que se dispone en todo momento de la información necesaria para atender los requerimientos de la normativa comunitaria. También se contempla un **proceso de evaluación** dirigido a valorar el grado de consecución de los objetivos del Plan, a partir del análisis de la eficacia y el impacto de las medidas de comunicación emprendidas. En este contexto, la cuantificación de los indicadores (de seguimiento y evaluación) consensuados en el seno del GERIP constituyen una pieza básica del sistema tanto en las tareas de seguimiento como en las de evaluación.

LAS ORIENTACIONES RELATIVAS A LA GESTIÓN OPERATIVA Y APLICACIÓN DE LOS PLANES

Las recomendaciones de las redes INFORM e INIO para una eficiente gestión operativa y aplicación de los Planes de Comunicación han estado dirigidas a mejorar la **capacidad organizativa** de los agentes encargados de desarrollar las acciones de información y publicidad, con el fin de *favorecer una ejecución eficaz y la calidad en el buen funcionamiento de los Planes*.

En este sentido, el Plan presenta, igualmente, un **elevado grado de pertinencia**, debido, sobre todo, al importante papel de coordinación que está realizando, desde el primer momento, el **Grupo Español de Responsables de Información y Publicidad (GERIP)** para la mejora de la gestión de la comunicación.

Desde la perspectiva de los procedimientos, la Xunta de Galicia ha reforzado este compromiso con una información óptima de los Fondos con el diseño **Guía de Publicidad e información de las intervenciones cofinanciadas por los Fondos Estructurales 2007-2013 en Galicia** (disponible en la página Web de la Consellería de Facenda, http://www.conselleriadefacenda.es/export/sites/default/Economia/Biblioteca/Documentos/Area_Planificacion_Economica/Guia_publicada_fondos0713g.pdf).

Los objetivos de esta Guía son facilitar el cumplimiento de las obligaciones de información y publicidad comunitarias establecidas en el *Reglamento (CE) Nº 1083/2006 del Consejo de 11 de julio de 2006 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 se deroga el Reglamento (CE) Nº 1260/1999*, en el *Reglamento (CE) Nº 1828/2006 de la Comisión, de 8 de diciembre de 2006, por el que se fijan normas de desarrollo para el Reglamento (CE) Nº 1083/2006 del Consejo, 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 en el *Reglamento (CE) Nº 846/2009 de la Comisión de 1 de septiembre de 2009 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*, así como transmitir a los potenciales beneficiarios y público en general como se hace visible la participación de la Unión Europea en Galicia.

Asimismo, se han publicado Órdenes y circulares con las correspondientes instrucciones de cara al cumplimiento normativo de los requisitos de publicidad:

- + La Orden de la Consellería de Facenda, de 21 de diciembre de 2009 por la que se regulan las normas para la ejecución, seguimiento y control de los Programas Operativos FEDER de Galicia 2007-2013 y FSE de Galicia 2007-2013, en su capítulo VII, recoge las obligaciones de información y publicidad, con especial referencia a la publicación de las listas de beneficiarios que resulta novedosa en este período de programación.
- + La circular 1/2010 da Dirección Xeral de Planificación e Fondos da Consellería de Facenda sobre instrucciones para la gestión de los regímenes de ayuda, publicada en enero de 2010, hace referencia a las obligaciones en materia de información y publicidad. Como anexo figura la lista de verificación, elaborada para el apoyo a los gestores en la comprobación del

cumplimiento de la normativa en los regímenes de ayuda, y en la que se hace referencia expresa al cumplimiento de los requerimientos en materia de publicidad.

También, desde la Dirección Xeral de Planificación e Fondos (Consellería de Facenda) se facilitan, periódicamente, disposiciones o directrices detalladas respecto a los diferentes organismos implicados, al objeto de ayudar a mejorar el conocimiento sobre los mecanismos de gestión relacionados con la información y publicidad de los fondos.

Sin embargo, se observa un aspecto en el que la capacidad de mejora es aún considerable: la existencia de estructuras de publicidad específicas. En este contexto, la consolidación de este tipo de estructuras en los Órganos Gestores permitiría una gestión más eficaz de las actuaciones de información y publicidad.

A ello se une, además, la inexistencia de una red o grupo de coordinación específico a nivel regional 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.

De acuerdo con todo lo anterior, la valoración de la consideración de las diversas recomendaciones de INFORM e INIO a tener en cuenta para una correcta gestión operativa y aplicación del Plan, pone de relieve la excelencia alcanzada por la Dirección Xeral en este terreno.

LAS ORIENTACIONES RELATIVAS AL SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DE LOS PLANES

Desde la perspectiva del seguimiento y evaluación, las recomendaciones realizadas pretenden, por un lado, garantizar la disponibilidad de información permanente sobre el avance en la implementación. Asimismo se trata de garantizar la revisión del Plan de Comunicación y la valoración de la consecución de los objetivos especificados en el mismo para adaptarlo a los cambios que pudieran producirse. Estas orientaciones han sido consideradas, igualmente en el Plan de Comunicación del PO FSE Galicia 2007-2013.

Para valorar la idoneidad de los procedimientos de seguimiento y evaluación, las redes INFORM e INIO plantean una serie de cuestiones relacionadas con varios aspectos.

En relación con **la evaluación de las acciones del período 2000-2006**, tal y como ha quedado patente en el apartado 2.1, se ha realizado un seguimiento de las actuaciones de información y publicidad del POI de Galicia 2000-2006 reportando en los Informes Anuales de Ejecución, así como en el Informe final, una descripción detallada de las mismas. Adicionalmente, en la Evaluación Intermedia del POI, llevada a cabo en 2003, se realizó una evaluación de las actuaciones desarrolladas hasta la fecha. Sin embargo, no ha existido una evaluación específica del Plan de Acciones de Información y Publicidad del Programa Operativo Integrado de Galicia 2000-2006.

La valoración conjunta de todo ello permite catalogar de suficiente la evaluación de las actuaciones del período 2000-2006, aunque no obtiene la valoración máxima.

En el **período de programación 2007-2013**, por su parte, se han desarrollado de forma detallada unos **procedimientos de seguimiento y evaluación** de las actuaciones de comunicación. Así, el contenido del Plan de Comunicación del PO FSE de Galicia 2007-2013, recoge una descripción de

los procedimientos de seguimiento y evaluación (capítulos 4 y 5 del Plan de Comunicación). El contenido de los mismos se ajusta 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*, elaborada por la Dirección General de Fondos Comunitarios del Ministerio de Economía y Hacienda y la Subdirección General de la Unidad Administrativa del Fondo Social Europeo del Ministerio de Trabajo e Inmigración. Así, se establecen los mecanismos oportunos para realizar el seguimiento de los Planes de Comunicación en los Comités de Seguimiento así como en los informes anuales y finales de ejecución de los Programas Operativos.

En este ámbito, se han definido como herramienta fundamental en ambos procedimientos los denominados **indicadores de seguimientos y evaluación**. Dichos indicadores, así como la metodología para su cálculo y cuantificación, comunes para todos los Planes de Comunicación, han sido definidos en el seno del GERIP.

A través de su contabilización se recoge una información completa sobre los actos, medios de comunicación, publicaciones, uso de Web, instrucciones emitidas y cartelería emprendidos y utilizados por los Órganos Gestores, así como por el propio Organismo Intermedio y la Autoridad de Gestión para dar notoriedad y transparencia a la labor de los Fondos Estructurales.

Por otra parte, cobran especial importancia las fórmulas establecidas para la recopilación de esta información que se apoya en las aplicaciones informáticas creadas por la Autoridad de Gestión. Así, la UAFSE como Autoridad de Gestión del PO, ha creado una aplicación informática específica que almacena toda la información necesaria que se precisa para satisfacer las exigencias que requiere un seguimiento óptimo de las acciones de comunicación. Dicha aplicación recoge los diferentes indicadores de realización y resultados de tales acciones, que debe completarse periódicamente.

2.2. ANÁLISIS DE LA VALIDEZ Y CONSISTENCIA INTERNA DEL PLAN DE COMUNICACIÓN

El análisis de coherencia del Plan de Comunicación del PO FEDER Galicia 2007-2013 se centra en valorar dos aspectos básicos: el nivel de **consistencia** del Plan, a través de la valoración de la coherencia existente entre las medidas programadas y los objetivos que, en última instancia, las han inspirado y el nivel de **validez** se evalúa a partir de la respuesta a las necesidades de cada uno de los grupos destinatarios en el marco del Plan que suponen las medidas previstas.

La propia articulación del Plan de Comunicación del PO FSE Galicia 2007-2013, ofrece una aproximación de la lógica de intervención que define de forma clara la vinculación entre el árbol de objetivos y las líneas de actuación previstas. Así, la lógica de intervención del Plan obedece a un diseño cíclico, basada en la secuencia Identificación de las necesidades de los Grupos Destinatarios – *Objetivos Finales* – *Objetivos Intermedios* – *Medidas de Información y Publicidad* (un total de 27) – *Grupos Destinatario*.

La primera parte del análisis realizado en este apartado pretende corroborar que la estrategia del Plan de Comunicación (apartado 2.1) puede desarrollarse correctamente a través de las líneas de actuación en materia de información y publicidad y, de forma más específica, de las

medidas programadas. En definitiva, pretende evaluar la consistencia de la estrategia o la coherencia interna del Plan.

La valoración de la coherencia de la estrategia resulta muy positiva si tenemos en cuenta la nitidez con la que se ha definido la articulación de las medidas de información y publicidad en el marco de los objetivos intermedios. Dicha correlación permite, de forma indirecta, establecer una correspondencia entre las medidas y los objetivos finales.

A ello se une un elemento positivo adicional: el establecimiento de una relación directa entre las medidas programadas y los grupos destinatarios del Plan hacia los que están orientadas, lo que permite, a su vez, relacionar las necesidades específicas de cada uno de los colectivos con los objetivos definidos y, por ende, con las medidas implementadas, permitiendo cerrar el círculo definido en el esquema anterior y dando plena coherencia interna a la estrategia del Plan. No obstante, este análisis se realizará con más detalle en el apartado siguiente.

Así, podemos concluir un elevado grado de coherencia apoyado en dos hechos:

1. Todas las medidas se asocian con un objetivo intermedio y, en consecuencia, con un objetivo final, pero también con un destinatario.

Desde otra perspectiva, la consecución de tales objetivos, perseguida a través de la implementación de un amplio abanico de actuaciones, se apoyan en todos los soportes de comunicación que se disponen, lo que permite aprovechar en cada caso las opciones más adecuadas a las necesidades e impulsar las facetas más eficientes.

2. Por otra parte, no hay ningún objetivo que esté sin atender por, al menos, alguna de las medidas. Partiendo del carácter multinivel de algunas de estas medidas, que afectan a ambos objetivos al mismo tiempo, el análisis permite observar que el 62,96% de las medidas del Plan contribuyen a garantizar la transparencia de la ayuda (Objetivo Final 1), frente al 44,44% que se orienta, principalmente a dar notoriedad al papel desempeñado por la Comunidad en la Gestión de los Fondos Europeos (Objetivo Final 2).

Por lo que se refiere a los objetivos intermedios, la contribución de la estrategia operativa a la consecución de los mismos resulta muy homogénea si tenemos en cuenta que el que concentra un mayor porcentaje de medidas es la aportación de información sobre la forma en que se utilizan los recursos del FSE, promoviendo la actividad responsable de la UE en Galicia (Objetivo Intermedio 2), que aglutina un 29,6% de las mismas, frente al impulso de la participación de los beneficiarios y destinatarios en el desarrollo y consecución de los objetivos del Programa (Objetivo Intermedio 3) y la mejora del conocimiento de los logros conseguidos en Galicia gracias al FSE (Objetivo Intermedio 4), que concentran cada uno de ellos el 22,22% de las medidas.

Desde la perspectiva de la validez de la formulación estratégica del Plan de Comunicación como respuesta a las necesidades de información de los diferentes colectivos-objetivo se pretende valorar la adecuación de las líneas de acción previstas, y por ende, de los objetivos con las demandas de información reconocidas por la población gallega y por los agentes participantes en la gestión del PO FSE Galicia 2007-2013.

La planificación de la comunicación ha tenido muy presente los destinatarios a los que debe llegar el Plan con el fin de maximizar el impacto de la estrategia y de las acciones de información y publicidad, determinando una dimensión operativa adaptada a las necesidades reales de cada

uno de los colectivos identificados en función sus intereses y sensibilidad en tales auditorios, lo que determina, en parte, el tipo de comunicación más pertinente.

En este contexto, la estrategia de comunicación identificada en los apartados anteriores se orienta a tres colectivos de destinatarios claramente identificados en el propio Plan: beneficiarios potenciales, beneficiarios y público en general.

El Plan de Comunicación del PO FSE Galicia 2007-2013 recoge de forma explícita los requerimientos particulares de los diferentes destinatarios, con el objetivo de adecuar las medidas programadas a las mismas, observándose, en todos los casos, una perfecta correspondencia con las necesidades identificadas por la Comisión.

Por otra parte, se deja constancia de las herramientas más pertinentes para dar respuesta a cada una de estas necesidades, así como el enfoque que debe adquirir el mensaje al objeto de resultar lo más eficiente posible.

La **estructura cíclica** identificada anteriormente pone de manifiesto la importancia que en la definición e implementación de la dimensión estratégica y operativa del Plan de Comunicación tienen los **grupos destinatarios de las actuaciones**.

La clasificación de las medidas en función de los grupos de destinatarios a los que se dirigen ha permitido que su contenido se ajuste, de manera adecuada, a sus necesidades de información, lo que facilita una orientación real de los objetivos instrumentados a través de las mismas hacia las necesidades de los colectivos destinatarios. De modo que las demandas de información que pueden tener tanto los beneficiarios de los PO, como sus beneficiarios potenciales y el conjunto de la población, están atendidas apropiadamente por la estrategia de comunicación diseñada en el Plan.

De forma específica, las actuaciones vinculadas a consolidar la imagen de la UE y de su labor a favor del desarrollo regional en Galicia, presentando a todos los interesados el PO FSE y las prioridades que persigue (Objetivo Intermedio 1) y a mejorar el conocimiento de los logros conseguidos en Galicia gracias al FSE como consecuencia del impacto de la mejora de la adaptabilidad, empleabilidad y del capital humano (objetivo 4) dan respuesta a las necesidades del público en general, informando, de forma particular, sobre los beneficios logrados con la ayuda comunitaria y los objetivos iniciales perseguidos por la misma. Este conjunto de medidas representan el 52,8% del total.

Por su parte, los Objetivos Intermedios 2 (informar sobre la forma en que se utilizan los recursos del FSE en la región, promoviendo la actividad responsable realizada por la UE en Galicia) y 3 (impulsar la participación de los beneficiarios y destinatarios en el desarrollo y consecución de los objetivos del Programa) están más orientados a los beneficiarios y beneficiarios potenciales (si bien algunas de las medidas del primero de ellos abarca también al conjunto de la población). Las necesidades que, en este ámbito, consiguen una mayor cobertura por parte de las medidas implementadas son las de conocimiento de las condiciones para acceder a la financiación y de las obligaciones que supone en el caso de los beneficiarios potenciales y conocimiento de los mecanismos de gestión de las operaciones en el caso de los Órganos Gestores o beneficiarios. Así, el 47,2% de las medidas trata de dar respuesta a las necesidades de los beneficiarios potenciales (22,2%) y beneficiarios y Órganos Gestores (25%).

Este resultado parece razonable si se tiene en cuenta que uno de los retos más importantes que el Plan asume es el de aumentar el conocimiento que la población en general tiene sobre el papel de la UE y el papel de los fondos procedentes de Europa, pero también reforzar la experiencia acumulada en el anterior período de programación por parte de los gestores, para consolidar su privilegiada posición ante los requerimientos que exige la nueva normativa comunitaria. Por esta razón, la programación de las acciones de información y publicidad ha potenciado, no sólo la comunicación hacia la ciudadanía gallega, sino también hacia los beneficiarios y potenciales beneficiarios de las ayudas de los fondos en la Comunidad Autónoma.

2.3. ADECUACIÓN DE LA DOTACIÓN DE LOS MEDIOS ECONÓMICOS, HUMANOS Y TÉCNICOS ASIGNADOS A LAS TAREAS DE COMUNICACIÓN DEL FSE

El Plan de Comunicación del PO FEDER Galicia 2007-2013, contempla un presupuesto indicativo de 448.127 euros. Sin embargo, se debe advertir que, a la hora de estimar este montante aproximado, ningún Plan de Comunicación tuvo en cuenta las actuaciones de todos los organismos gestores de fondos que participan en los correspondientes PO. Del mismo modo, tampoco se incluyó la previsión del coste de las actividades de información y publicidad llevadas a cabo con cargo a recursos propios (por tanto, no cofinanciadas). Todo ello, sin duda, refleja las dificultades que ha habido para efectuar este ejercicio de estimación presupuestaria.

No obstante, estas cuestiones han sido objeto de estudio y debate en la red GERIP y, tal y como se puso de manifiesto en los últimos Comités de Seguimiento de 2010, se espera poder alcanzar una solución adecuada en las reuniones de los próximos Comités con ocasión de la presentación de los Informes de Ejecución correspondientes a la anualidad 2010.

En todo caso, las incidencias descritas aconsejan no realizar de momento ninguna valoración del montante reflejado en el Plan hasta que no se haya producido la citada revisión.

Por otro lado, el logro de los resultados esperados de la aplicación de las medidas de información y publicidad depende, igualmente, de la suficiente dotación de medios humanos, técnicos y materiales necesarios para el buen funcionamiento y seguimiento del Plan. En este sentido, la creciente importancia otorgada a los aspectos de publicidad, dentro de la gestión del Programa, ha implicado un incremento de la carga de trabajo motivada por las mayores exigencias a satisfacer.

Este aumento de las obligaciones ha supuesto, por consiguiente, un volumen de trabajo mayor para coordinadores y gestores. Circunstancia que se ha paliado, bien con el recurso a asistencias técnicas externas, bien con la mejora de la formación específica de los equipos involucrados en la gestión de los fondos, tanto en el ámbito de la administración autonómica y local, como en el ámbito de la administración central. Así, más de la mitad de los organismos gestores del PO declaran haber participado en jornadas sobre los requisitos de comunicación (ver capítulo 6).

En todo caso, sobre la base de las impresiones obtenidas en las entrevistas realizadas, un rasgo común a destacar es la elevada cualificación de los responsables de la coordinación de los PO, así como su excelente conocimiento de la intervención. Dicha capacitación es extensible a la

mayoría de los organismos gestores, sin observarse carencias o deficiencias importantes ni en lo que respecta a las tareas de carácter técnico ni a las de carácter administrativo. Sin duda, la formulación de unos procedimientos adecuados está facilitando la aplicación de la estrategia de comunicación.

En todo caso, existe una opinión generalizada respecto a la conveniencia de contar con un equipo más amplio para agilizar la marcha de los trabajos. Algunos de los problemas que han planteado se refieren a la recogida de los datos que nutren los “*Indicadores de Comunicación*”, lo que sugiere que un aspecto mejorable sea la información acerca de los criterios para su cuantificación y transmisión al Organismo Intermedio y, en última instancia, a la aplicación informática.

Esta elevada cualificación, sin embargo, no se replica en el caso de los beneficiarios privados. En este caso, las entrevistas realizadas han puesto de manifiesto un nivel de desconocimiento significativo sobre la existencia del Plan de Comunicación. En lo que se refiere a los requisitos normativos en materia de información y publicidad éstos son conocidos cuando los Órganos Gestores han realizado el esfuerzo de transmitir cuáles son los aspectos específicos que deben cumplir ante la condición de receptores de Fondos Estructurales. En otros casos, los beneficiarios de las ayudas han optado por recurrir a empresas especializadas en la gestión de subvenciones que les permiten garantizar el cumplimiento de todos los requisitos normativos a nivel regional, nacional y comunitario.

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

La elaboración del Plan de Comunicación ha sido el resultado, principalmente, de la asociación de los organismos responsables del desempeño de la Política de Cohesión en la región. En consecuencia, los protagonistas de su formulación han sido la autoridad de Gestión del FSE, representada por la UAFSE, del Ministerio de Trabajo e Inmigración y el Organismo Intermedio regional del PO FSE Galicia 2007-2013, representado por la Dirección Xeral de Planificación e Fondos, Consellería de Facenda de la Xunta de Galicia.

Como responsables de la estrategia de comunicación planteada son los responsables últimos de la consideración del principio horizontal de Igualdad de Oportunidades en todos los ámbitos del desarrollo del PO, y por tanto también en el de la Información y Publicidad.

Esta responsabilidad se ha traducido, en el caso de la estrategia de comunicación, en la consideración en los objetivos del Plan de Comunicación de la Igualdad de Género como principio, pero también en lo que se refiere a los grupos destinatarios y la instrumentación práctica de las medidas programadas.

- + En primer lugar, en virtud de los Objetivos Intermedios 1 (*Consolidar la imagen de la UE y de su labor a favor del desarrollo regional en Galicia, presentando a todos los interesados el PO FSE y las prioridades que persigue*) y 3 del Plan (*Impulsar la participación de los beneficiarios y destinatarios en el desarrollo y consecución de los objetivos del Programa*) todas las personas deben tener información adecuada y transparente sobre el Programa, evitando cualquier tipo de barreras para acceder a ella, en todas las fases de desarrollo del

PO y del propio Plan de Comunicación (como queda patente en la descripción de los objetivos específicos).

- + En segundo lugar, la definición que se hace de los destinatarios del Plan abarca una amplia tipología, de modo que entre los beneficiarios potenciales del mismo también tienen cabida los organismos de promoción de igualdad entre hombres y mujeres. De esta forma, uno de los colectivos fundamentales a los que se pretende llegar toda la información, de forma continua, clara y accesible, sobre el FSE, es aquel interesado en el fomento de la igualdad de oportunidades.
- + Adicionalmente, en lo que se refiere a la definición e implementación de las medidas, el Plan ha tenido especial cuidado en el empleo del lenguaje desde la perspectiva de género. Prueba de ello es que se ha evitado el uso de un lenguaje sexista, usando nombres colectivos, perífrasis, desdoblamientos y uso de barras, así como de formas personales genéricas o formas verbales no personales, entre otras posibilidades.

En resumen y de acuerdo con lo anterior, la valoración sobre el grado de integración de la igualdad de oportunidades en dicha estrategia permite concluir la adecuación en el establecimiento de los objetivos estratégicos del Programa y en la selección de las actuaciones y el avance en la propuesta de actuaciones de información y publicidad.

3. 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 ha tenido en cuenta los principios más amplios relativos a la comunicación institucional de la Xunta.

La consideración de todos estos principios presenta una serie de **ventajas** de cara, no sólo a la ejecución del Plan de Comunicación, sino también a la eficacia e impacto del PO FSE Galicia 2007-2013, ya que, entre otras cuestiones:

- + Minimiza el error de simplificación, al extender la comunicación a todo el proceso de gestión de los Fondos y no sólo al resultado de su aplicación.
- + Afecta a todas las acciones relacionadas con la Política Regional Europea, por lo que constituye un elemento que valoriza el trabajo de la propia Dirección Xeral de Planificación e Fondos.
- + Representa un cauce complementario para la solución de los conflictos, puesto que supone un instrumento adicional útil para la mejora de la gestión.
- + En definitiva, constituye un instrumento para el incremento de la eficiencia en la ejecución de las actuaciones del Programa.

3.1. AVANCES EN LA EJECUCIÓN DE LAS MEDIDAS

En este apartado se examina la ejecución de las medidas de información y publicidad llevadas a cabo en el marco del Plan de Comunicación del PO FSE Galicia 2007-2013 en el ámbito temporal que abarca el 1 de enero de 2007 hasta el 31 de marzo de 2010.

Dicha ejecución se ha traducido en la cuantificación de una serie de indicadores recogidos en la aplicación informática para el seguimiento de estas actividades denominada **“Indicadores de Comunicación”** (http://explotacion.mtin.es/uafse_web/comunica/comunica.jsp). Dichos indicadores recogen la perspectiva de las realizaciones y los resultados.

La importancia que los Indicadores de Comunicación han adquirido en los procedimientos de seguimiento y evaluación en el marco del desarrollo operativo del Plan de Comunicación justifica el análisis del **sistema de indicadores**. Dicho análisis pretende juzgar la calidad del mismo respecto al cumplimiento de los objetivos que pudieran determinar su inclusión en el Plan de Comunicación, de forma que posibiliten la verificación del grado de eficacia de la ejecución y ofrezcan una descripción del Plan con coherencia lógica, desde el nivel más inmediato (los gastos efectivos y las actividades realizadas), hasta el ámbito más amplio (efectos producidos por tales 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, ha contado con 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 definición 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. El proceso de construcción de los mismos se ha caracterizado por la selección de indicadores comunes para todos los Planes, con independencia de si éstos son monofondo (como es el caso) o plurifondo o si se refieren a un PO regional o plurirregional. Ello ha sido posible por el planteamiento de una estrategia de comunicación compartida por todas las Comunidades Autónomas, que ha dado lugar a una tipología bastante homogénea de actuaciones de información y publicidad.

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. Evidentemente, esto se debe traducir en una planificación de recursos económicos e inputs necesarios para su realización. En este punto, y a modo de ejemplo, es conveniente resaltar que los resultados medidos por el número de asistentes a determinados actos o eventos públicos de gran alcance, en los que también se aborde, entre otros asuntos, los relacionados con la Política de Cohesión, requiere para su valoración de la realización de estimaciones.

En lo concerniente a la valoración de la calidad de los Indicadores de Seguimiento, a partir de la apreciación del grado de cumplimiento de los criterios de pertinencia, relevancia, posibilidad de cuantificación y fiabilidad, cabe afirmar que **el nivel cualitativo de los mismos es satisfactorio y adecuado para el seguimiento de las medidas de información y publicidad del Plan.**

Además de realizaciones y resultados, el sistema de indicadores contempla también otros destinados a medir el **impacto del Plan de Comunicación** (capítulo 6). Éstos están orientados a la medición del avance en el cumplimiento de los objetivos de la estrategia de comunicación y su obtención requiere el desarrollo de un trabajo de campo específico, a través de entrevistas a Órganos Gestores y beneficiarios y de encuestas a la ciudadanía. En este sentido, los distintos objetivos finales de información y publicidad están recogidos por alguno de los indicadores de impacto del Plan, alcanzándose un adecuado grado de cobertura. De modo que podemos concluir que **el nivel cualitativo de los mismos es satisfactorio y adecuado para el seguimiento de los objetivos fijados por el Plan.**

De acuerdo con todo ello, **la valoración global del sistema de indicadores, pese a la existencia de algunas deficiencias, es claramente positiva**, constituyendo una herramienta potente para la implementación de los procedimientos de seguimiento y evaluación del Plan de Comunicación.

El **avance en términos financieros** cuenta con una dificultad que impide comparar el gasto incurrido que se recoge en la citada aplicación informática con el previsto inicialmente en el Plan

de Comunicación. Dicho inconveniente se debe a que la estimación de 448.127 euros incluida en el Plan para todo el período 2007-2013 se corresponde con el montante a cofinanciar mediante la Asistencia Técnica del Programa Operativo del FSE de Galicia, mientras que el sistema de seguimiento de las actividades de comunicación considera todos los importes destinados a llevar a cabo este tipo de actuaciones ejecutadas (3.681.907 euros hasta marzo de 2010), con independencia de la fuente de financiación de los mismos, es decir, ya estén o no cofinanciados por los Fondos.

En todo caso, hay que señalar que, actualmente, se está debatiendo, en las redes correspondientes, la metodología de imputación de los costes, fundamentalmente en el caso de actos que tienen un alcance que va más allá de la presentación sólo de actuaciones cofinanciadas. Por eso, el montante estimado en este momento puede estar bastante sobreestimado, lo que aconseja no realizar de momento ninguna revisión del montante reflejado en el Plan, hasta que no se tenga garantizada la homogeneidad en la imputación entre todos los Organismos que participan en todos y cada uno de los Planes de Comunicación.

Por su parte, desde una [perspectiva física](#), la implementación práctica del Plan de Comunicación plantea una organización que racionaliza y clarifica la ejecución del conjunto de actuaciones contenidas en el mismo y que ha permitido una [positiva evolución](#) de su desarrollo, en la medida en que prácticamente todas las actuaciones de información y publicidad previstas ya han sido puestas en marcha. Únicamente hay una medida que aún no se ha iniciado y se prevé su puesta en marcha en el momento en el que se hayan realizado las evaluaciones (medida 25).

De hecho, el 29,6% de las mismas programadas ya han sido finalizadas (coincidiendo con las actuaciones de carácter puntual de las etapas de inicio y, en el algún caso, de ejecución, liderando este esfuerzo la Autoridad de Gestión y el Organismo Intermedio regional), en tanto el 63% se han iniciado y se encuentran, en la actualidad, en marcha.

Ello ha permitido llegar desde el inicio a todos los grupos destinatarios del Plan. En particular, todas las medidas orientadas a los [potenciales beneficiarios y beneficiarios](#) han sido ya iniciadas a 31 de marzo de 2010. De hecho, éstas concentran el 52% de las actuaciones finalizadas o puestas en marcha sobre el total. El objetivo prioritario de las mismas ha sido el de informar y formar a dichos colectivos de las novedades que ha supuesto el nuevo período de programación y la presentación de las posibilidades de cofinanciación aparejadas al mismo.

Por lo que se refiere a las actividades para la [población gallega en su conjunto](#), el estado de situación que se aprecia refleja un ritmo de ejecución adecuado, si bien es el más bajo de todos los grupos si tenemos en cuenta que el 14,2% de las mismas aún no se han iniciado, en tanto sólo el 21,4% pueden darse por finalizadas. Ello obedece a que las medidas previstas enfocadas a la ciudadanía están más asociadas a la implementación de los proyectos, de manera que dependen, en gran parte, del avance de las inversiones cofinanciadas. Así, tal y como ha quedado patente anteriormente, la publicidad relativa a los resultados de las operaciones apoyadas por el FSE se intensificará a medida que las mismas vayan acelerándose hasta ser ejecutadas por completo.

Un aspecto fundamental de la evaluación del Plan de Comunicación es el [estudio detallado de las realizaciones y los resultados logrados hasta el 31 de marzo de 2010](#), así como la estimación

de los que podrán obtenerse al final del período de programación, a partir de la ejecución conseguida hasta la fecha y del esfuerzo pendiente.

En líneas generales, todas las actuaciones descritas previamente han permitido que la ejecución alcanzada por los indicadores de realización y resultados a fecha 31 de marzo de 2010 haya sido satisfactoria. La considerable ejecución observada ha llevado a una revisión al alza en el objetivo previsto en bastantes indicadores, que ya ha quedado recogida en el Informe Anual de Ejecución de 2009 del PO FSE Galicia 2007-2013. En concreto, se han elevado las previsiones en los indicadores 6 y 7, y el indicador de resultado del 1. 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 de programación en el caso del indicador de realización “Número de documentación interna distribuida” la ejecución se encontraba muy próxima a los valores programados para la totalidad del mismo, en tanto para los indicadores de resultado (número de asistentes a las actividades o actos públicos y número de reuniones y número de asistentes a las redes de información y publicidad) éstos valores incluso se habían superado.

Respecto al número de redes de comunicación, el incremento de su valor programado se debe a que en la programación inicial no se habían computado la red europea de INIO, de las que emanan directrices en materia de comunicación desde la Comisión a todos los Estados miembros y en la que vienen participando de forma muy activa las personas responsables de comunicación de las Autoridades de Gestión y de los Organismos Intermedios regionales que pertenecen a la red GERIP.

Todo ello constata que el esfuerzo de informar a los implicados en la aplicación de los Fondos en la región, pero también a los potenciales beneficiarios de los fondos y al público en general, ha sido mucho más importante incluso de lo que se había previsto. De este modo, las perspectivas para el resto del periodo se han ajustado de un modo coherente, de acuerdo con el cuadro resumen que se presenta en la Tabla 1.

TABLA 1. EJECUCIÓN DEL PLAN COMUNICACIÓN DEL PO FSE GALICIA 2007-2013 DESDE EL 01/01/2007 HASTA EL 31/03/2010

Tipo Actividad	Indicador realización	Programación	Ejecución	%	Indicador Resultado	Programación	Ejecución	%	Montante estimado
1	Nº actividades y actos públicos	105	45	42,90%	Nº de asistentes	120.000	93.970	78,30%	1.436.295
2	Nº de acciones de difusión	664	114	17,20%					773.015
3	Nº de publicaciones externas realizadas	129	83	64,30%	% publicaciones distribuidas / editadas	95%	95,20%		775.011
					Nº puntos de distribución	59	27	45,80%	
4	Nº de páginas Web	2	2	100%	Nº de Visitas	76.000	37.786	49,70%	226.650
5	Nº de soportes publicitarios	175	72	41,10%					330.613
6	Nº de documentación interna distribuida	46	27	58,70%	% de organismos cubiertos	100%	100%		18.802
7	Nº de redes de información y publicidad	2	2	100%	Nº reuniones	47	23	48,90%	121.521
					Nº asistentes	52	28	53,84%	

Partiendo de esta programación se procede a continuación al análisis de la ejecución realizada a 31 de marzo de 2010 y las perspectivas futuras de cumplimiento de los objetivos. Evidentemente, las múltiples circunstancias que afectan al desarrollo de los Programas hacen extremadamente complejo anticipar de forma rigurosa el comportamiento futuro de las intervenciones y más aún su incidencia en el ámbito de la comunicación.

Estas razones hacen que los cálculos realizados deban tomarse únicamente como orientaciones, al no poder controlar todos los factores que condicionan el funcionamiento operativo de los Programas, como los sistemas de gestión y control, la implicación de diversos agentes en la ejecución de los proyectos, la demanda de las ayudas, entre otros posibles elementos externos a dicho Programa.

No obstante, el análisis efectuado no se ha basado en una simple extrapolación de la ejecución acumulada hasta 2013 (año para el que se ha establecido el cumplimiento de los objetivos). Por el contrario, aunque toma como referente el comportamiento pasado y la evolución de la ejecución lograda de los distintos indicadores de comunicación, también considera, en la previsión de su trayectoria para las próximas anualidades, una serie de cuestiones extraídas a partir de las lecciones de la experiencia de períodos anteriores, y que evidencian que el ritmo de aplicación de los fondos, y por tanto de las medidas de información y publicidad asociadas a ellos, muestra una tendencia de ejecución creciente a lo largo del tiempo, como consecuencia de:

- + El aprendizaje adquirido por los distintos órganos ejecutores, especialmente significativo en lo referente a las obligaciones de información y publicidad.

- + El dilatado período de maduración de algunos proyectos, que requieren de un tiempo previo necesario para su correcta ejecución, lo que hace que la difusión de sus resultados no se produzca inmediatamente. En este sentido, cabe prever que el aumento progresivo en la implementación de proyectos dé lugar a una aceleración de las acciones de información y publicidad.
- + La incidencia de problemas específicos que impiden la correcta realización de determinadas actuaciones, sobre todo en los primeros años de vigencia de los Programas, que frenan el desarrollo de la comunicación relacionada con las mismas.

Por todo ello, se puede esperar una dinámica caracterizada por un incremento creciente, más que una evolución lineal de la ejecución. De esta forma, se ha llevado a cabo una proyección de carácter más realista para la trayectoria de la ejecución, efectuando un ajuste de tipo potencial sobre las realizaciones y resultados obtenidos entre enero de 2007 y marzo de 2010.

De esta forma, respecto a las **actividades y actos públicos (Indicador 1)**, hay que señalar que se han celebrado hasta 45 eventos en los que se ha tratado el tema de los Fondos Estructurales de alguna forma, es decir, el 42,9% de los previstos para todo el período. A ellos han asistido 93.970 personas (lo que supone una ejecución de la previsión para todo el período del 78,3%.

El contenido de actividades y actos públicos desarrollados puede estructurarse en dos categorías fundamentales:

- + Las actuaciones relacionadas con la puesta en marcha de los Programas. 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 Planificación e Fondos (Consellería de Facenda), en tanto Organismo Intermedio.

En ambos casos, el papel coordinador le 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.

Junto con la propia Dirección Xeral de Planificación e Fondos, la Secretaría Xeral de Universidades ha sido el organismo más dinámico en este período, habiendo realizado el 17,78% del total de actuaciones (8), con una presencia determinante de la Igualdad de Género en las mismas.

Sin embargo, por lo que se refiere al número de asistentes, los actos más multitudinarios han correspondido a las Ferias FORUM realizados por la Dirección Xeral Educación, FP e Innovación Educativa, a las que han asistido un total de 57.500 personas. No obstante, la metodología de estimación de los asistentes que han recibido información y/o publicidad acerca de la Política de Cohesión y los Fondos Estructurales en los eventos requiere una ponderación de los asistentes generales al evento, lo que, dada la elevada cuantía de los recogidos en este caso, puede plantear alguna duda.

Desde una perspectiva temporal, se observan dos rasgos distintivos en la evolución de la celebración de actividades y actos públicos: de un lado la importante concentración en la anualidad 2008, tras la aprobación del PO que tuvo lugar a finales del año anterior; y, de otro la caída significativa que dichas actuaciones han experimentado en la anualidad 2009, que resulta especialmente relevante en el caso de las Subdirección Xeral de Universidades y de Familia e Benestar.

El avance en el desarrollo de los proyectos cofinanciados y el sucesivo arranque de nuevas operaciones ha abierto las posibilidades de realización de actos relacionados con la publicidad e información de los objetivos específicos de estas actuaciones y los primeros resultados obtenidos, ampliándose la temática abordada en las actuaciones, lo que hace pensar que en el futuro el protagonismo adquirido por la Autoridad de Gestión y el Organismo Intermedio vaya perdiendo significación en pro de los Órganos Gestores, aumentando la accesibilidad a un volumen cada vez mayor de público.

Por otra parte, la simulación realizada sobre el comportamiento esperado en los próximos años indica una elevada probabilidad de cumplir con los objetivos fijados para estos indicadores a 2013. El evidente incremento en la ejecución de las últimas anualidades invita a pensar que la evolución futura sea más que suficiente para alcanzar dichos niveles.

Respecto a las **actividades de difusión en medios de comunicación (Indicador 2)**, la ejecución ha resultado, sin embargo, reducida si tenemos en cuenta que se han realizado únicamente 114 actividades, cuando se han programado un total de 664, es decir un 17,2%.

Sin embargo, esta escasa ejecución es consecuencia de un error en el volcado de información en la aplicación informática, dado que no se han incorporado las publicaciones en diarios oficiales, que representan la mayor parte de las actividades de difusión realizadas por los organismos de la Xunta de Galicia (de hecho, ascienden a un total de 75 las publicaciones en el Diario Oficial de Galicia –DOG–, de acuerdo con la información aportada por la propia Xunta, tras las consultas realizadas por el equipo evaluador). La consideración de estas actuaciones eleva la ejecución a un 28,5%.

A día de hoy, no obstante, se está poniendo solución a dicho problema, y ya se han recopilado todas las publicaciones realizadas con el objetivo de proceder a su integración en la aplicación informática.

Independientemente de las publicaciones en diarios oficiales, la mayor parte de las actuaciones realizadas corresponden a la publicación en prensa escrita de anuncios vinculados al Programa y a proyectos cofinanciados en el marco del mismo, que representan el 37,72%, pero también las notas de prensa (20,18%), anuncios en internet (16,67%) y cuñas de radio (14,04%).

Por organismos, la Dirección Xeral de Planificación e Fondos, la Secretaría Xeral de Igualdade y la Secretaría Xeral de Familia e Benestar son los que han empleado una mayor diversidad de instrumentos para sus actuaciones de difusión.

En el caso particular de la Dirección Xeral de Planificación e Fondos 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.

Por otra parte, la Secretaría Xeral de Igualdade, junto con las notas de prensa, anuncios en prensa y web y noticias en prensa, que representan el 87,5% del total, ha llevado a cabo spots en cine y TV contra la violencia de género.

Finalmente, la Secretaría Xeral de Familia e Benestar ha puesto en marcha, asimismo, campañas de divulgación (vinculadas al II Plan Gallego de Inclusión Social) y 12 programas TV **Antes e despois** relativos a la sensibilización de la población sobre problemas de menores en riesgo de exclusión.

Temporalmente, la evolución queda, una vez más, condicionada por la falta de consideración de la publicación en diarios oficiales. A pesar de ello, se constata un incremento considerable de las publicaciones en 2008, tras la aprobación del Programa a finales de 2007.

Las perspectivas a futuro realizadas a partir de la ejecución recogida en la aplicación informática apuntan a una gran dificultad para alcanzar el objetivo establecido para 2013. Pese a que estas previsiones no son realistas, en la medida en que no está considerada la partida más significativa (publicaciones en diarios oficiales), la ejecución persistiría como la más baja de los indicadores del Plan de Comunicación una vez computada la misma, lo que hace pensar en la necesidad de cuantificar a la baja el señalado objetivo.

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)**. En este sentido se han realizado un total de 83 publicaciones 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 64,3% del objetivo para todo el período.

La distribución de las realizaciones realizadas por tipo de instituciones implicadas tiene cuatro protagonistas fundamentales que aglutinan en conjunto el 83,13% del total de las publicaciones hasta el 31 de marzo de 2010.

- + El Instituto Galego de Promoción Económica (IGAPE) ha realizado un total de 26 actuaciones, es decir casi un tercio del total, entre las que destacan la edición de libros y CD y las actuaciones enmarcadas en la partida otros (con la edición de fichas y memofichas) en el marco de las actuaciones orientadas a la difusión de la cultura emprendedora, en el asesoramiento e información a emprendedores y en el asesoramiento, formación y consolidación de empresas.
- + La Secretaría Xeral de Igualdade ha mantenido, asimismo, un comportamiento muy dinámico en este ámbito, con la realización de un total de 17 actuaciones. Dicha actividad se ha caracterizado por varios aspectos: Por una parte, la diversidad de soportes empleados, que van desde la edición de libros y guías, CD y folletos, a la publicación de la revista Xenia. Por otro lado, 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 (ver capítulo 8).
- + Por su parte, la Dirección Xeral de Educación, FP e Innovación Educativa ha concentrado su actividad en dos ámbitos esenciales: 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 Dirección Xeral de Planificación e Fondos es el organismo que ha empleado una mayor diversidad de soportes para la realización de publicaciones externas. En concreto ha editado folletos, CD, USB, libros, manuales y la revista *Ultreia* (de cual se han publicado tres números a lo largo del período considerado), mayoritariamente 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”*).

Por lo que se refiere a la UAFSE, ha sido el único organismo que ha recurrido a la producción de vídeos, en concreto se trata de dos: un vídeo promocional del FSE, aprovechando el 50 aniversario de su creación (que puede verse en la web de la propia UAFSE – http://empleo.mtin.es/uafse/es/novedades/novedad_1191839518067.html – y que ha sido descrito con detalle en el capítulo 8) y un video 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”*.

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 95,20% manteniéndose un elevado grado de homogeneidad a lo largo del tiempo si tenemos en cuenta que en todo momento el nivel de distribución se sitúa en torno al 95%.

Desde una perspectiva institucional, el comportamiento menos favorable corresponde a la UAFSE (91,7%), si bien se observa que la ejecución ha ido mejorando en con respecto al año inicial. En el extremo opuesto, corresponde el mayor nivel de distribución a la Dirección Xeral de Investigación, Desenvolvemento e Innovación, que ha mantenido una distribución del 100% de sus publicaciones externas durante todos los años considerados (2008 y 2009).

Para ello se ha recurrido a un total de 27 puntos de distribución (es decir, prácticamente la mitad de los previstos a 2013). La mayor parte de ellos corresponden a los organismos de la Xunta de Galicia que cuentan con un total de 20 puntos diferentes de distribución de forma general. La mayor diversidad de temática entre las publicaciones externas realizadas por la Xunta, en relación con la Autoridad de Gestión, hacen que el público objetivo sea más amplio y diverso, y en consecuencia, los puntos de distribución serán, asimismo, más y más diversos.

En cuanto al grado de cumplimiento de los objetivos fijados, cabe señalar que el indicador de realización, que cuantifica el número de publicaciones, ha registrado un comportamiento muy positivo, a pesar de no haberse computado aún ninguna actuación en lo que corresponde a la anualidad 2010. De hecho, de mantenerse en el futuro dicho comportamiento, se logrará alcanzar sin ningún problema la previsión para 2013 que se sitúa en las 129 publicaciones.

Por su parte, la capacidad de distribución de estas publicaciones mostrada hasta la fecha ha sido muy significativa, y aunque no se ha alcanzado el 100%, se ha superado el objetivo previsto (95%). Por lo que se refiere a los puntos de distribución, finalmente, hasta el momento, se han empleado un 45,8% de los estimados necesarios para todo el período de programación.

En definitiva, teniendo en cuenta el buen ritmo de ejecución de las publicaciones, que asegura el cumplimiento de su objetivo a 2013, y la efectividad de los puntos de distribución actuales, con los que ha sido posible enviar el 95,2% de las ediciones efectuadas, es razonable pensar que se

alcanzará la previsión a 2013 de los objetivos marcados para este tipo de actividades de comunicación.

Además, el desarrollo de la estrategia de comunicación del PO FSE Galicia 2007-2013 ha motivado la creación diversas **páginas Web (Indicador 4)**, que 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 (<http://www.mtin.es/uafse/>) y el Organismo Intermedio regional (<http://www.conselleriadeconomia.es/web/portal/area-de-planificacion-e-fondos>), las cuales están en constante actualización de contenidos.

Con ellas, se ha dado la máxima transparencia en la puesta en marcha del proceso de la aplicación de los recursos procedentes de la Política Regional Europea y se ha garantizado el conocimiento del papel jugado por la UE a la hora de ayudar a impulsar los avances en aquellas áreas que cofinancian los Fondos Estructurales.

Una cuantificación de la cobertura lograda por estas páginas Web se ha realizado a través del número de visitas que recibidas. La valoración de la misma puede considerarse significativa, si tenemos en cuenta que, en media, 37.786 personas al año han consultado algún tipo de información sobre la Política Regional en las páginas Web de los principales organismos responsables del PO FSE Galicia 2007-2013, sobresaliendo la correspondiente de la UAFSE, dado que para el caso específico de la Dirección Xeral de Planificación e Fondos únicamente se han volcado datos para la anualidad 2009.

Como factor positivo de dicha Web destaca, además, el crecimiento observado a lo largo del tiempo (si bien ralentizado en 2009), que permite concluir el importante incremento que la Web tiene como herramienta de información y publicidad en el conjunto del Estado español en relación con la Política de Cohesión.

Pese a que no aparece en la aplicación informática la información correspondiente al número de visitas a la página web de Fondos Europeos de la Xunta de Galicia, esta información está disponible y en la actualidad la Dirección Xeral de Planificación e Fondos está procediendo a la subsanación de este déficit.

En todo caso, el mantenimiento del ritmo de crecimiento del promedio de visitantes a la página web parece insuficiente de cara a la consecución el objetivo de 76.000 visitas anuales que se ha fijado para el conjunto del período, ya que ello exigiría casi triplicar en cada uno de los años que restan hasta 2013 el promedio anual de visitas alcanzado en el primer trienio de la programación.

Por consiguiente, se deben establecer dos recomendaciones en este ámbito: hacer un seguimiento detenido de las visitas realizadas a la página web de la Dirección Xeral de Planificación e Fondos para comprobar las posibilidades reales de cumplimiento del objetivo. Si en la práctica persiste el problema detectado, parecería aconsejable revisar, su valor final esperado de cara a adecuarlo a la realidad.

Una de las herramientas tradicionales para la publicidad de los Fondos Estructurales es la **cartelería (Indicador 5)** –que incluye vallas, placas, carteles, entre otros soportes–, a través de la cual se da visibilidad a las operaciones cofinanciadas. En líneas generales, el uso de estos instrumentos publicitarios puede considerarse significativo a lo largo de los años iniciales de desarrollo del Programa Operativo, con una ejecución del 41,1% del objetivo previsto a 2013.

Desde una perspectiva institucional, dicha ejecución se ha caracterizado por un considerable nivel de concentración, dado que cuatro organismos concentran el 86,1% del total de la ejecución: la propia UAFSE (a quien corresponde más de un tercio de las actuaciones realizadas, el 37,5%) y la Secretaría Xeral de Igualdade (con un 23,6%), la Dirección Xeral de Planificación e Fondos y el IGAPE (con un 12,5% en ambos casos).

En todos los casos, los soportes publicitarios más empleados han sido el merchandising (bolígrafos, carpetas, etiquetas, bolígrafos, etc), pósteres y carteles.

Respecto a la trayectoria mantenida en estos tres primeros años de ejecución por este indicador, la probabilidad de alcanzar el objetivo establecido para 2013, con un total de 175, requiere de un ligero incremento del ritmo de ejecución mantenido hasta el momento, dado que la tendencia observada sitúa las previsiones ligeramente por debajo de dicho referente.

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 marzo de 2010 ha ascendido al 58,7% del objetivo final. Sin duda, el compromiso tanto de la Autoridad de Gestión del PO FSE Galicia 2007-2013 como de la Dirección Xeral de Planificación e Fondos (en tanto Organismo Intermedio) ha sido superior al previsto inicialmente, elaborando y haciendo llegar diversos documentos de trabajo a todos los participantes en el proceso de la aplicación del mismo. En concreto, se ha distribuido un total de 27 documentos que han posibilitado un mejor conocimiento de las obligaciones en todos los ámbitos de la gestión de los fondos, incluidos los aspectos de comunicación. El papel de coordinador de ambos organismos hace que la emisión de informes, guías, instrucciones y demás documentación resulte imprescindible para el buen desarrollo del PO.

No obstante, llama la atención que no haya instrucciones por parte de ningún otro organismo en este sentido en ninguno de los años considerados.

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, en ambos organismos y para todas las emisiones realizadas.

De acuerdo con todo lo anterior, existen expectativas razonables de cumplimiento de los objetivos marcados.

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 a 2, tras la reciente consideración de la red europea INIO, que en la programación inicial no se había computado. El INIO ha convocado reuniones para orientar y debatir 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. En dicha red vienen participando de forma activa, como ya se ha comentado, los responsables de comunicación de las Autoridades de Gestión y los responsables de comunicación regionales que pertenecen a la red GERIP.

Hasta la fecha, se han celebrado 23 reuniones por el total de redes de comunicación. En 2007, coincidiendo con la etapa de preparación de los Planes, se organizaron 8, a las que asistieron 141 personas. En 2008 disminuye muy levemente el número de reuniones, si bien en 2009 y durante el primer trimestre de 2010 vuelve a incrementarse, como consecuencia de las mayores necesidades de coordinación que hay por la puesta en práctica de los mecanismos de seguimiento de los Planes y la organización previa de la evaluación reglamentaria de 2010.

En cuanto a las posibilidades de alcanzar los objetivos cuantificados para los indicadores relacionados con este tipo de actividades de comunicación, hay que señalar que la creciente confianza en el funcionamiento de estos grupos de trabajo garantiza su sostenibilidad en los próximos años. De hecho, el GERIP se configura ya como el principal mecanismo de coordinación en el ámbito de la publicidad de los fondos, estando plenamente consolidado gracias a la amplia participación que hay en su seno.

Por ello, no se anticipa ningún riesgo para lograr los objetivos programados, más aún teniendo en cuenta que los porcentajes actuales de cumplimiento de los mismos se encuentran en unos niveles muy satisfactorios, incluso tras el incremento del objetivo recogido en el Informe Anual de Ejecución del PO FSE Galicia 2007-2013, de la anualidad 2009.

Conviene mencionar que en todos los casos, tal y como se desprende de la observación de las tablas incluidas, existen gestores que no han grabado información a lo largo de los tres primeros años para cada uno de los indicadores, por lo que convendría establecer un control de aquellos que se encuentran en este grupo para transmitirles la necesidad de transmitir en tiempo y forma la información derivada de sus actuaciones de comunicación al Organismo Intermedio para que éste proceda al volcado de la misma en la aplicación informática de la Autoridad de Gestión.

3.2. 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 de la Comisión, de 8 de diciembre de 2006, por el que se fijan normas de desarrollo para el Reglamento (CE) Nº 1083/2006 del Consejo, por el que se establecen las disposiciones generales relativas al Fondo Europeo de Desarrollo Regional, al Fondo Social Europeo y al Fondo de Cohesión*, por lo que su principal objetivo es **garantizar que se dispone en todo momento de la información necesaria para atender los requerimientos de la normativa comunitaria.**

En este sentido, el citado Reglamento estipula la obligatoriedad 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 la aplicación y seguimiento del Plan de Comunicación del PO FSE Galicia, se ha presentado en los diferentes **Comités de Seguimiento** celebrados hasta la fecha información de la Autoridad de Gestión y los Organismos Intermedios respondiendo a los requisitos normativos que abarcan las materias siguientes: el Plan de Comunicación y los avances en su aplicación; las medidas del Plan llevadas a cabo; los medios de comunicación

utilizados; el grado de ejecución física y financiera del Plan, a partir de los indicadores de seguimiento establecidos, así como ejemplos de buenas prácticas.

- ✚ **Inclusión de información en los Informes Anuales de Ejecución del PO.** 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 asignados²; el grado de ejecución física y financiera de las medidas del Plan (indicadores de seguimiento) y la presentación de buenas prácticas.

En este contexto, los informes se han detenido de forma particular en la descripción de las actuaciones a realizar por la Autoridad de Gestión en virtud del artículo 7 del *Reglamento (CE) Nº 1828/2006 de la Comisión, de 8 de diciembre de 2006, por el que se fijan normas de desarrollo para el Reglamento (CE) Nº 1083/2006 del Consejo de 11 de julio de 2006 por el que se establecen las disposiciones generales relativas al Fondo Europeo de Desarrollo Regional, al Fondo Social Europeo y al Fondo de Cohesión*, dejando constancia de la realización de las siguientes actuaciones: la **Presentación de los Programas Operativos del Fondo Social Europeo 2007-2013 en España, incluyendo el de Galicia**; la celebración de una **actividad informativa anual importante** –que, en 2007, correspondiendo a la “*Jornada de Información sobre la Gestión de Proyectos Comunitarios (Objetivo Convergencia y Cooperación Territorial Europea) 2007-2013*”; en 2008 al “*Primer Foro del FSE comprometido@s con el empleo*”; y en 2009 a los “*Encuentros Anuales Fondo Social Europeo (FSE) entre la Comisión Europea y la Autoridad de Gestión (UAFSE)*” –; el **Izamiento de la bandera de la Unión Europea durante una semana, a partir del 9 de mayo, delante de los locales de las Autoridades del PO**; y la **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.

Finalmente, a partir de la anualidad 2009, los Informes Anuales de los PO presentan también ejemplos de buenas prácticas en comunicación puestas en marcha en el marco del Plan de Comunicación.

En definitiva, la información recogida en los Informes Anuales de ejecución y presentada en los Comités de Seguimiento cumple de forma amplia con los requisitos reglamentarios. La importancia concedida en este ámbito a las buenas prácticas resulta además de gran interés en la medida en que pone de relieve el buen hacer de los órganos gestores del PO y abre la posibilidad de la puesta en práctica de intercambios de experiencias en los foros habilitados al efecto (como las redes de expertos de comunicación).

² La publicación, electrónica o por otros medios, de la lista de los beneficiarios, los nombres de las operaciones y la cantidad de fondos públicos asignada a las operaciones constituye un deber de la Autoridad de Gestión, recogido en el artículo 7.2.d) del Reglamento (CE) Nº 1828/2006 y se plasmará en la publicación al menos en la página Web de la autoridad de gestión. El Plan de Comunicación del PO FSE Galicia 2007-2013 ha tenido en cuenta este imperativo de la normativa comunitaria, previendo la publicación de dicha lista en la medida 11 destinada a los beneficiarios y beneficiarios potenciales y vinculada a la consecución del objetivo informar sobre la forma en que se utilizan los recursos del FSE en la región, promoviendo así la actividad responsable realizada por la UE en Galicia.

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

La correcta aplicación de las disposiciones reglamentarias en el terreno de la información y publicidad requiere la implementación de mecanismos de revisión interna y la realización de las oportunas tareas de gestión y control ordinario, en la medida en que permite la comprobación de las actuaciones efectuadas, y su adecuación tanto a la normativa vigente como a los principios de una buena gestión.

En relación con la existencia de instrucciones a los órganos encargados de la gestión y ejecución de las actuaciones, el Plan de Comunicación del PO FSE Galicia 2007-2013 determina que las unidades responsables en este ámbito recaen en la Unidad Administradora del Fondo Social Europeo, de la Secretaría General de Empleo, del Ministerio de Trabajo e Inmigración y la Dirección Xeral de Planificación e Fondos de la Xunta de Galicia. Desde estas dos últimas unidades se ha procurado realizar una intensa labor, designando una persona encargada de los aspectos de publicidad.

El propósito de propiciar una gestión más sencilla de la comunicación de los Fondos Estructurales ha exigido el diseño de un conjunto de procesos que favorecen la consulta, actualización e intercambio de información de calidad.

Para ello, la Dirección Xeral de Planificación e Fondos ha aprobado diferente normativa que trata de establecer los requerimientos derivados de la gestión de los Fondos Estructurales (tales como las circulares 1/2010, 2/2010 y 3/2010 –Tramitación de gastos de los POs– de la DX Planificación e Fondos o la Orden de la Consellería de Facenda, de 21 de diciembre de 2009 por las que se regulan las normas de ejecución, seguimiento y control de los POs FEDER y FSE Galicia 07-13 –ver capítulo 6 –). Asimismo, ha elaborado la “Guía de Publicidad e información de las intervenciones cofinanciadas por los Fondos Estructurales 2007-2013 en Galicia”, la cual ofrece orientaciones útiles para una la consecución de una difusión amplia, clara y homogénea de la acción de la UE y la Política Regional en la región a través del PO. Estos documentos han tenido, además, una amplia difusión entre los organismos beneficiarios y Órganos Gestores, tal y como se desprende de las entrevistas realizadas a los colectivos.

El capítulo 6 recoge de forma detallada la información derivada de estas encuestas en las que queda de manifiesto como el 82% de los gestores públicos han recibido instrucciones en relación con sus tareas en la gestión de los Fondos Estructurales.

Los procedimientos establecidos y la valoración de su calidad parten de un modelo que pretende facilitar el cumplimiento de las obligaciones existentes en materia de información y publicidad, detectar los problemas que puedan ir surgiendo y resolver las dificultades identificadas.

De esta forma, la implantación de un sistema específico en el ámbito de la comunicación dentro de la gestión ordinaria de la información y publicidad del PO obedece al hecho de dotar a los organismos responsables del Plan de herramientas que proporcionen una mayor facilidad para alcanzar los objetivos fijados, así como un control adecuado y una coordinación de todas las

actividades que se llevan a cabo. En líneas generales, dicho sistema se configura como una herramienta técnica que brinda un apoyo, tanto a la planificación, como a la propia evaluación, puesto que la agiliza y formaliza de tal forma que permite visualizar resultados futuros esperados, producto de las acciones que se están llevando a cabo.

Este sistema se basa en un conjunto ordenado y coherente de procedimientos destinados a obtener, procesar, canalizar y generar datos para la toma de decisiones encaminadas a alcanzar los objetivos establecidos en dicho Plan. Por consiguiente, procura integrar y relacionar flujos de información al servicio de los distintos procedimientos administrativos que conforman la gestión global de las actividades cofinanciadas de los diversos beneficiarios del PO.

De acuerdo con los objetivos especificados (obtener, procesar, canalizar y generar datos orientados a la toma de decisiones), este modelo incorpora un mecanismo de retroalimentación, mediante el cual los resultados se reciben con el objeto de optimizar futuras decisiones.

Todo ello da lugar a una serie de ventajas para el Organismo Intermedios y gestores de las operaciones que permiten mejorar el desarrollo práctico del Plan de Comunicación del PO FSE Galicia 2007-2013:

- + 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.
- + Dota a la estrategia de comunicación de un importante grado de flexibilidad, en la medida en que el seguimiento de las actuaciones permite un conocimiento continuo de la situación real frente a posibilidades y objetivos, permitiendo una adaptación de los mismos en caso de que sea necesario.
- + 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.
- + Define de forma clara la cuota de responsabilidad atribuible a cada uno de los agentes, lo que facilita el cumplimiento de los requerimientos normativos y los compromisos recogidos en el propio Plan de Comunicación.
- + 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.
- + Mejora la coordinación de las iniciativas que se plantean y la eficacia, por lo tanto, de las actuaciones a llevar a cabo en materia de información y publicidad.
- + En este marco, la disposición de una información completa, adecuada y oportuna constituye el eje básico en torno al cual se estructuran los procedimientos establecidos, la cual se fundamenta, esencialmente, en el sistema de indicadores que, a pesar de los márgenes de mejora, resulta una herramienta potente para llevar a cabo los procedimientos de seguimiento y evaluación del Plan de Comunicación.

En este sentido, el sistema de indicadores definido, a pesar de los márgenes de mejora resulta una herramienta potente para llevar a cabo los procedimientos de seguimiento y evaluación del Plan de Comunicación.

En resumen, los resultados descritos anteriormente son una muestra de que los procedimientos instaurados están resultando eficaces para garantizar 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. Dichos procedimientos se fundamentan en los siguientes pilares:

- + La designación de una persona responsable en materia de publicidad por parte del Organismo Intermedio del PO FSE Galicia 2007-2013.
- + La descripción de los procedimientos de información y publicidad en soporte documental y la elaboración de otros documentos de referencia e instrucciones específicas en materia de información y publicidad.
- + La coordinación a través del GERIP y el asesoramiento continuado al conjunto de beneficiarios de la intervención por los organismos responsables del Plan de Comunicación, así como por otras unidades con potencial difusor de información.

La Autoridad de Gestión y del PO (UAFSE) y el Organismo Intermedio coordinador en el ámbito de la Xunta de Galicia (Dirección Xeral de Planificación e Fondos) han realizado una intensa labor para el establecimiento de mecanismos rigurosos de gestión y control de las operaciones cofinanciadas, apoyado en [la emisión de instrucciones, la elaboración de manuales y la celebración de jornadas formativas](#).

Una de las herramientas más importantes en este sentido es el **Manual de normas y procedimientos de gestión del Programa Operativo FSE Galicia 2007-2013**, que documenta en forma extensa la información relativa al contenido del anexo XII del *Reglamento (CE) Nº 1828/2006 de la Comisión, de 8 de diciembre de 2006, por el que se fijan normas de desarrollo para el Reglamento (CE) Nº 1083/2006 del Consejo de 11 de julio de 2006 por el que se establecen las disposiciones generales relativas al Fondo Europeo de Desarrollo Regional, al Fondo Social Europeo y al Fondo de Cohesión* para su aplicación en los correspondientes requerimientos en el tratamiento de la información de los distintos beneficiarios.

Su elaboración ha contribuido a clarificar las competencias y funciones de los agentes participantes en el PO, así como a la ordenación de los circuitos de información y de documentación, describiendo los sistemas, la organización y los procedimientos de los Órganos Gestores e intermedios, así como los sistemas de auditoría interna establecidos por todos ellos.

De esta forma, se han descrito todos los procesos necesarios para optimizar los resultados del Programa Operativo del FSE de Galicia, a partir del diseño de un sistema óptimo que garantiza una utilización eficiente de la ayuda comunitaria.

En materia de información y publicidad, se ha elaborado la ya aludida **“Guía de Publicidad e información de las intervenciones cofinanciadas por los Fondos Estructurales 2007-2013 en Galicia”**.

Esta atención dada al cumplimiento de las obligaciones reglamentarias en la gestión de los fondos es compartida por la mayoría de los Órganos Gestores puesto que la mayor parte de ellos cuentan en su departamento con alguna persona dedicada a la revisión y actualización de la normativa europea en este ámbito. Prueba de esta creciente atención es que el 100% de los órganos que participan en el PO recopila y archiva el material de comunicación de las actuaciones que gestiona.

La dotación de recursos humanos y materiales para la implementación del Plan de Comunicación del Programa Operativo FSE Galicia 2007-2013, se ha evaluado en el apartado 2.3 del presente Informe. Allí ya se puso de manifiesto que el presupuesto estimado de **448.127 euros** con cargo al Eje de Asistencia Técnica de dicho PO no recoge totalmente el volumen financiero que la ejecución del Plan está suponiendo, al no tomar en consideración las cantidades dispuestas con cargo a recursos propios.

De hecho, el coste que la implementación de las acciones de información y publicidad realizadas hasta la fecha asciende a 3.681.907 euros, según los datos proporcionados por la aplicación informática de seguimiento, es decir un valor muy superior al estimado para la ejecución del Plan en el conjunto del período.

Teniendo en cuenta que la metodología de imputación de los costes aún está en proceso de discusión en el marco del GERIP, resulta complicado emitir un juicio de valor sólido respecto a la asignación y adecuación de los recursos destinados a los aspectos de comunicación.

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. Así, la Unidad Administradora del FSE (UAFSE) ha fijado unos criterios homogéneos sobre la forma y momento de completar los indicadores, que se sintetizan en la forma y plazo de completar la información por parte de las diferentes administraciones.

En relación con el plazo, se recomienda que la información se grabe en el momento en el que se genera, es decir, cuando se realiza la actividad que se trate. Respecto a la forma, los datos se registran en la aplicación informática "Indicadores de Comunicación" con todo nivel de detalle por actuación y se agregan, posteriormente, por tipos de indicadores, lo que asegura la trazabilidad completa de las medidas de información y publicidad. El sistema informático creado posibilita la grabación de la ejecución de los indicadores de seguimiento asociando dicha ejecución a la actividad concreta realizada. Ello permite la identificación exhaustiva de las todas acciones de publicidad que se han ido llevando a cabo.

No obstante, la alimentación periódica de información cuenta con el problema de que no existe compatibilidad entre las aplicaciones de los gestores, lo que obliga al volcado directo de datos en la herramienta informática de la Autoridad de Gestión. Por lo tanto, aunque no es necesario que exista una dependencia funcional de los Sistemas Informáticos, es conveniente la mayor compatibilidad posible entre las aplicaciones, de cara a propiciar un intercambio automático de información.

Desde esta perspectiva, el sistema de recopilación de información debe garantizar, no sólo el almacenamiento de todos los datos, sino también su fiabilidad. En todo caso, está prevista la integración de este aplicativo dentro del sistema informático **FSE 2007** para la gestión y seguimiento de los fondos.

A pesar de lo comentado con anterioridad, la Autoridad de Gestión han convocado diversas sesiones y reuniones de trabajo del GERIP para proporcionar formación a todos los usuarios de la aplicación y explicar cuantas novedades se han ido produciendo en la misma. En paralelo, su tarea se ha orientado a la resolución de dudas puntuales sobre el funcionamiento y al apoyo al manejo como usuario no informático de la aplicación.

Por otro lado, el importante papel desempeñado por la red GERIP hace necesario proceder al análisis de su estructura y funcionamiento. Dicha red reúne a las personas responsables de información y publicidad de las Autoridades de Gestión del FEDER, FSE y Fondo de Cohesión y de los responsables de comunicación de cada uno de los Planes de Comunicación regionales. Nace de una iniciativa de las Autoridades de Gestión para establecer un cauce de comunicación adecuado que permitiese diseñar la estrategia de comunicación conjunta para todos los fondos europeos de la política regional y todas las administraciones participantes en su gestión. Asimismo, está llamada a permitir y adecuar el desarrollo de los planes de comunicación 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.

De acuerdo con lo anterior, la definición del modelo de seguimiento se ha realizado en estrecha colaboración entre todos los organismos intermedios y colaboradores de los PO en el seno de la red GERIP (y GRECO-AGE en el caso de los PO FEDER). Dicha cooperación ha estado presente desde la fase de programación de las actuaciones y se ha extendido posteriormente para acordar los mecanismos de ejecución, seguimiento y evaluación de las medidas de información y publicidad.

Este hecho ha dado lugar a una mayor toma de conciencia de la importancia de la comunicación entre los diversos participantes del PO. Así, la gestión global de la comunicación del mismo se caracteriza por la formación de un amplio marco de consideraciones que aglutina a los representantes de todos los participantes en el desarrollo del Programa.

Esta gran participación ha representado un elemento muy fructífero para garantizar la pertinencia de las estrategias seguidas y la eficacia del sistema de seguimiento para las mismas, al implicar el compromiso de los diferentes organismos en la utilización de las herramientas diseñadas y los mecanismos de funcionamiento creados.

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 del PO (recursos disponibles, estrategia y objetivos, medidas a realizar, etc.) y, por otro, la Xunta de Galicia y de forma particular la DX de Planificación e Fondos ha llevado a cabo una tarea de concienciación y formación de los Órganos Gestores a través de la celebración de diferentes jornadas, como las Jornadas de Ayudas públicas y Fondos Comunitarios.

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 el *Comité de Seguimiento del PO*, como con el *Comité Consultivo de Seguimiento Estratégico y Evaluación*.

Así, con ocasión de la presentación de los Informes Anuales, las Autoridades de Gestión y el Organismo Intermedio del 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 (ver capítulo 8).

Asimismo, la coordinación con el Comité Consultivo de Seguimiento Estratégico y Evaluación 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, quedando expresamente recogida en el *Plan de Seguimiento Estratégico y Evaluación Continua de FEDER, FSE y FC, 2007-2013*. En el mismo (capítulo 6) se realiza una descripción de 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 del PO en tales grupos de trabajo y al papel desarrollado por el 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.

Como refuerzo a estos instrumentos de participación, se ha mantenido una comunicación continua con los organismos gestores del PO para informarles puntualmente sobre las modificaciones y actualizaciones en todo lo relacionado con el desarrollo del mismo, así como de la normativa vigente, tanto a nivel de la Administración General del Estado, como de la Comunidad Autónoma. En ellas, las novedades en materia de información y publicidad han sido puestas en conocimiento de los beneficiarios y de los Órganos Gestores, y se han podido resolver otras cuestiones en función de las necesidades de información de cada momento. Así, tanto desde la Dirección Xeral de Planificación e Fondos, como desde la UAFSE, se ha prestado asesoramiento a los Órganos Gestores para que integren las tareas relacionadas con el cumplimiento de las obligaciones reglamentarias de información y publicidad y del Plan de Comunicación del PO FSE Galicia 2007-2013 entre sus cometidos habituales de gestión, seguimiento, evaluación y control, facilitándoles, de esta forma, el ejercicio de sus responsabilidades.

Al igual, los beneficiarios pueden consultar en la página Web de la UAFSE (<http://www.mtin.es/uafse/es/comunicando/index.html>) y de del Portal Web de Fondos Europeos de la Xunta (<http://www.conselleriadeconomia.es/Web/portal/presentacion-publi-e-info>) toda la documentación básica disponible, en la que encontrarán las pautas para desarrollar las medidas en materia de información y publicidad, con un carácter eminentemente práctico.

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 las redes comunitarias constituidas al efecto (INFORM e INIO), en las que han participado 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.

Por otro lado, para el desarrollo de estas labores de información y publicidad, sobre todo en la parcela destinada a los beneficiarios y el público en general, también se cuenta con los diferentes centros con capacidad de difusión de las actividades de la Unión Europea en la región en cada uno de sus específicos campos de actuación. En este sentido, destacan aquellos organismos y delegaciones que, caracterizados por su proximidad al público en general y ubicados, en su mayor parte, en organismos existentes con una experiencia contrastada en tareas de información y comunicación, pueden difundir los materiales realizados, como la Oficina en Bruselas de la Fundación Galicia Europa, los Puntos Europeos de Información, los Centros de Información en las Universidades de la región e instituciones de enseñanza superior, las Oficinas de la Xunta, los Ayuntamientos y las Cámaras de Comercio.

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

El Reglamento (CE) Nº 1083/2006 del Consejo de 11 de julio de 2006 por el que se establecen las disposiciones generales relativas al Fondo Europeo de Desarrollo Regional, al Fondo Social Europeo y al Fondo de Cohesión, señala, en su artículo 60, las funciones de la Autoridad de Gestión, estableciendo en su apartado b) la necesidad de realizar verificaciones administrativas, financieras, técnicas y físicas de las operaciones cofinanciadas.

El Reglamento (CE) Nº 1828/2006 de la Comisión, de 8 de diciembre de 2006, por el que se fijan normas de desarrollo para el Reglamento (CE) Nº 1083/2006 del Consejo, por el que se establecen las disposiciones generales relativas al Fondo Europeo de Desarrollo Regional, al Fondo Social Europeo y al Fondo de Cohesión, que fija las normas de desarrollo para el Reglamento anterior, contempla en los apartados 2, 3, 4 y 5 del artículo 13 los distintos tipos de verificaciones a desarrollar por la Autoridad de Gestión, que deben comprender aspectos administrativos, financieros, técnicos y físicos, clasificándolas en dos grupos: **verificaciones administrativas y verificaciones sobre el terreno**.

Por lo que se refiere a los resultados de las verificaciones en materia de comunicación, desde la Dirección Xeral de Planificación e Fondos se ha realizado una intensa labor para supervisar y verificar los dispositivos de gestión y control de las actuaciones cofinanciadas por fondos europeos en la región, al objeto de detectar y corregir posibles irregularidades.

El objeto de este procedimiento es proporcionar resultados valiosos que permitan mejorar, en su caso, el funcionamiento del Plan de Comunicación del Programa Operativo FSE 2007-2013 de Galicia, que representa los resultados esperados de las acciones de verificación en materia de comunicación.

En general, todas las exigencias básicas en materia de publicidad e información se están cumpliendo en la gestión de los fondos europeos; no obstante, en algunas ocasiones, se han detectado algunos errores en su cumplimiento, siendo la más frecuente la omisión del porcentaje de cofinanciación en la documentación soporte de los expedientes.

Por lo que se refiere a la consideración de las obligaciones de información y publicidad en las verificaciones previas a la aprobación de operaciones, de entre los trámites establecidos en el procedimiento de aprobación de operaciones del PO FSE Galicia 2007-2013, se encuentra la cumplimentación de la "LISTA PREVIA DE COMPROBACIÓN sobre elegibilidad inicial de ayudas/subvenciones susceptibles de ser aplicadas al Programa Operativo FSE 2007-2013", que se incluye como anexo de la Circular 2/2010 de la Dirección Xeral de Planificación e Fondos.

Las cuestiones relativas a la comunicación de los fondos europeos que se recogen en esta lista son las que se muestran a continuación:

- ✚ 4. ¿Consta en el texto Programa Operativo, Eje, Tema Prioritario/Categoría de gasto, Actuación y el porcentaje o importe correspondiente a la ayuda FSE? (Circular 2.c), f) y g)).

- ✚ 12. ¿Se ha informado al beneficiario/a de las medidas que debe adoptar en materia de publicidad? (Circular 2.n) y p).
- ✚ 13. ¿ Se ha informado al beneficiario/a de que la aceptación de la ayuda supone la publicación en la lista de beneficiarios prevista en los artículos 6 y 7.2.d) del Reglamento (CE) Nº 1828/2006 de la Comisión? (Circular 2.o).
- ✚ 14. ¿Figuran los logos comunitarios en los formularios de solicitud, de acuerdo con lo establecido en el Reglamento (CE) Nº 1828/2006 (modificado por el Reglamento (CE) Nº 848/2009) y se observan las restantes indicaciones de la Guía de Publicidad e Información 2007-2013? (Circular 2.m).

Los mecanismos instaurados tanto en la Dirección Xeral de Planificación e Fondos como en los organismos colaboradores para la comprobación y verificación de carácter administrativo se caracterizan por estar incorporados en las estructuras de gestión, como control interno, ejecutándose de forma paralela o simultánea a la misma. Este cumplimiento se acredita de forma exhaustiva y previa a la declaración de gastos, quedando documentado en unas **listas de comprobación** que suponen la certificación acreditativa de la comprobación del cumplimiento de toda la normativa y condiciones exigibles a la gestión de fondos europeos.

De entre las cuestiones que se abordan en estas listas de comprobación se encuentran las relativas a los aspectos relacionados con la información y publicidad de los fondos.

- ✚ Cuando se da de alta una operación es necesario cumplimentar la **lista de comprobación de operaciones**, en la que se han de verificar si se ha comunicado al beneficiario la cofinanciación europea, así como que debe cumplir la normativa nacional y comunitaria; y se ha informado a los beneficiarios de que la aceptación de la ayuda implica la aceptación de su inclusión en una lista pública de beneficiarios
- ✚ En el caso de operaciones instrumentadas a través de procedimientos de **contratación pública**, las preguntas relacionadas con los temas de publicidad pretenden constatar si los anuncios de licitación publicados en diarios oficiales incluían una mención a la cofinanciación europea y se si cumplen las normas de publicidad de las licitaciones.
- ✚ Por último, para el caso de las verificaciones realizadas en el ámbito del PO FSE Galicia 2007-2013 existe una lista de comprobación específica relativa a las cuestiones de **información y publicidad**, que plantea cuatro cuestiones: el cumplimiento de las medidas de información y publicidad establecidas en el artículo 8 del Reglamento (CE) Nº 1828/2006 de la Comisión de 8 de diciembre de 2006 por el que se fijan normas de desarrollo para el *Reglamento (CE) Nº 1083/2006 del Consejo de 11 de julio de 2006 por el que se establecen las disposiciones generales relativas al Fondo Europeo de Desarrollo Regional, al Fondo Social Europeo y al Fondo de Cohesión*, la constancia de la financiación del FSE, la presencia de los logos y emblemas de la UE y la constatación de si es necesaria la colocación de placas o carteles.

El siguiente paso del procedimiento de control establecido es la verificación sobre el terreno de operaciones y transacciones conexas, una vez realizadas las verificaciones administrativas que son susceptibles de integrar en una solicitud de reembolso.

Finalmente, en el ámbito de las verificaciones sobre el terreno, los resultados obtenidos de estas comprobaciones, éstos se reflejan en la **lista de verificación sobre el terreno**, y las cuestiones

relativas a aspectos relacionados con la información y publicidad son dos: si se cumple o se ha cumplido durante el desarrollo de la operación con la normativa de información y publicidad y si se conservan pruebas de dicho cumplimiento, quedando constancia a través de la información gráfica recogida en el proceso.

Por lo tanto, las listas de comprobación, que se incluyen en la **aplicación informática de seguimiento del FSE 2007-2013 (FSE 2007)**, se configuran como el principal instrumento para asegurar el cumplimiento de los aspectos administrativo, financiero, físico y técnico. En ellas se recogen los elementos reglamentarios que deben tenerse en cuenta para dar notoriedad y transparencia a las acciones cofinanciadas por los Fondos y poner de relieve las posibilidades que ofrecen a sus beneficiarios potenciales.

Así, 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.

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

La *Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación* establece la inclusión de un capítulo en los Informes de Evaluación sobre la incorporación de la igualdad de oportunidades en las medidas de información y publicidad al objeto de tener en cuenta que se repare sobre las necesidades de las mujeres en el acceso a los diferentes contenidos informativos y facilitar información a las mujeres sobre las posibilidades de participación como beneficiarias de los programas.

El principio horizontal de Igualdad de Oportunidades ha sido incorporado al Plan de Comunicación del PO FSE Galicia 2007-2013, comprometido de forma manifiesta con la transmisión de una imagen plural y no estereotipada de las funciones de las mujeres y los hombres en la sociedad en el marco de su programación. Éste constituye una garantía para la definición de contenidos no contrarios al principio de Igualdad de Género en todo lo relacionado con la información a transmitir sobre la implementación de estos recursos comunitarios en la región. Esa garantía se manifiesta, aunque con distinta intensidad, en la consideración del enfoque de género en las diversas fases del Plan de Comunicación, desde su planificación estratégica inicial, hasta los procedimientos de seguimiento y evaluación del mismo.

El análisis realizado en el capítulo 2.4 pone de manifiesto la favorable valoración concedida a la consideración de la Igualdad de Oportunidades entre Hombres y Mujeres en el establecimiento de los objetivos estratégicos del Programa y en la selección de los destinatarios de las actuaciones. Por lo que se refiere a la propuesta de actuaciones de información y publicidad, ésta se considera suficiente aunque el margen de mejora resulta superior al de los casos anteriores.

- + Los Objetivos Intermedios del Plan 1 (*Consolidar la imagen de la UE y de su labor a favor del desarrollo regional en Galicia, presentando a todos los interesados el PO FSE y las prioridades que persigue*) y 3 (*Impulsar la participación de los beneficiarios y destinatarios en el desarrollo y consecución de los objetivos del Programa*) supone que todas las personas deben tener información adecuada y transparente sobre el Programa, evitando cualquier tipo de barreras para acceder a ella, en todas las fases de desarrollo del PO y del propio Plan de Comunicación.
- + En relación con los destinatarios y directamente relacionado con lo anterior, el PO garantiza la cofinanciación sin distinción de género. Así, la consideración de las necesidades de las mujeres en el acceso a los diferentes contenidos informativos está garantizada por los desarrollos normativos que se han producido en todos los diferentes niveles administrativos que participan en la ejecución de los fondos.

A ello se une que entre la amplia tipología de beneficiarios potenciales tienen cabida los organismos de promoción de igualdad entre hombres y mujeres. De esta forma, uno de los colectivos fundamentales a los que se pretende llegar toda la información, de forma continua, clara y accesible, sobre el FSE, es aquel interesado en el fomento de la igualdad de oportunidades.

Respecto al acceso de las mujeres a la información sobre las posibilidades de participación como beneficiarias de los programas hay que señalar que las ayudas convocadas han sido siempre objeto de publicación, permitiendo que en los procedimientos de concesión hayan podido participar todas aquellas personas que, cumpliendo con una serie de criterios objetivos, lo hayan considerado pertinente, no habiéndose establecido criterios discriminatorios.

Los mecanismos instaurados para la ejecución del gasto garantizan que el proceso de selección es imparcial y riguroso, garantizando, en todo momento, gracias a la publicidad, la igualdad de oportunidades. En este sentido, se vela por que los criterios de selección y concesión relativos a las solicitudes cumplan las directivas europeas y estén de acuerdo con las prácticas nacionales y regionales. Del mismo modo, se procura que sean muy claros y precisos a fin de facilitar la elección de proyectos de calidad, dando la información oportuna en cuanto a cómo se asignan las ayudas y cómo se garantizará que los promotores de proyectos tengan igualdad de oportunidades.

- + En la práctica, en el diseño de la estrategia de comunicación recogida en el Plan de Comunicación del PO FSE Galicia 2007-2013, se ha tomado, asimismo, en consideración el establecimiento de un sistema de seguimiento y evaluación que integra la prioridad horizontal de Igualdad de Género.

Un ejemplo de ello es la inclusión en los Informes Anuales de los PO de un análisis de las actuaciones desarrolladas en materia de igualdad, cuyo contenido se publica y queda accesible a través de las páginas Web de la Autoridad de Gestión (<http://www.dgfc.sgpg.meh.es/indexPrevio.jsp?Pag=1>) y del propio Organismo Intermedio (<http://www.conselleriadeconomia.es/Web/portal/programa-operativo-feder-galicia-2007-2013>).

Por lo que respecta a los mecanismos de evaluación del Plan de Comunicación, es preciso apuntar que los indicadores de impacto definidos, para estimar los logros conseguidos por las medidas de comunicación, no permiten diferenciar desde una óptica de género los avances y desafíos que las actividades efectuadas han podido generar.

A pesar de lo anterior, un elemento muy positivo que va a posibilitar una mejor integración del enfoque de género en las tareas de evaluación de los Planes de Comunicación es la incorporación, en la *Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación* y, por lo tanto, en el alcance de la propia evaluación, de criterios de igualdad de oportunidades para la identificación de ejemplos y casos de buenas prácticas. De esta forma, se tendrán en cuenta a la hora de seleccionar las actuaciones, entre otros aspectos:

- + La redacción de los contenidos contemplados en publicaciones para que no se haga uso en ningún momento de un lenguaje sexista.
- + El tratamiento de elementos gráficos, en el caso de publicitaciones, web, campañas publicitarias, etc., que tengan en cuenta el principio horizontal de igualdad, cuidando la inclusión de imágenes de actuaciones cofinanciadas por fondos europeos con incidencia positiva sobre la población femenina, o la presencia equitativa en las mismas de hombres y mujeres.

+ Por lo que se refiere a la consideración de la igualdad de género en las actuaciones de información y publicidad queda patente a través de diversos elementos:

+ El uso de un lenguaje no sexista (usando nombres colectivos, perífrasis, desdoblamientos y uso de barras, así como uso de formas personales genéricas o formas verbales no personales, entre otras posibilidades). No obstante, aún es necesario continuar avanzando en este sentido (por ejemplo la sustitución del términos gestores por gestores/as u órganos gestores; beneficiarios por beneficiarios/as tanto en el caso de la propia Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER, Fondo de Cohesión y FSE 2007-2013 como en del Plan de Comunicación; o ciudadanos por población o ciudadanos/as, en el segundo de los documentos).

+ El uso de imágenes no sexistas y/o que potencian la ruptura del rol de género. En definitiva se ha tratado de cuidar el empleo de imágenes que traten de una manera estereotipada la labor de hombres y mujeres (por ejemplo excluyendo a las mujeres del mercado laboral o del desempeño de determinadas profesiones), alimenten tópicos en torno al género o supongan una degradación de las mujeres.

+ La identificación de las necesidades de las mujeres potenciales usuarias. Respecto al acceso de las mujeres a la información sobre las posibilidades de participación como beneficiarias de los programas hay que señalar que las ayudas convocadas han sido siempre objeto de publicación, permitiendo que en los procedimientos de concesión hayan podido participar todas aquellas personas que, cumpliendo con una serie de criterios objetivos, lo hayan considerado pertinente, no habiéndose establecido criterios discriminatorios.

Los mecanismos instaurados para la ejecución del gasto avalan que el proceso de selección es imparcial y riguroso, garantizando, en todo momento, gracias a la publicidad, la igualdad de oportunidades. En este sentido, se vela por que los criterios de selección y concesión relativos a las solicitudes cumplan las directivas europeas y estén de acuerdo con las prácticas nacionales y regionales. Asimismo, se procura que sean muy claros y precisos a fin de facilitar la elección de proyectos de calidad, dando la información oportuna en cuanto a cómo se asignan las ayudas y cómo se garantizará que los promotores de proyectos tengan igualdad de oportunidades

+ La mención expresa a la Igualdad de Género en las actuaciones realizadas. La puesta en marcha de actividades orientadas específicamente a aumentar la visibilidad de la contribución del FSE a los objetivos de igualdad de oportunidades, mediante acciones de comunicación y publicidad, ha favorecido que el público y el conjunto de la ciudadanía perciba con mayor nitidez el papel que la UE desempeña en esta materia en España en general y en Galicia en particular.

De forma particular, la importancia concedida por el PO FSE Galicia 2007-2013 a la igualdad de oportunidades se ha puesto de manifiesto tanto en la definición de sus objetivos como en la puesta en marcha de medidas específicas para mejorar el acceso de la mujer al mercado laboral, reducir la segregación sexista en materia de empleo, reconciliar la vida laboral y privada y promover cambios sobre el reparto de tareas entre hombres y mujeres.

Entre las acciones desarrolladas destacan, en este sentido, la realización de campañas de sensibilización, coeducación y corresponsabilidad; la información y sensibilización social sobre igualdad de oportunidades mediante la difusión de material divulgativo y la organización de campañas, jornadas, congresos, seminarios y exposiciones, con particular insistencia en los empresarios y los funcionarios o el desarrollo de programas de información para diversificar las elecciones profesionales; el desarrollo de estadísticas y estudios, investigaciones y evaluaciones sobre la existencia de situaciones de discriminación por razón de sexo, con especial incidencia en materia de desigualdades salariales y de promoción profesional, y diagnóstico sobre el grado de incorporación del enfoque de género; la creación, entre otras, de una **Unidad de Muller e Ciencia**, que incluye el diseño de un observatorio permanente de la situación de la mujer gallega en términos de actividad científica y tecnológica y el desarrollo de iniciativas dirigidas a fomentar la igualdad de género en ciencia y tecnología.

En este marco, se ha puesto especial atención en cuidar tanto el uso de un lenguaje como el tratamiento gráfico no sexista del mensaje, logrando un avance en relación con los precedentes, si bien el margen de mejora en este ámbito es aún patente.

En consecuencia, y a pesar de detectarse determinados márgenes de mejora para una mayor integración del enfoque de género, la valoración final que se desprende de la presente evaluación, es adecuada, en la medida en que las acciones de comunicación llevadas a cabo han tenido en cuenta los tres grandes ámbitos indicados en la Guía de Seguimiento y Evaluación.

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

La evaluación del grado de avance en la consecución de los objetivos finales establecidos por el Plan de Comunicación requiere realizar una estimación de los impactos ocasionados por las medidas de información y publicidad implementadas hasta marzo de 2010. Se trata, por lo tanto, de medir, de una forma rigurosa, los efectos de carácter más permanente que las actividades de comunicación efectuadas han tenido sobre los principales destinatarios del Plan de Comunicación del PO FSE Galicia 2007-2013.

Para ello, se ha tomado como referencia la metodología propuesta en la *Guía para el Seguimiento y la Evaluación de los Planes de Comunicación*, en la que se plantean los siguientes cinco indicadores de impacto:

- + **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).

Estos indicadores se pueden asociar, fácilmente, con la estrategia de comunicación formulada en el Plan de Comunicación del PO FSE Galicia 2007-2013, a través de los objetivos intermedios de información y publicidad en que se ha materializado. Así, el Objetivo Final 1 (OF.1) de *destacar las oportunidades que, en particular, supone el FSE para todos los ciudadanos y las que, en general, ofrece la Política de Cohesión de la UE* se relaciona, por su parte, con los indicadores I1, I2 e I3, puesto que, tanto el conocimiento por parte de los Órganos Gestores encargados de iniciar, gestionar, ejecutar y controlar las operaciones cofinanciadas, como la satisfacción y utilidad de las acciones de información que se han realizado por la calidad de la información proporcionada, favorecen una adecuada aplicación de las ayudas. Por su parte, el Objetivo Final 2 (OF.2) de *Demostrar 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* se relaciona con los indicadores I4 e I5, ya que la mejora de la notoriedad y visibilidad de la acción de la UE y los Fondos Estructurales pasa por un mejor conocimiento de lo que significan por parte del conjunto de la población.

La obtención del valor cuantificado correspondiente a cada uno de los anteriores indicadores ha precisado el desarrollo de un trabajo de campo específico organizado en los siguientes dos grupos de tareas:

- + La realización de entrevistas a todos los Órganos Gestores de fondos del PO FSE Galicia 2007-2013. Dichas entrevistas se han basado en el contenido del cuestionario incluido en el Anexo 4 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*. Asimismo, se ha llevado a cabo una encuesta telefónica a un grupo de empresas privadas que ha permitido captar la perspectiva del sector privado en tanto beneficiario de Fondos Estructurales.
- + La realización de una encuesta a una muestra representativa del conjunto de la población gallega. El diseño de esta encuesta también ha sido consensuado en el marco del GERIP, e incluido en el Anexo 5 de la citada Guía.
- + La celebración de grupos de trabajo en los que han participado tanto beneficiarios como beneficiarios potenciales y población en general, que ha permitido poner en común la perspectiva de todos los colectivos destinatarios del Plan de Comunicación.

De esta forma, el análisis del impacto de las acciones de información y publicidad sobre los organismos gestores y beneficiarios de las ayudas se estructura en tres ámbitos generales: el grado de conocimiento de las obligaciones de información y publicidad, la tasa de satisfacción y la tasa de utilidad.

El grado de conocimiento de las obligaciones de información y publicidad por parte de los organismos implicados en la administración de las ayudas de los PO resulta **positivo**. Dicha conclusión tiene diferentes ramificaciones, en función del carácter de la información aportada. Así se valoran tres niveles diferentes de información:

- + La perspectiva general contempla el conocimiento existente sobre los aspectos básicos a tener en cuenta para la correcta gestión de la información y publicidad de los fondos, *derivado de la información consultada o facilitada*, de modo que el grado de conocimiento general debido a la información facilitada o consultada alcanza un 75,5%.

En este caso, la **valoración es muy positiva**, dado que el 100% de los Órganos Gestores implicados que han respondido a la pregunta han tenido acceso al Plan de Comunicación, si bien la Dirección Xeral de Desenvolvemento Pesqueiro no ha dado respuesta alguna. Señalar, por otra parte que la Secretaría Xeral de Familia e Benestar deja constancia de que la recepción de dicho Plan fue posterior a la ejecución de las actuaciones desarrolladas que ya están finalizadas.

En la misma línea, la recepción de instrucciones o manual/es que orienten en la respuesta a las obligaciones relacionadas con la materia ha resultado positiva en prácticamente todos los organismos implicados, lo que facilita el adecuado cumplimiento de las mismas.

Asimismo, la *“Guía de publicidad e información de las intervenciones cofinanciadas por los Fondos Estructurales 2007-2013 en Galicia”* y la emisión de instrucciones para el cumplimiento de los requisitos de información y publicidad vinculados a la gestión de los Fondos Estructurales han contado con una importante difusión por parte la Dirección Xeral de Planificación e Fondos, alcanzando al 82% de los Órganos Gestores.

No obstante, se observan ciertas deficiencias en lo que se refiere a la participación de los organismos en jornadas sobre requisitos de comunicación en el presente período de

Programación. Sólo un 55% reconoce su participación en jornadas sobre comunicación. En este sentido, la Xunta de Galicia ha celebrado Jornadas de ámbito más general en las que se han atendido las cuestiones relacionadas con la Información y la Publicidad, si bien a la luz de los resultados recogidos en las entrevistas, este tratamiento ha podido entenderse insuficiente por parte de los Órganos Gestores. Dicha debilidad se corregirá en el futuro a través de la inclusión en todos los cursos/seminarios/jornadas celebradas de un bloque específico de Información y Publicidad.

En este contexto, tienen un especial protagonismo la constitución de Redes de Información y Publicidad que se revelan como los foros principales para la constante actualización de las novedades que se producen en el ámbito de la comunicación de las intervenciones de la Política Regional Europea. Así, la participación de la Dirección Xeral de Planificación e Fondos en el *GERIP (Grupo Español de Responsables de Información y Publicidad)* ha permitido una constante actualización de los requisitos normativos en el área, facilitando la transmisión al resto de los organismos.

Sin embargo, no existe en la Xunta la red específica de responsables de Información y Publicidad entre los/as gestores/as de Fondos Estructurales, por lo que resultaría interesante la creación de una red regional de responsables en materia de comunicación en el marco de la gestión de los Fondos Estructurales que constituyese un vehículo de información para todos los organismos implicados en la gestión de fondos, así como un foro de intercambio de experiencias.

+ Desde la perspectiva aplicada, se refiere al conocimiento que se desprende del *grado de cumplimiento de las obligaciones de información y publicidad, así como de la atención de las recomendaciones realizadas sobre estas cuestiones*. Esta información puede considerarse a la luz de las respuestas de los encuestados **muy satisfactoria**, alcanzando el grado de conocimiento aplicado un valor del 89,4%.

La conclusión principal derivada de la observación de los resultados es la existencia de una clara conciencia sobre la participación europea en la financiación de los proyectos y la necesidad de cumplir los requisitos normativos que ésta supone, como se demuestra por la correcta aplicación de medidas de información y publicidad.

En definitiva, el indicador general alcanza un valor global del 82,4%. Dicho valor refleja que la mayoría de los órganos gestores del Programa han mostrado un alto grado de conocimiento de la normativa comunitaria en materia de información y publicidad de las actuaciones cofinanciadas, así como una notable aplicación práctica de la misma, de hecho, esta última resulta más elevado.

Por lo que se refiere a los beneficiarios privados, la perspectiva resulta diferente. Si bien, de forma general, existe conciencia sobre la necesidad de dar cumplimiento a los requisitos normativos, el nivel de conocimiento de las obligaciones en materia de información y publicidad que supone ser beneficiario del FSE resulta menor que en el ámbito público. Por lo que se refiere a las fórmulas a través de las cuáles se ha trasladado la información a los beneficios, los Órganos Gestores han mantenido una actividad significativa para hacer llegar a los beneficiarios las obligaciones.

Cuando se plantea directamente la pregunta sobre el conocimiento del Plan de Comunicación y el cumplimiento de las obligaciones derivadas del mismo y de la normativa comunitaria para los beneficiarios de la ayuda, las entidades privadas ponen de manifiesto la existencia de una gran burocracia en torno a la cofinanciación de los proyectos, pese a lo cual tienen la certeza de estar dando respuesta estricta a las mismas por dos motivos: en muchos casos se ha procedido a la externalización de la gestión de subvenciones y la realización de verificaciones que garantizan la efectividad del cumplimiento, a lo que se une que las actuaciones cofinanciadas han sido objeto de verificación, lo que ha permitido controlar la correcta ejecución en materia de comunicación.

El impacto producido por la información facilitada a los Órganos Gestores tanto desde una perspectiva global, relacionada con la comunicación de la Política de Cohesión en general y del PO FSE Galicia 2007-2013 en particular, como desde una perspectiva más específica, es decir, relacionada con los procedimientos de gestión de los fondos, se ha medido a través de los indicadores **Tasa de Satisfacción** y **Tasa de Utilidad de las Actuaciones**.

El primero de ellos (**Tasa de Satisfacción**) se ha construido a partir de las valoraciones dadas por los participantes de las sesiones informativas celebradas hasta marzo de 2010 en torno a dos aspectos: la medida en que la información presentada ha servido para adecuar o actualizar los conocimientos y la practicidad de los contenidos de las mismas. Éste ha alcanzado un valor del **70,24%**.

Así, las valoraciones obtenidas han sido positivas en todos los Órganos Gestores que han respondido a la entrevista del equipo evaluador, lo que indica que la satisfacción respecto a la información proporcionada ha sido, elevada, estimulando, por consiguiente, la profundización en los temas tratados. Este hecho favorece la sostenibilidad o durabilidad de los efectos de la información transmitida, y facilita que la comunicación se extienda a todos los ámbitos de la gestión de las administraciones.

No obstante, existe margen de mejora en ambos aspectos, es decir que se plantea la conveniencia de una mayor adaptación de los contenidos de las jornadas formativas a las necesidades de los gestores/as. Unida esta conclusión a la obtenida anteriormente, cabe pensar que la ampliación de la formación debería concentrarse en gran medida en el conocimiento más específico en relación con los Fondos Estructurales y el área de la comunicación.

Esta actividad formativa ha sido complementada por parte de la Xunta de Galicia a través de la presentación de otros canales de información. Así, las actuaciones formativas se han visto apoyadas por la normativa emitida con el fin de orientar la gestión de los Fondos Estructurales, el establecimiento de canales directos para la solución de posibles dudas, como la realización de reuniones bilaterales o la información del Portal Web de Fondos Europeos de la Consellería de Facenda, así como la realización de consultas a través de la misma. Ello garantiza el apoyo continuado del Organismo Intermedio a los Órganos Gestores en la gestión operativa del Plan de Comunicación del PO FSE Galicia 2007-2013, favoreciendo los positivos resultados en términos de conocimiento aplicado. De este modo, la Dirección Xeral de Planificación e Fondos de la Consellería de Facenda (Xunta de Galicia) responde a otra de las medidas recogidas en el Plan de Comunicación (concretamente la medida 14).

Finalmente, un último indicador para medir el impacto de las acciones de información y publicidad sobre los organismos gestores y beneficiarios de las ayudas es el de la Tasa de Utilidad de las Actuaciones. Al objeto de cuantificar dicho impacto, se han analizado de forma independiente las valoraciones de los Órganos Gestores respecto a la organización de actos o seminarios sobre Fondos Europeos y su idoneidad como instrumento de formación e información, alcanzando un valor de 77,98%.

En este sentido, la opinión general apunta hacia la idea de que este tipo de actividades en formato de jornadas o cursos es muy adecuado por la obtención de información de primera mano y la posibilidad de interactuar, destacando el papel desempeñado por la red GERIP como vehículo informativo que ha permitido la detección de errores iniciales entre los Órganos Gestores y su posterior corrección en la atención a los requerimientos en materia de información y publicidad.

La conclusión global permite determinar que el nivel de utilidad de las actuaciones llevadas a cabo en el marco del PO FSE Galicia 2007-2013 ha sido, en consecuencia, **aceptable** alcanzando una mayor valoración por parte de los Órganos Gestores la celebración de jornadas de carácter formativo que han permitido mejorar su capacidad de respuesta a los requisitos normativos del nuevo período de programación en los diferentes ámbitos de gestión y control y, en menor medida, también de evaluación y comunicación.

Cuando las cuestiones se han trasladado a los beneficiarios del sector privado éstos han dejado de manifiesto un mayor desconocimiento de los procedimientos de los Fondos Estructurales y, entre ellos, la información y publicidad.

No obstante, conscientes de la necesidad de efectuar una serie de requisitos para dar cumplimiento a la normativa comunitaria atienden de forma estricta las orientaciones aportadas por los Órganos Gestores. No obstante, la importante carga burocrática que en ocasiones pueden acarrear estas tareas (particularmente en el ámbito de las Pymes) lleva a menudo a las empresas a externalizar la solicitud de las subvenciones, garantizando con ello el cumplimiento de la normativa.

De acuerdo con la información analizada hasta el momento y la vinculación establecida entre los indicadores estimados anteriormente y los objetivos del Plan de Comunicación el **Objetivo Final 1** que pretende destacar las oportunidades que supone el FSE para todos los ciudadanos/as y las que, en general, ofrece la Política de Cohesión de la UE, puede considerarse **relevante**.

El elevado conocimiento de las obligaciones en materia de información y publicidad observado, unido a la calidad de la información que se ha facilitado y la utilidad de las actividades formativas desarrolladas, en el marco de un contexto de apoyo continuado a los gestores en el desarrollo de sus obligaciones, ha fortalecido la capacidad de comunicación y, en consecuencia, la difusión de las posibilidades que brinda el FSE en Galicia y el acceso a su financiación de una forma transparente.

Sin embargo, resulta patente la necesidad de continuar manteniendo una actividad continuada de formación que permita la adaptación de los conocimientos de los Órganos Gestores a las innovaciones en el ámbito de los Fondos Estructurales, adaptando el contenido y estructuración de la misma a sus necesidades reales regional e intensificar el desarrollo de actuaciones

publicitarias de cara a incrementar la visibilidad de las actuaciones cofinanciadas entre el conjunto de la población.

Informar a la opinión pública sobre el papel que desempeña la Unión Europea en colaboración con los Estados miembros en favor de las intervenciones de que se trate y de los resultados de éstas constituye un objetivo prioritario en el período de programación 2007-2013. Dicho objetivo se apoya en la constatación de que la construcción de la actual **Europa de las Regiones** requiere un importante esfuerzo en términos financieros y de inversión, pero también precisa de la percepción y el reconocimiento por la ciudadanía.

Desde esta perspectiva, los resultados de la encuesta realizada a la población gallega sugieren que el PO FSE Galicia 2007-2013 es un instrumento que no ha pasado desapercibido para la mayor parte de los habitantes de la región. Sin duda, la participación de la Comunidad Autónoma en los períodos de programación precedentes y la existencia de estructuras de información ya consolidadas han acercado a la población la acción de la UE a través de este instrumento de la Política Regional.

De hecho, **el 76,3% de los ciudadanos en Galicia dicen saber que la región recibe fondos de la UE** para contribuir a su progreso económico y social, frente a un 23,7% que declara no conocer dicha situación, lo que pone de manifiesto la conciencia que la ciudadanía gallega tiene de la importancia del apoyo de los Fondos Estructurales en el camino hacia la cohesión de las regiones, apoyada en el modelo de desarrollo gallego que se sustenta en tres pilares fundamentales: el económico, el social y el medio ambiental. Esta concienciación se observa en ambos sexos (aunque es más significativa entre la población masculina) y en todos los tramos de edad, especialmente entre la población con una edad comprendida entre los 25 y los 54 años.

En este marco, hay que señalar que el lema elegido de “*El FSE invierte en tu futuro*” para reflejar el papel que juega de la UE en el desarrollo económico y social de Galicia goza de cierta popularidad entre la ciudadanía. En concreto, si bien el Programa es relativamente conocido, aún es preciso reforzar la imagen y el mensaje de la contribución del FSE entre los habitantes, puesto que el 42,9% de las personas que dicen saber de la intervención y los Fondos, no comparten el contenido dado en el lema para destacar la labor de la UE.

Una de las maneras en las que la influencia de la UE es más notoria es la que se produce a través de la Política Regional. En este sentido, **49,9% de la población gallega conoce la existencia del FSE.**

Esta conciencia significativa de la presencia de los Fondos Estructurales en la región, que se intensifica entre la población entre 25 y 54 años y entre la población masculina, puede deberse a varios aspectos:

- + La condición de región *Objetivo 1* en el pasado y *Convergencia* en el actual período de programación ha supuesto la llegada de un volumen significativo de fondos a Galicia que ha permitido la realización de un volumen significativo de proyectos de relieve en las áreas de inversión pública en infraestructuras, ayudas a la inversión productiva privada e inversión en recursos humanos, en el ámbito más específico del FSE, a lo que se unen los importantes proyectos de cooperación desarrollados en el marco del Programa Operativo de Cooperación Transfronteriza España-Portugal, los Programas Operativos de Cooperación

Transnacional SUDOE y Espacio Atlántico y el Programa Operativo de Cooperación Interregional Interreg IVC.

- + En líneas generales, el efecto derivado de los proyectos financiados con los Fondos Estructurales ha supuesto, como queda recogido en los diferentes informes de evaluación realizados tanto en el período de programación 2000-2006 como en el actual, *“positivos efectos reales que las diferentes actuaciones cofinanciadas están produciendo sobre la región gallega. Por lo que cabe destacar, una vez más, el buen funcionamiento mostrado por el POI, esta vez, en términos de consecución de los impactos deseados”*.
- + La importancia de las experiencias de cooperación en las que los Ayuntamientos y Corporaciones Locales, así como las diferentes asociaciones juegan un papel determinante. Su proximidad al territorio y a la realidad de los ciudadanos ha generado una particular sensibilidad de la población gallega en relación a los fondos europeos, especialmente en determinados temas, tales como valorización, promoción y conservación ambiental y de los recursos patrimoniales y naturales.
- + El debate abierto en los medios de comunicación gallegos y entre la población en su conjunto sobre la posibilidad de “perder Fondos procedentes de la UE” en el próximo período de programación.

El informe de Evaluación Ex – ante de los PO FSE de las regiones Objetivo Convergencia españolas deja constancia de que dichos PO abordan una temática que pueden estructurarse en los siguientes ámbitos cuatro ámbitos fundamentales. Los temas considerados abarcan todas las áreas o campos sobre los que la ayuda del FSE ha tenido una repercusión directa.

Todos ellos quedan recogidos en los dos aspectos por los que se ha preguntado a la ciudadanía: la formación y el empleo y las ayudas para la lucha contra la exclusión socio-laboral.

En este marco, la estrategia del PO FSE Galicia 2007-2013 establece entre sus objetivos intermedios el apoyo al desarrollo equilibrado de las zonas urbanas y rurales atendiendo sus problemas socioeconómicos y ambientales; el fomento de la cooperación transfronteriza, transnacional e interregional centrando las actuaciones en apoyo del crecimiento y la creación de empleo, y concretamente mejorando la interconexión física e intangible de los territorios; el refuerzo de la capacidad de gestión de la administración regional en apoyo a la eficacia y transparencia en la ejecución y evaluación de políticas públicas; el aumento de la participación en el mercado laboral y mejorar la calidad y la productividad del trabajo, impulsando la igualdad de oportunidades y la inclusión social de los colectivos más desfavorecidos; el refuerzo de la inversión en la promoción y prevención en el mercado de trabajo y en el bienestar sanitario; la contribución a la adaptabilidad de los trabajadores mejorando las cualificaciones necesarias para la economía del conocimiento y que permitan prolongar la vida laboral; y la mejora de los sistemas de educación y formación de acuerdo con las necesidades de la sociedad, la economía y las empresas.

En torno a tales objetivos se han establecido múltiples ayudas para mejorar el capital humano, las posibilidades de desarrollo profesional de la población activa gallega y la integración de los colectivos más desfavorecidos, con una incidencia directa sobre la ciudadanía, lo que incrementa la visibilidad de las mismas.

De entre quienes conocen la existencia de al menos alguno de los Fondos Europeos considerados (FEDER, FSE y/o Fondo de Cohesión) los temas vinculados con la formación y el empleo son los más reconocidos entre la población gallega en lo que se refiere a los ámbitos de actuación del PO FSE Galicia 2007-2013, con un 57,2%. Ello consecuencia directa de la mayor dimensión del colectivo objetivo al que van dirigidas estas actuaciones en relación con las ayudas a contra la exclusión y/o a personas con discapacidad.

En este último caso destaca, además, la especial sensibilidad mostrada por la población de mayor edad, dado que a medida que aumenta el estrato de edad en el que se concentra el análisis la percepción se hace más significativa.

Desde una perspectiva instrumental, los medios de comunicación social constituyen el principal canal de información para la mayoría de las personas: el 85,4% 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.

Otros soportes de comunicación con un efecto difusor destacado son el material de cartelería y póster (39%), así como las vallas que deben instalarse en las obras de construcción (38,7%).

Es bastante revelador 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 42,5% de las personas encuestadas que afirmaban conocer la existencia de los Fondos Estructurales.

Esta vía resulta especialmente relevante entre la población más joven (entre 15 y 24 años) lo que hace pensar en la importancia del sistema educativo como vehículo para la transmisión de la relevancia que suponen los Fondos Estructurales para España en su conjunto y, de forma particular, para la región gallega. Ello permite que el número de encuestados/as que no tienen una opinión formada en relación con la valoración de los Fondos Estructurales como elementos impulsores del desarrollo regional (*"indecisos"*) sea considerablemente menor a la media. De hecho, este estrato de población es el que realiza una valoración más positiva de la aportación de los Fondos Estructurales al desarrollo socio económico de España y de Galicia: el 80% considera que es, cuando menos, positiva su repercusión, en tanto para el conjunto de la población este nivel se sitúa en el 71,9%). En todo caso, dichos valores muestran un notable grado de confianza en la importancia de la Política de Cohesión.

Para el conjunto de la población, sin embargo, se observa un porcentaje no desdeñable de *"indecisos"* que asciende al 11,1%, al 14,1% entre la población femenina. Ello es un indicador de la necesidad de continuar avanzando en la comunicación, mejorando la información aportada en relación tanto el apoyo financiero de los Fondos, como a otros beneficios derivados que aportan valor añadido, como la cooperación y el partenariado o la buena gobernanza en la administración de los recursos, gracias a los sistemas de seguimiento, evaluación y control de las ayudas comunitarias.

Del mismo modo, el beneficio de la pertenencia a la UE también es percibido por dos de cada tres ciudadanos españoles, que opina que el país se ha favorecido de formar parte en este

proyecto conjunto. Esta valoración supone 9 puntos porcentuales más que la media europea (57%). Son los ciudadanos irlandeses (81%) y eslovacos (80%) los que en mayor medida creen que sus respectivos países se han beneficiado con la adhesión. En el extremo contrario encontramos a húngaros (38%), letones (37%) y ciudadanos británicos (36%).

En conclusión, la sensibilidad de la población gallega con respecto a la contribución de los Fondos Estructurales y, de forma particular, del FSE al desarrollo socio-económico de la región puede considerarse **positivo**, si tenemos en cuenta que, como ha quedado patente en el análisis realizado, el 49,9% de la población encuestada conoce la existencia del FSE.

Así, el avance estimado en el Objetivo Final 2, medido a través de los indicadores de impacto 4 y 5, el **Grado de conocimiento de los Fondos Estructurales** y al **Grado de conocimiento del papel desempeñado por la UE**, puede considerarse **muy significativo**.

Sin embargo, la existencia de un conjunto notable de encuestados/as que no consideran positivo su papel o que pueden considerarse “indecisos”, hace que el margen de acción por parte de las autoridades de PO FSE Galicia 2007-2013, así como por parte de los beneficiarios y Órganos Gestores sea aún significativo. Para ello, parece fundamental incidir en el recurso a las actuaciones publicitarias por parte de los Órganos Gestores que hasta el momento ha resultado poco relevante.

TABLA 2. RESUMEN DE LOS INDICADORES DE IMPACTO

INDICADOR		VALOR	OBJETIVOS DEL PLAN
Grado de conocimiento de las obligaciones existentes	Perspectiva general	75,5%	Objetivo final 1
	Perspectiva aplicada	89,4%	
Tasa de satisfacción respecto a la información facilitada		70,24%	
Tasa de utilidad de las actuaciones		77,98%	
Grado de conocimiento de los fondos estructurales - FSE		49,9%	Objetivo final 2
Grado de conocimiento del papel desempeñado por la UE		76,3%	

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES: PROPUESTAS DE MEDIDAS A ADOPTAR

El carácter pragmático del presente informe de evaluación queda especialmente en los capítulos 7 y 8. De forma específica, el presente capítulo recoge las principales conclusiones derivadas de los análisis realizados y trata de plantear alternativas de actuación que permitan avanzar en la superación de los elementos críticos identificados, posibilitando con ello una mejora en términos de eficiencia en la política de comunicación del FSE en la región gallega.

Conviene tener presente, no obstante, que las consideraciones recogidas a continuación no tienen un carácter exhaustivo, siendo precisa la lectura íntegra del Informe de cara tanto a una mejor comprensión de las mismas, como a una visión más completa de la situación actual de la información y publicidad relativa a las intervenciones cofinanciadas con FSE en Galicia y de los resultados que el Plan de Comunicación del PO está produciendo hasta la fecha.

1. El importante papel de coordinación que está realizando, desde el primer momento, el GERIP para la mejora de la gestión de la comunicación, ha permitido formular una estrategia de comunicación de los Fondos Estructurales en España común para el conjunto de los Programas Operativos. En el marco de dicha Red se ha procedido al establecimiento de unos objetivos consensuados y de unos grupos destinatarios compartidos por todos ha supuesto un refuerzo considerable de la estrategia de comunicación general en España respecto al período 2000-2006, evitando una excesiva dispersión y favoreciendo la generación de sinergias para una mayor difusión del mensaje de los Fondos Estructurales y de la Política de Cohesión de la UE.

La planificación de la información y publicidad de los Fondos Estructurales en Galicia se ha llevado a cabo de forma particularizada para el FEDER y el FSE. Esto ha dado lugar a un Plan de Comunicación monofondo para el PO FSE Galicia 2007-2013, a pesar de lo cual el grado de coordinación de la política de comunicación vinculada a los Fondos Estructurales es elevada y está garantizada por el papel coordinador jugado por la Dirección Xeral de Planificación e Fondos.

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 (manteniendo la política coordinada de comunicación en el ámbito de los Fondos Estructurales).*

Del mismo modo, esta red podría convertirse en el foro que permitiese implicar en mayor medida a los beneficiarios privados de las ayudas, dentro de la estrategia, buscando con ello una mayor eficacia del despliegue de la misma hacia las empresas, fundamentalmente.

2. El alcance del Plan de Comunicación responde, convenientemente, al determinado por el artículo 2 del Reglamento (CE) Nº 1828/2006 de la Comisión de 8 de diciembre de 2006 por el que se fijan normas de desarrollo para el Reglamento (CE) Nº 1083/2006 del Consejo de 11 de julio de 2006 por el que se establecen las disposiciones generales relativas al Fondo Europeo de Desarrollo Regional, al Fondo Social Europeo y al Fondo de Cohesión, puesto que considera todos los aspectos que en él se citan. De esta forma, la información y

publicidad se ha integrado en todas las etapas del ciclo de aplicación de los Fondos: desde las fases iniciales de diseño y preparación de las operaciones, hasta su ejecución, seguimiento, control y difusión final de los resultados alcanzados.

De acuerdo con ello se observa un elevado grado de pertinencia, debido a que la oferta de comunicación que implica está organizada en función de los grupos de destinatarios identificados: beneficiarios, beneficiarios potenciales y población en general. Todas las Medidas del Plan apuntan concretamente a su grupo destinatario y el contenido de las mismas se ajusta, de manera adecuada, a sus necesidades de información. Además, existe una coherencia plena entre las medidas programadas y los objetivos definidos en el Plan de Comunicación.

3. La ejecución de las actuaciones de información y publicidad (evaluada a partir de los “Indicadores de Comunicación”) se ha situado en unos niveles positivos si tomamos en consideración la evolución de los indicadores que, en media, superan el 64% de eficacia en el período comprendido entre 2007 y primer trimestre de 2010.

La ejecución lograda ha permitido llegar a todos los grupos destinatarios del Plan, en particular a los potenciales beneficiarios y beneficiarios del PO, debido a que sus necesidades de información son mayores al comienzo de la programación (en materia de gestión, seguimiento y control de las ayudas comunitarias).

No obstante, el alcance de dicha ejecución difiere entre los diferentes organismos implicados e indicadores. De hecho, la evolución prevista en el comportamiento de los indicadores garantizaría, de proseguir la tendencia marcada por estos tres primeros años, el logro de los objetivos establecidos en casi todos los indicadores de seguimiento. No obstante, se aprecian ciertas dificultades en el indicador de número de visitas a páginas web y las acciones de difusión.

RECOMENDACIÓN 2: Establecer un sistema de recopilación de la información y seguimiento del volcado en la aplicación informática que impida la aparición de errores que condicionen el seguimiento de las actuaciones desarrolladas y corregir los datos de ejecución que muestran valores anormales como consecuencia de errores en la introducción y grabación de la información.

Sería conveniente, asimismo, grabar la información en el momento en el que se genera, es decir, cuando se realiza la actividad que se trate.

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) para comprobar las posibilidades de alcanzar los objetivos de cara al futuro inmediato. En todo caso, se recomienda fomentar la utilización de Internet como vía de acceso a la información.

RECOMENDACIÓN 5: De cara a las próximas anualidades, es preciso incrementar la ejecución en las actividades de comunicación basadas en soportes de cartelería de cara a

recuperar el ligero retraso acumulado en estos tres primeros años de funcionamiento del Programa.

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).*

✦ Este desarrollo se ha visto favorecido en gran medida por el elevado conocimiento que los beneficiarios y gestores tienen de los requerimientos normativos en materia de información y publicidad, impulsado por la actuación del Organismo Intermedio. Así, la Dirección Xeral de Planificación e Fondos ha llevado a cabo diversas actuaciones de apoyo a la implementación de la estrategia buscando un carácter de excelencia, caracterizadas por niveles de utilidad y satisfacción notables, como la elaboración de la “Guía de Publicidad e información de las intervenciones cofinanciadas por los Fondos Estructurales 2007-2013 en Galicia” o el asesoramiento prestado a los Órganos Gestores para que integren las tareas relacionadas con el cumplimiento de las obligaciones reglamentarias de información y publicidad y del Plan de Comunicación entre sus cometidos habituales de gestión de las ayudas comunitarias (mediante la celebración de jornadas de formación y la atención particular de las dudas planteadas).

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, de forma específica a aquellos que han dejado constancia de las necesidades al respecto en el proceso de la presente evaluación.*

4. El principio de Igualdad de Oportunidades ha quedado plenamente recogido tanto en la definición de la estrategia como en la identificación de los destinatarios de las actuaciones del Plan de Comunicación. Asimismo, desde una perspectiva más aplicada, se observa una tendencia creciente a la atención del uso de un lenguaje no sexista y de imágenes no estereotipadas. No obstante, existe un margen de maniobra mayor en la realización de medidas de información y publicidad específicamente orientadas a promover la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres.
5. Los sistemas de control del PO FSE Galicia 2007-2013 se han diseñado siguiendo las disposiciones reglamentarias. Las listas de comprobación que se aplican para las verificaciones cuentan con cuestiones relativas a los aspectos de la información y publicidad de la participación de los fondos europeos en la financiación, adaptándose a los reglamentos comunitarios y las obligaciones en esta materia que se imponen en los mismos, así como al Plan de Comunicación.
6. El impacto de las acciones de información y publicidad sobre los colectivos beneficiados por los proyectos ha sido muy relevante. Prueba de ello es que los Órganos Gestores de los PO FSE Galicia 2007-2013 tienen un alto grado de conocimiento de la normativa europea en materia de información y publicidad de las actuaciones cofinanciadas.

No obstante lo anterior, existe margen de mejora en varios ámbitos: la comunicación institucional en la que cabe una mayor ponderación de la procedencia de la financiación de

las actuaciones y la mayor implicación de los beneficiarios privados en el ámbito de la comunicación.

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.

7. El papel que desempeña la UE a favor del desarrollo económico, social y territorial de Galicia es ampliamente reconocido por la mayor parte de la población: el 76,3% de los ciudadanos de la región saben que recibe apoyo financiero de la UE. Por su parte, el 49,9% del total de entrevistados conocen el FSE.
8. Los medios de comunicación social son el principal canal de transmisión de información al que accede la mayoría de la población. No obstante, la percepción ciudadana hace que la comunicación se dirija más al producto final ("proyecto") que al origen financiero ("los fondos"). Llama la atención el poder difusor de la comunicación interpersonal, como segunda forma de acceso más importante a la información relacionada con los Fondos y la Política Regional.

RECOMENDACIÓN 9: Al objeto de aumentar la repercusión del Plan, se deberían 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: Dado que el nivel de conocimiento de la aportación de la UE al desarrollo regional y, de forma específica, del FSE resulta menor entre la población más joven (entre 15 y 24 años), sería conveniente llevar a cabo actuaciones de información y publicidad orientadas a tal colectivo de forma específica. Así, las medidas de difusión y publicidad a través de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación, sobre todo en los medios más frecuentados por los jóvenes, como por ejemplo "banners" en webs sociales tipo Facebook, etc. junto a la impartición de módulos específicos de divulgación sobre la Política de Cohesión y de Fondos Estructurales entre el profesorado y el alumnado pueden resultar recursos eficientes.

RECOMENDACIÓN 11: En el mismo sentido, entre la población femenina este conocimiento ha sido menor que en el caso de los hombres. En este ámbito, se podrían adoptar, por ejemplo, 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, tratando de impulsar la transmisión a través terceras personas, que, en el caso de las mujeres, es uno de los canales más efectivos.

RECOMENDACIÓN 12: Incidir en la relación entre las actuaciones cofinanciadas y el eslogan "El FSE invierte en tu futuro", de modo que la población asocie de forma inmediata el mismo con la ayuda del FSE.

8. BUENAS PRÁCTICAS

La detección, análisis y transferencia 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 Galicia 2007-2013, de forma más particular.

De acuerdo con ello, el presente capítulo define, con ayuda del marco conceptual que representa la *“Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER, Fondo de Cohesión y FSE 2007-2013”* los casos de buenas prácticas que se han desarrollado en el marco del Plan de Comunicación desde el año 2007 hasta el primer trimestre de 2010.

En este contexto, se ha tratado de aportar una definición operativa, clara y motivadora de lo que constituye una buena práctica, de modo que sirva para ilustrar, con ejemplos representativos, el comportamiento que favorece la mejora de la visibilidad de los resultados de la Política Regional en la Comunidad Autónoma de Galicia y la transparencia en la gestión de los Fondos Estructurales.

Así, se estima que constituye una buena práctica aquel proyecto o actuación, técnica o medio de gestión vinculado al ámbito de la información y la publicidad en el que confluyan varias de las siguientes características: uso de recursos innovadores en la presentación, organización y/o desarrollo; adecuación de los contenidos a los objetivos perseguidos; incorporación de criterios de Igualdad de oportunidades; adecuación con el objetivo general de difusión de los fondos; alto grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción de comunicación; evidencia de un alto grado de calidad y uso de nuevas tecnologías de la información.

Esta selección de buenas prácticas bajo los criterios homogéneos recogidos en la *“Guía Metodológica”* en todos los ámbitos, garantiza, de un lado la eficacia y transparencia, al tiempo que facilita el intercambio de experiencias en los foros habilitados para ello, destacando las redes INFORM e INICIO, así como GERIP y GRECO-AGE.

Además, el diseño del sistema, tanto para las tareas de seguimiento, como para las de evaluación permite mantener un registro de todas las actuaciones que a lo largo de cada anualidad han sido consideradas buenas prácticas en los Informes Anuales de Ejecución y en los correspondientes Informes de Evaluación.

Adicionalmente, la identificación de estos ejemplos de buenas prácticas permite ilustrar muchas de las conclusiones recogidas anteriormente, poniendo en valor la variedad de las actuaciones desarrolladas, su calidad y la adecuación de las mismas a los criterios recogidos en el Plan de Comunicación, así como su contribución a los objetivos generales de la Política Regional Europea.

1. ELABORACIÓN Y ACTUALIZACIÓN DE LA PÁGINA WEB DE LA DIRECCIÓN XERAL DE PLANIFICACIÓN E FONDOS DE LA CONSELLERÍA DE FACENDA DE LA XUNTA DE GALICIA.

La actuación ha consistido en la creación en 2008 de un portal Web (<http://www.conselleriadefacenda.es/Web/portal/area-de-planificacion-e-fondos>) con la finalidad de centralizar la información disponible en torno a la planificación económica de la Xunta de Galicia y la programación, gestión, evaluación y seguimiento de los Programas Operativos FEDER y FSE Galicia 2007-2013 y los documentos más relevantes del Marco Comunitario 2000-2006.

El contenido de la Web se actualiza de forma periódica, recogiendo todos aquellos aspectos que se consideran útiles y relevantes para el buen desempeño y utilización de los recursos de la Política de Cohesión en Galicia, lo que garantiza su fiabilidad como vehículo de información tanto a los beneficiarios, como a los beneficiarios potenciales y al conjunto de la población.

El portal se constituye, además, como una ventana abierta al público en general, siendo punto de referencia en la difusión de noticias relacionadas con los Fondos Estructurales y de actos celebrados en torno a los POs, incluyendo la Cooperación Territorial Transfronteriza España-Portugal, con especial atención la Comunidad de Trabajo Galicia-Región Norte de Portugal, la Transnacional Espacio Atlántico y Espacio Sudoeste Europeo y la Interregional Interreg IVC.

Adicionalmente, en la página Web se ha incluido un apartado específico relacionado con las actuaciones de Información y Publicidad en el que se incluye una descripción de todas ellas, con la incorporación de toda la documentación gráfica generada en las mismas (carteles, folletos, documentos de presentación, cuñas de radio, etc). De este modo se abre al conjunto de la población la posibilidad de acceder a toda la información generada en torno a los POs FEDER y FSE de Galicia, en el período 2007-2013, de una manera directa.

La actuación seleccionada cumple con todos los criterios establecidos en la Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación:

- + **Uso de recursos innovadores en la presentación, organización y desarrollo.** La aludida inclusión en el menú de la Web de un apartado específico de publicidad e información es un elemento original a resaltar en dicho portal. En el mismo se deja constancia de la importancia adquirida por las tareas de información y publicidad en el período 2007-2013, al tiempo que se detallan todos los documentos vinculados a la planificación de la estrategia de Comunicación en la Comunidad Autónoma. Por otra parte, se procede a la enumeración y descripción detallada (con un carácter eminentemente gráfico) de todas las actuaciones desarrolladas.
- + **Adecuación de los contenidos a los objetivos establecidos.** El Portal Web, a través de la difusión de la información que recopila, contribuye a los dos objetivos intermedios establecidos en el Plan de Publicidad, informando sobre las oportunidades financieras y de participación que ofrecen los programas, y dotando de visibilidad a los POs y al papel desempeñado por la UE. El propio portal Web nace como herramienta de comunicación y difusión de información, de cara a los distintos grupos destinatarios del Plan, y como herramienta de trabajo, destinada a los gestores de los POs FEDER y FSE Galicia 2007-2013. De hecho, en la práctica la Web constituye un referente fundamental tanto en la fase de lanzamiento como en las de ejecución de las intervenciones y difusión de los resultados contribuyendo al cumplimiento de todos y cada uno de los objetivos específicos del Plan de Comunicación.

- + **Incorporación de criterios de Igualdad de Oportunidades.** El Portal ha tenido un gran cuidado en la difusión de sus contenidos, sin hacer uso en ningún momento de un lenguaje sexista ni imágenes discriminatorias, respetando en todo momento la igualdad de género.
- + **Adecuación con el objetivo general de difusión de los Fondos.** Se trata de una acción específica en materia de información y publicidad contemplada en los Planes de Comunicación (Medida 19 del FEDER y Medida 15 del FSE) para mejorar el conocimiento de la opinión pública sobre la Política de Cohesión Europea y la importancia de los fondos FEDER y FSE en el bienestar y el desarrollo económico de Galicia. La actuación ha contribuido al objetivo de lograr la más amplia difusión de la Política Regional Europea y de su articulación en Galicia, a través de los POs FEDER y FSE Galicia 2007-2013.
- + **Alto grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción.** El contenido de la Web tiene como destinatarios a los tres colectivos hacia los que están orientadas las medidas contenidas en el Plan de Comunicación:
 - a) De un lado, a los beneficiarios potenciales en la medida en que presenta una información actualizada de las posibilidades que representan los PO en la región, es decir, la difusión de aquellos aspectos considerados útiles de cara a impulsar la participación de posibles interesados
 - b) Los beneficiarios y Órganos Gestores que intervienen en la gestión de los POs, con la finalidad de facilitarles sus tareas y hacerles llegar, asimismo, la información actualizada relacionada con la política regional y los Fondos Estructurales.
 - c) El público en general, a través de la divulgación, entre otros, de los logros alcanzados.
- + **Evidencia de un alto grado de calidad.** La incorporación de toda la información generada, la amplia cobertura señalada y la significativa participación de los interesados, observada en el creciente número de visitas a la Web, son prueba de su elevada aceptación y la calidad. A ello se une el hecho de que se ha convertido en un espacio de trabajo en red, apoyado, además, por la inclusión de los principales enlaces de interés que permiten agrupar en una única página toda la información relacionada con la Política de Cohesión en la región.
- + **Uso de nuevas tecnologías de la información.** El desarrollo del Portal Web constituye una importante muestra de la incorporación de las TIC a los procesos internos de las Administraciones Públicas, y a las actuaciones relacionadas con la Información y Publicidad de los Fondos Estructurales.



Presentación del contenido de Planificación y Fondos en la página Web de la Consellería de Facenda (Xunta de Galicia)



Publicidad e Información en el ámbito de la Planificación y Fondos de la página Web de la Consellería de Facenda (Xunta de Galicia)

2. ELABORACIÓN DE UNA GUÍA DE PUBLICIDAD E INFORMACIÓN DE LAS INTERVENCIONES COFINANCIADAS POR LOS FONDOS ESTRUCTURALES 2007-2013 EN GALICIA.

La acción ha consistido en la realización de una Guía de Publicidad e Información destinada a todos los órganos implicados en la gestión de los Fondos Estructurales de la región, a los beneficiarios potenciales y al público en general, en la que se recogen orientaciones prácticas de gran utilidad para facilitar a los mismos el cumplimiento de las normas de Publicidad e Información y difundir y visualizar mejor la acción de la UE y de la Política Regional en Galicia a través de los POs FEDER y FSE Galicia 2007-2013.

En dicha Guía, que contiene 32 ejemplos orientativos, se detallan todas las obligaciones a cumplir en materia de información y publicidad de las intervenciones, ya sean derivadas de la normativa comunitaria o de lo dispuesto en los Planes de Comunicación de los POs FEDER y FSE Galicia 2007-2013.

La actuación seleccionada cumple con todos criterios establecidos en la Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación:

- + **Uso de recursos innovadores en la presentación, organización y desarrollo.** La acción desarrollada se ha caracterizado por una gran originalidad, al combinar la exposición de las normas de comunicación con ejemplos gráficos muy prácticos y visuales que ilustran las explicaciones.
- + **Adecuación de los contenidos a los objetivos establecidos.** El fin perseguido es disponer de una herramienta útil para facilitar a los gestores el cumplimiento de los requisitos de publicidad e información de la Unión Europea para el período 2007-2013 en los Fondos Estructurales en Galicia, al facilitar instrucciones sencillas que permiten una adecuada comprensión de los procedimientos a seguir en materia de información y publicidad de los fondos.
Adicionalmente es una vía indirecta para garantizar la mayor visibilidad de las actuaciones cofinanciadas con Fondos Estructurales.
En consecuencia, contribuye al cumplimiento de los dos objetivos intermedios del Plan de Comunicación y, por ende, al objetivo general de concienciar a la ciudadanía gallega de lo que la UE hace a favor del desarrollo regional de Galicia a través del PO y de su contribución financiera comunitaria.
- + **Incorporación de criterios de Igualdad de Oportunidades.** La Guía ha tenido un gran cuidado en la redacción de sus contenidos, que en ningún momento hace uso de un lenguaje sexista. Además, los ejemplos gráficos que se han incluido han tenido en cuenta este principio horizontal.
- + **Adecuación con el objetivo general de difusión de los Fondos.** Se trata de una acción específica en materia de información y publicidad, contemplada en los Planes de Comunicación (Medida 29 del FEDER y Medida 9 del FSE), con la que se pone a disposición de los Órganos Gestores, beneficiarios de los fondos y público en general el cumplimiento de los instrumentos necesarios para difundir el papel de la UE en la región gallega a través del FEDER y del FSE.
- + **Alto grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción.** La Guía tiene como principales destinatarios a los Organismos Intermedios de los POs FEDER y FSE Galicia 2007-2013, a los Órganos Gestores y ejecutores de las operaciones cofinanciadas, así como a los

organismos colaboradores de los Programas Operativos, a los beneficiarios de la ayuda comunitaria y al público en general.

Las herramientas de comunicación utilizadas han sido diversas, ya que la Guía se ha proporcionado a todos los gestores, a través de comunicación electrónica, en soporte papel, y mediante la página web de la Dirección Xeral de Planificación e Fondos de la Consellería de Facenda de la Xunta de Galicia, lo que ha dado una significativa amplitud a la cobertura de la misma.

- + **Evidencia de un alto grado de calidad.** El resultado obtenido puede considerarse como muy positivo. El diseño atractivo y las claras orientaciones recogidas facilita las tareas de comunicación a todos los organismos implicados con responsabilidades en la materia, dejando clara cuáles son las tareas que deben llevar a cabo, así como las fórmulas para hacerlo.

Además, la previsión de realizar periódicamente actualizaciones que permitan la incorporación de cuales cambios se planteen en los requisitos normativos garantiza su eficiencia.

- + **Uso de nuevas tecnologías de la información.** Las TIC han sido uno de los canales utilizados para la difusión de la Guía por internet, ya que se permite su descarga desde el portal web de la Dirección Xeral de Planificación e Fondos.

Adicionalmente, en el capítulo 8 de la Guía se recogen una serie de páginas Web de interés que permite contar en un único documento con todas las direcciones en las que poder resolver dudas en el caso de que éstas pudieran surgir en el proceso de implementación de las indicaciones recogidas en la Guía.



3. JORNADAS SOBRE AYUDAS PÚBLICAS Y FONDOS COMUNITARIOS. JORNADAS PARA GESTORES DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE GALICIA.

La acción ha consistido en la realización de unas jornadas a través de módulos teórico-prácticos orientados a informar sobre la correcta gestión de las ayudas públicas y fondos comunitarios en la Comunidad Autónoma de Galicia.

El objetivo perseguido era reforzar y actualizar la información de los gestores y coordinadores de los procedimientos de gestión de ayudas públicas y fondos comunitarios para conseguir una correcta intervención de los organismos intermedios, entidades colaboradoras y beneficiarios finales.

Estas jornadas se enmarcan en una política de apoyo continuo a los beneficiarios y Órganos Gestores de los Fondos Estructurales en Galicia, erigiéndose en un instrumento muy importante de comunicación e información para la colaboración y buena práctica en la gestión de las ayudas públicas y fondos comunitarios mediante el encuentro de los funcionarios que intervienen en los procedimientos de planificación, gestión, seguimiento y control. Se ha elaborado un programa que consta de ocho módulos que cubren toda la materia más relevante en el ámbito de las ayudas de estado y de la gestión y control de los fondos. Particularmente en el módulo VII se aborda el tema de indicadores y de los Planes de comunicación.

En la práctica, la celebración de seminarios, sesiones o jornadas constituye un recurso recurrente en el caso de la Xunta de Galicia, que ha celebrado, junto a éstas otras sesiones, como la Jornada de Gestión y Control de los Gastos FEDER en el período de programación 2007-2013 o las Jornadas de cooperación Unión Europea-América Central-Galicia (17-19 diciembre 2009).

Todo ello ha servido para informar acerca de los procedimientos de gestión de los Fondos, que tendrá continuidad en las anualidades posteriores ampliando la temática y adaptándola a las necesidades puestas de manifiesto por los beneficiarios en la comunicación continuada que mantienen con el Organismo Intermedio.

La actuación seleccionada cumple con todos criterios establecidos en la Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación:

✦ **Uso de recursos innovadores en la presentación, organización y desarrollo.** La acción desarrollada se ha caracterizado por una gran originalidad, al combinar la exposición teórica con los aspectos prácticos a través de ejemplos y/o herramientas que ilustran de una forma muy visual las explicaciones. En este sentido debe destacarse la utilización de la aplicación informática SANI (herramienta para la comunicación de las ayudas de estado a la UE) en red para ilustrar las características y el tipo de información que se facilita a la UE cuando se realiza una comunicación.

Además, las herramientas de comunicación utilizadas han sido diversas, ya que toda la documentación de las jornadas se ha proporcionado a todos los gestores de la Xunta (participantes y no participantes), tanto en soporte papel, como en versión electrónica y a través de la web de la Consellería de Facenda.

✦ **Adecuación de los contenidos a los objetivos establecidos.** De acuerdo con el objetivo perseguido, definido anteriormente, la actuación contribuye de forma directa a la consecución de los objetivos intermedios perseguidos durante la fase de ejecución de las

intervenciones poniendo a disposición de los agentes la información necesaria para una gestión eficiente de los recursos.

- + **Incorporación de criterios de Igualdad de Oportunidades.** En las jornadas se ha hecho hincapié en la importancia de la política horizontal de igualdad de oportunidades en el seno de la política de cohesión y de su reflejo en los programas operativos FEDER y FSE. Ello se hizo patente a través de varios aspectos: a) se destacó la importancia de la Igualdad de Oportunidades entre Hombres y Mujeres como un factor esencial en los procedimientos de programación, ejecución, control, seguimiento y evaluación; b) porque la representación, ya sea entre los ponentes, como entre los asistentes, ha mostrado una integración del principio de igualdad de género en todas las áreas de gestión y control de los Fondos Estructurales, tanto en el Organismo Intermedio, como en los Órganos Beneficiarios y c) porque la presencia del Servizo Galego de Promoción da Igualdade do Home e da Muller, como organismo que impulsa las políticas de Igualdad de Oportunidades en la Comunidad Autónoma garantiza la contribución al logro de las metas propuestas en esta materia.
- + **Adecuación con el objetivo general de difusión de los Fondos.** El desarrollo de las jornadas constituye en sí misma una acción específica en materia de información y publicidad, contemplada en el Plan de Comunicación (Medida 28 del FEDER), con la que se transmite a los gestores de los Fondos el papel de la UE en la región y, en consecuencia, mejora la comprensión general de la opinión pública sobre la Política de Cohesión Europea y el conocimiento de la importancia del FEDER en el bienestar y el progreso.
- + **Alto grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción.** Las jornadas se han dirigido no sólo a los gestores de los Fondos en el momento de la celebración de las jornadas, sino también a los beneficiarios potenciales.
Adicionalmente, el material (pen con toda la legislación y manuales en relación con los Fondos, carpetas con las ponencias y presentaciones en Power Point) se ha distribuido a todos los Órganos Gestores de Fondos y volcado en el portal de internet de la Consellería de Facenda, dando la posibilidad de acceder a él a todos los organismos interesados.
- + **Evidencia de un alto grado de calidad.** El resultado obtenido puede considerarse como muy positivo, tanto por la información transmitida, como por la forma en que se ha hecho, que ha permitido acercar, de una manera muy accesible, todos los procedimientos de gestión control e información y publicidad de los fondos y la problemática concreta de las ayudas pública en el marco de la política de competencia de la UE.
Los resultados derivados tanto en el corto como en el medio plazo de la transmisión de información realizada en las jornadas han comenzado a ponerse de manifiesto, habiéndose logrado un mayor conocimiento por parte de los beneficiarios que ha derivado en una implicación, asimismo, mayor en la gestión de los Fondos Estructurales en la Comunidad Autónoma.
- + **Uso de nuevas tecnologías de la información.** Las TIC han sido uno de los canales utilizados para la difusión del contenido de las jornadas, ya que se permite su descarga desde el portal web creado de la Consellería de Facenda.



Cartel de las Jornadas



Tríptico Programa de las Jornadas



Fotografías de la celebración de las Jornadas

4. REVISTA CUATRIMESTRAL ULTREIA DE POLÍTICA REGIONAL EUROPA EN GALICIA.

La acción consiste en la publicación de la revista ULTREIA por parte de la Dirección Xeral Planificación e Fondos, como Organismo Intermedio, cuyo objetivo es dar a conocer la utilización que en Galicia se hace de los fondos europeos, tanto estructurales (FEDER y FSE) como sectoriales (FEADER e FEP), mostrando ejemplos, anécdotas, reseñas, entrevistas y semblanzas de personalidades y gestores de fondos que contribuyen a mejorar la transparencia en la utilización de los fondos y a su conocimiento.

La edición de la propia revista constituye en sí una herramienta clave de comunicación, que se ve reforzada con su inclusión en la web de la Dirección Xeral de Planificación e Fondos.

La actuación seleccionada cumple con todos criterios establecidos en la Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación:

✦ **Uso de recursos innovadores en la presentación, organización y desarrollo.** La publicación se ha caracterizado por una gran originalidad, al combinar la difusión de información con relación a las actuaciones cofinanciadas por los Fondos Europeos, con entrevistas a responsables directos de la gestión de los Programas, y personalidades relevantes de la actualidad comunitaria, en un formato atractivo y accesible para el público general. La consideración de la temática, proyectos y gestores de la Cooperación Territorial, hace además de la revista un medio a través del cual se contribuye a la difusión de la importancia de estrategias interterritoriales, que faciliten el acercamiento de la población de distintos territorios, para el alcance de objetivos comunes en temas culturales, sociales y medioambientales.

✦ **Adecuación de los contenidos a los objetivos establecidos,** ya que a través de la publicación de la revista ULTREIA se dan a conocer los Fondos Europeos en Galicia, para qué sirven, cómo se utilizan, qué impacto tienen en la región dichos fondos y, para ello, no sólo se describe la actuación, sino que se incluyen ejemplos ilustrados con fotografías, que permiten dar una imagen “más real” de la contribución europea en Galicia. Los contenidos de la revista se adecuan al objetivo general de difundir de una manera atractiva, amena y gráfica el papel de los fondos europeos en Galicia, sobre las actuaciones desarrolladas en Galicia con fondos europeos, y sobre las novedades en el ámbito de la Política regional europea.

Esta finalidad es totalmente coherente con el objetivo estratégico establecido en el Plan de Comunicación, que persigue dotar de visibilidad a los Programas Operativos del Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) y del Fondo Social Europeo (FSE) en Galicia.

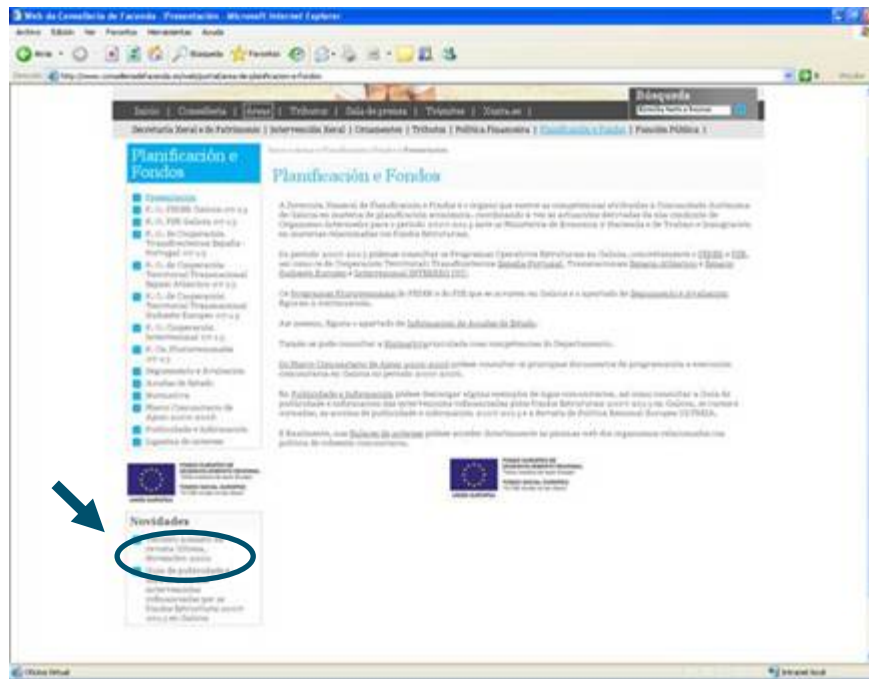
✦ **Incorporación de criterios de Igualdad de Oportunidades.** Se ha tenido un gran cuidado en la redacción del contenido de la revista, ya que en ningún momento se hace uso de un lenguaje sexista.

Asimismo, se han tomado en cuenta los criterios de igualdad de oportunidades tanto en lo relativo a los temas tratados en los diferentes números de la revista (como ejemplo la reseña sobre el proyecto “Eles tamén” -“Ellos también”-, en el número 3 de la revista, que tiene como objetivos principales la promoción de experiencias e intercambios de información, desde el punto de vista de la actuación de las asociaciones de hombres por la igualdad), como a la selección de personalidades de importancia en la construcción europea (como ejemplo véase la sección titulada “Pais e Nais de Europa” -“Padres y

Madres de Europa”, en castellano- en la que en el segundo número, el personaje es Simone Veil).

En las imágenes gráficas incluidas, se ha tenido en cuenta este principio horizontal a través de referencias tanto a la población masculina como a la femenina.

- + **Adecuación con el objetivo general de difusión de los Fondos.** Se trata de una acción contemplada en el Plan de Comunicación, con la que se garantiza la transmisión de proyectos y actuaciones cofinanciadas por los Fondos Europeos. De hecho, la actuación se enmarca en el desarrollo de las medidas 11 del Plan de Comunicación del PO FEDER y 26 del Plan de Comunicación del PO.
- + **Alto grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción.** La actuación está dirigida a los gestores de fondos, beneficiarios y la ciudadanía en general. En este marco y con la finalidad de lograr una amplia cobertura, la distribución de la revista abarca ayuntamientos, universidades, administración pública autonómica, parlamento, organizaciones sindicales, empresarios, centros colegios, etc. A ello se une su inclusión en la página web de la Consellería de Facenda, en el apartado de la Dirección Xeral de Planificación e Fondos lo que permite un fácil acceso a sus contenidos para el conjunto de la población.
- + **Evidencia de un alto grado de calidad,** que se manifiesta en la calidad y claridad de los contenidos incluidos, así como en el formato con especial cuidado en el diseño, presentación y grafía de los reportajes realizados. Un elemento importante que otorga valor añadido a esta actuación se relaciona con el hecho de que la revista, con una presentación cuidada y atractiva de sus contenidos, favorece la imagen de la UE y la Política de Cohesión entre el conjunto de la población gallega. Así, se potencia la percepción positiva por parte de la población de las actuaciones de los Fondos Estructurales en la Comunidad Autónoma y su importancia para el desarrollo regional entre el público en general, a la vez que se dan a conocer proyectos y actuaciones.
- + **Uso de nuevas tecnologías de la información.** Las TIC han sido uno de los canales utilizados para la difusión de la revista por internet, ya que se permite su descarga desde el portal web de la Conselleria de Facenda, en el apartado de la Dirección XERAL de Planificación e Fondos, a través del apartado específico destinado a la recopilación de información en materia de información y publicidad (<http://www.conselleriadefacenda.es/web/portal/revista-ultreia>).



5. CREACIÓN Y CONSOLIDACIÓN DE LA UNIDADE DE MULLER E CIENCIA DE GALICIA

La unidad, creada en el año 2007 por el Decreto 33/2007, del 1 de marzo (Diario Oficial de Galicia del 20 de marzo), es un órgano estable de asesoramiento, propuesta y colaboración integrado en la Administración de la Comunidad autónoma de Galicia, cuya misión es la dinamización y transformación de la ciencia y tecnología gallegas, incorporando la perspectiva de género y buscando incrementar la presencia de las mujeres en estos ámbitos.

Con esta iniciativa se amplía y consolida la transversalidad de género, adoptando una línea integral de actuación que permite intervenir de un modo coordinado en los ámbitos social, científico, tecnológico y educativo, utilizando un método de trabajo interdepartamental.

En el desarrollo de su actividad se ha puesto en marcha multiplicidad de actuaciones de información y publicidad en la que se ha destacado la participación del FSE. Entre las mismas destacan la celebración de jornadas y talleres diversos (talleres científicos en campamentos, Jornadas “Pasado presente y futuro de las mujeres en la educación, en la ciencia y en las TIC”, Jornada, “Mujeres ConFormando la Ciencia”, etc), la elaboración y distribución de documentos propios (Cuadernos Muller e Ciencia, revista Xenia, folletos, catálogos divulgativos, etc.), creación y diseño de una página web o entrega de premios, entre otros.

La actuación seleccionada cumple con todos criterios establecidos en la Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación:

- + **Uso de recursos innovadores en la presentación, organización y desarrollo.** La acción se desarrolla a través del diseño de una estrategia coordinada que aúna las acciones de intervención directa con las de sensibilización e información a la población gallega, haciendo llegar a la misma la participación de los Fondos Estructurales y, de forma específica, del FSE.

Dicha estrategia se ha caracterizado por una gran originalidad, al combinar instrumentos variados que permiten recoger el carácter transversal e interdepartamental de la unidad, que cuenta con la participación de los departamentos de la Xunta de Galicia competentes en materia de educación, economía e industria e igualdad.

- + **Adecuación de los contenidos a los objetivos establecidos.** El fin que se ha perseguido era dotar de una mayor visibilidad la participación del FSE en la integración de la prioridad horizontal de igualdad de oportunidades en la Xunta de Galicia.

Esta finalidad es totalmente coherente con el objetivo estratégico establecido en el Plan de Comunicación, que persigue dotar de visibilidad Programa Operativo del Fondo Social Europeo (FSE) en Galicia. De forma específica, contribuye a la consecución del objetivo intermedio “mejorar el conocimiento de los logros conseguidos en Galicia gracias al Fondo Social Europeo (FSE) como consecuencia del impacto de la mejora de la adaptabilidad, empleabilidad y del capital humano”.

- + **Incorporación de criterios de Igualdad de Oportunidades.** Los objetivos de la Unidade de Muller e Ciencia de Galicia se concretan en el aumento de la presencia de mujeres en los ámbitos de la ciencia y la tecnología en Galicia, la supresión de desequilibrios en el área de formación e I+D+i y la puesta en valor de la investigación y actividades científicas de la perspectiva de género. De acuerdo con ello la prioridad horizontal de igualdad entre hombres y mujeres se constituye en un pilar fundamental de toda su actividad, incluyendo

aquellas acciones que están relacionadas con la publicidad y la información de sus actuaciones.

Además, se pone especial relieve en el papel de la mujer en el ámbito de la educación y la I+D+i en Galicia a través de muchas de estas actuaciones, entre las que destacan, por ejemplo, la creación de los cuadernos Muller e Ciencia (con la que se aspira a radiografiar la realidad científica y tecnológica gallega y a constituirse en cauce de expresión de propuestas y actuaciones que ayuden a cambiarla), la entrega del premio María Josefa Wonengurber (con el que anualmente se reconoce la trayectoria profesional de una mujer gallega) o la exposición “Queremos conocernos... científicas gallegas” (para visibilizar a mujeres relevantes y dotar de referentes femeninos en el campo científico).

Adicionalmente se ha puesto especial cuidado en evitar en todo momento un lenguaje sexista y en promover uso de ejemplos e imágenes que muestran tanto mujeres como hombres realizando tareas que reflejen realidades sociales que indican el cambio que se está produciendo en los estereotipos de género.

- + **Adecuación con el objetivo general de difusión de los Fondos.** El desarrollo de las diferentes actuaciones de información y publicidad realizadas y descritas anteriormente están contempladas en el Plan de Comunicación. Concretamente en la medida 27, a través de la cual se promueve la edición y distribución de material divulgativo sobre los logros alcanzados con la programación del PO FSE Galicia 2007-2013. Su implementación contribuye, tal y como se ha dejado patente anteriormente, a la consecución de un mejor conocimiento de los mismos (Objetivo Intermedio 4 del Plan de Comunicación).
- + **Alto grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción.** La unidad y, por ende, las actuaciones realizadas en el ámbito de la comunicación, está dirigida, por un lado, a los y las profesionales del ámbito de la ciencia y la tecnología, con la finalidad de eliminar los desequilibrios existentes en lo relativo a la formación científica, investigación e innovación y gestión de la I+D+i. Por otro lado también está dirigida al público en general para alentar vocaciones científicas y la elección académico-profesional no sesgada. En este contexto, se ha concedido especial importancia al público infantil y juvenil, como pone de manifiesto:
 - a) Elaboración, edición y distribución de la revista Xenia, una publicación periódica destinada a un público juvenil, diseñada para promover una elección académica y profesional libre de estereotipos de género (publicados tres números).
 - b) Diseño y realización de cuentacuentos y representaciones teatrales para sensibilización del público infantil. En los primeros se presentan mujeres de distintas épocas que marcaron hitos en el progreso científico y tecnológico y sus descubrimientos. A través del teatro se muestra la aplicación de la ciencia a la vida cotidiana. La finalidad de ambas actuaciones es que las niñas y los niños aprendan divirtiéndose y alentar vocaciones científicas. Las acciones se apoyan con la entrega de diverso material: cuadernos de pegatinas, pósters y alfombrillas de ordenador con las mujeres científicas sobre las que se realizó la acción de sensibilización.
 - c) Diseño y realización del taller “Yo también quiero ser” para promocionar la elección profesional no estereotipada entre la población adolescente.
- + **Evidencia de un alto grado de calidad.** El resultado obtenido puede considerarse como muy positivo, tanto por la información transmitida, como por la forma en que se ha hecho, abarcando una variedad significativa de herramientas que ha permitido acercar, de una

manera muy accesible, la Política Regional Europea al conjunto de ciudadanos/ciudadanas de Galicia.

- + **Uso de nuevas tecnologías de la información.** Entre las herramientas de comunicación utilizadas destaca la creación y mantenimiento de la página web www.mullereciencia.org. Ésta constituye una fuente de información actualizada sobre todo lo relacionado con las mujeres y la ciencia: becas, ayudas, congresos, premios, publicaciones, guías, noticias, etc.



REVISTA XENIA



6. CREACIÓN DE REDES DE INTERCAMBIO DE INFORMACIÓN, EXPERIENCIAS, RESULTADOS Y BUENAS PRÁCTICAS EN MATERIA DE CONCILIACIÓN Y CORRESPONSABILIDAD DESDE EL ÁMBITO DE ACTUACIÓN DE LAS ASOCIACIONES DE HOMBRES

El presente proyecto promovido por el Servizo Galego de Promoción da Igualdade do Home e da Muller y denominado “ELES TAMÉN” tiene como objetivos principales la promoción de redes de intercambio de información, experiencias, resultados y buenas prácticas en materia de conciliación y corresponsabilidad desde el ámbito de actuación de las asociaciones de hombres por la igualdad, así como la creación de plataformas de experimentación para el desarrollo conjunto de servicios, metodologías, herramientas y productos que fomenten el aprendizaje mutuo de nuevos enfoques y nuevos modelos de gestión.

La estrategia de información y publicidad se ha estructurado en dos fases: durante el desarrollo del propio proyecto, a través de la realización de una campaña de divulgación de las buenas prácticas desarrolladas, los materiales e instrumentos elaborados y las estrategias y metodologías en torno a los productos finales y a la finalización del mismo con la celebración de una jornada de evaluación y discusión de resultados.

En este marco, las actuaciones de información y publicidad realizadas han sido muy variadas y suponen una diferenciación muy significativa en la medida en que su enmarcación en la categoría de gasto 80 del Eje 4 del PO FSE Galicia 2007-2013, supone una difusión de la participación de la UE no sólo en el propio territorio gallego sino también en aquellos con los que coopera: Castilla y León y Región Norte de Portugal.

La actuación seleccionada cumple con todos criterios establecidos en la Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación:

- + **Uso de recursos innovadores en la presentación, organización y desarrollo.** El aspecto innovador del proyecto se justifica en la creación de una red de intercambio de información, experiencias, resultados y buenas prácticas en materia de conciliación y corresponsabilidad desde el ámbito de actuación de las asociaciones de hombres por la igualdad, a la que se incorporan los organismos públicos competentes en materia de igualdad de los territorios participantes.

La realización de visitas de intercambio para conocer las herramientas, metodologías y formas de intervención de las entidades participantes en el ámbito de la conciliación y corresponsabilidad a cada uno de los territorios participantes, supone, en este marco, un factor innovador en la medida en que permite conocer de forma directa tanto las actuaciones desarrolladas en la propia Comunidad Autónoma de Galicia como las experiencias de otras regiones.

- + **Adecuación de los contenidos a los objetivos establecidos.** El fin que se ha perseguido era dotar de una mayor visibilidad la participación del FSE en materia de conciliación y corresponsabilidad desde el ámbito de las asociaciones de hombres.

Las actuaciones de información y publicidad realizadas contribuyen a la consecución del Objetivo Intermedio 4 del Plan de Comunicación, de acuerdo con el cual se pretende “mejorar el conocimiento de los logros conseguidos en Galicia gracias al fondo social europeo (FSE) como consecuencia del impacto de la mejora de la adaptabilidad, empleabilidad y del capital humano”.

- + **Incorporación de criterios de Igualdad de Oportunidades.** La igualdad de oportunidades constituye el eje prioritario en el desarrollo de la actuación, de modo que todas las actuaciones de información y publicidad realizadas han tratado de poner en relieve la promoción de redes de intercambio de información, experiencias, resultados y buenas prácticas en materia de conciliación y corresponsabilidad. La filosofía que inspira el propio proyecto hace que la incorporación de igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres tenga lugar en dos ámbitos:
 - a) Por lo que se refiere al contenido, dichas medidas tienen como objetivo destacar el papel de los Fondos Estructurales en la garantía del principio de igualdad de género, dejando constancia, tal y como se ha referido anteriormente, de las posibilidades del FSE con una incidencia positiva en materia de conciliación y corresponsabilidad.
 - b) Por lo que respecta a la forma, en todos los casos se ha puesto especial cuidado en no hacer uso de un lenguaje sexista, a lo que se une la inclusión de referentes gráficos que, en el mismo sentido, respetan este principio horizontal.
- + **Adecuación con el objetivo general de difusión de los Fondos.** El desarrollo de las diferentes actuaciones de información y publicidad realizadas y descritas anteriormente están contemplada en el Plan de Comunicación. Concretamente en las medidas 26 (Realización de acciones de difusión de avances y resultados del PO) y 27 (Edición y distribución de material divulgativo sobre los logros alcanzados con la programación).
- + **Alto grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción.** El proyecto se dirige inicialmente a las asociaciones de hombres por la igualdad y a los organismos de igualdad de los territorios participantes. No obstante, en el desarrollo de las actividades realizadas el target group se amplía considerablemente, incorporando colectivos del ámbito escolar, universitario, público en general y personal de los centros de información a las mujeres.

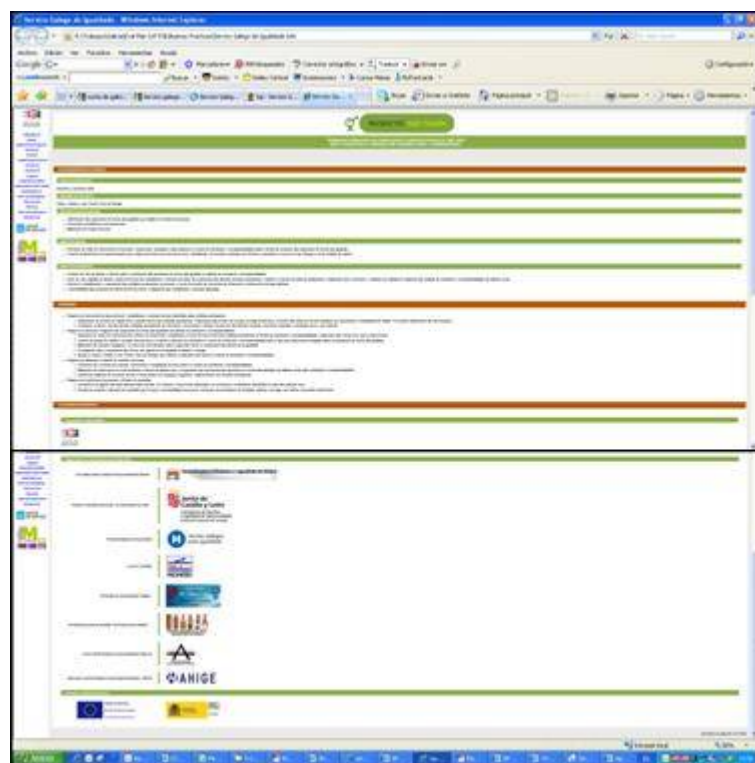
El intercambio de experiencias y buenas prácticas, la transferibilidad de las actuaciones de desarrollo común y la difusión de los resultados en los materiales e instrumentos elaborados está dirigido al personal técnico. En este ámbito destaca la elaboración de un documento con recomendaciones y objetivos básicos para la incorporación de las experiencias de las asociaciones de hombres por la igualdad en las políticas generales sobre conciliación y corresponsabilidad.

Entre la población en general y debido a la diversidad de herramientas empleadas que han ido desde la inclusión de información en prensa, a la incorporación en la página web de la Secretaría Xeral da Igualdade de las actuaciones realizadas pasando por la creación de foros de debate, elaboración de documentación, el diseño de un programa de formación dirigido a hombres desde una perspectiva igualitaria y una campaña de divulgación de buenas prácticas, se ha promovido el conocimiento de la cooperación del FSE en la sensibilización y capacitación de las entidades participantes en el proyecto.

Además el tratarse de un proyecto de cooperación supone la llegada de la información a terceros territorios, más allá de la región gallega.
- + **Evidencia de un alto grado de calidad.** El resultado obtenido puede considerarse como muy positivo, tanto por la información transmitida, como por la forma en que se ha hecho, abarcando una variedad significativa de herramientas que ha permitido acercar, de una manera muy accesible, la Política Regional Europea al conjunto de ciudadanos/ciudadanas de Galicia.

Por otra parte, destaca la creación de grupos de trabajo y jornadas técnicas para la evaluación y discusión de los resultados en la materia sobre la base de las experiencias aportadas desde las asociaciones de hombres por la igualdad.

- + **Uso de nuevas tecnologías de la información.** Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación han supuesto un soporte de difusión fundamental en el proyecto en la medida en que se ha procedido a la introducción en la página web de las distintas entidades participantes de la información, comunicación y difusión de los proyecto de los distintos materiales, actuaciones realizadas y resultados obtenidos.



PÁGINA WEB DE LA SECRETARÍA XERAL DE IGUALDADE

[illegible]

CONTENIDO DE LA JORNADA DE DIFUSIÓN DE RESULTADOS DEL PROYECTO “ELLOS TAMBIÉN”



NOTICIAS EN PRENSA (WEB)

7. GUÍA METODOLÓGICA DE SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DE LOS PLANES DE COMUNICACIÓN DE LOS PROGRAMAS OPERATIVOS FEDER, FONDO DE COHESIÓN Y FSE 2007-2013

La “Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los PO FEDER, Fondo de Cohesión y FSE, 2007-2013” (en adelante, Guía) constituye una herramienta destinada a todos los órganos implicados en la gestión de los Fondos Estructurales cuyo contenido práctico garantiza el cumplimiento de los objetivos establecidos en los Planes de Comunicación de los diferentes PO FEDER, FSE y Fondo de Cohesión-FEDER en la medida en que establece las pautas para el seguimiento de las medidas programadas en los mismos y el cumplimiento de sus objetivos, así como de la evaluación a realizar en los años 2010 y 2013.

Se trata, en definitiva, de un instrumento de comunicación, dirigido 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.

- + **Uso de recursos innovadores en la presentación, organización y desarrollo.** La innovación en la Guía viene de dos elementos fundamentales: Por un lado, 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. Por otro, en el desarrollo de la misma se ha recurrido al diseño de una aplicación específica para la introducción de los indicadores, que permite obtener informes del estado y evolución de las acciones de comunicación realizadas en cualquier momento.
- + **Adecuación de los contenidos a los objetivos establecidos.** 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, y de forma específica a Galicia, manteniendo un principio de proporcionalidad en las actuaciones que deben llevar a cabo unas y otras.
- + **Incorporación de criterios de Igualdad de Oportunidades.** El principio Transversal de Igualdad de Oportunidades queda recogido a través de dos elementos:
 1. En la propia elaboración del documento a través del uso de un lenguaje no sexista.
 2. En los procedimientos de seguimiento y evaluación definidos. Por un lado, se exige que en los informes de evaluación se incorpore un capítulo específico que recoja la visibilidad de la igualdad de género en las actuaciones de información y publicidad llevadas a cabo, así como la accesibilidad a la misma del colectivo femenino en igualdad de condiciones. Por otra parte, se incluyen entre los criterios de selección que sirven de referente para la elección de las buenas prácticas la incorporación de los criterios de Igualdad de Oportunidades.
- + **Adecuación con el objetivo general de difusión de los Fondos.** La posibilidad de elaborar informes de seguimiento sobre el desarrollo de las medidas y el cumplimiento de los objetivos contenidos en el Plan de Comunicación facilita la difusión de las actuaciones cofinanciadas por los fondos.
- + **Alto grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción.** El colectivo objetivo de la actuación lo constituyen los beneficiarios y Órganos Gestores de los Fondos Estructurales, entre los que se ha distribuido la Guía de forma general, bien a través de la Autoridad de Gestión, bien a través de los Organismos Intermedios. Adicionalmente, ésta está disponible en la página web de la Dirección General de Fondos Comunitarios (Ministerio de Economía y Hacienda) (<http://www.dgfc.sggp.meh.es>), en español, inglés y francés.

- + **Evidencia de un alto grado de calidad.** La amplia acogida 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 es un síntoma del alto grado de calidad de la Guía que se ha convertido en un referente no sólo en la Estado Español sino en el conjunto de la UE en materia de seguimiento y evaluación de la Comunicación.
- + **Uso de nuevas tecnologías de la información.** Internet ha sido un vehículo prioritario en la distribución de la Guía que se ha hecho llegar por correo electrónico a los Organismos Intermedios y Órganos Gestores, y se ha colgado en la página web de la Autoridad de Gestión, tal y como se ha señalado anteriormente, y en la página web del Organismo Intermedio regional gallego.



8. CONSTITUCIÓN DE LA RED GERIP “GRUPO ESPAÑOL DE RESPONSABLES DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD”

El Grupo Español de Responsables en materia de Información y Publicidad (GERIP), integrado por las personas responsables en materia de comunicación de las Autoridades de Gestión del FEDER, del FSE, del Fondo de Cohesión y de las Comunidades Autónomas.

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. Así, la creación de este grupo ha permitido coordinar la programación de los Planes de Comunicación y constituye un instrumento fundamental para mejorar todas las fases de su gestión (puesta en marcha, ejecución, seguimiento y evaluación).

- + **Uso de recursos innovadores en la presentación, organización y desarrollo.** El GERIP constituye una actuación pionera en el contexto de la Unión Europea, en la medida en que sobre la base del nombramiento de responsables de Información y Publicidad se crea una red de trabajo que a través del cual se ha logrado diseñar una estrategia conjunta de comunicación consensuada entre todos los Fondos y Administraciones.
- + **Adecuación de los contenidos a los objetivos establecidos.** 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, y de forma específica a Galicia, manteniendo un principio de proporcionalidad en las actuaciones que deben llevar a cabo unas y otras.
- + **Incorporación de criterios de Igualdad de Oportunidades.** La Igualdad de Género, en tanto política horizontal, queda patente en la estructura y funcionamiento de la Red, que en los planteamientos definidos tanto en términos de programación como de seguimiento y evaluación de las actuaciones de Comunicación ha puesto en relieve en todo momento la necesidad de tomar en consideración la observación de la Igualdad de Oportunidades entre Hombres y Mujeres. Además, en su formación se observa una participación equilibrada de hombres y mujeres.
- + **Adecuación con el objetivo general de difusión de los Fondos.** El principio inspirador del GERIP, como su propia denominación indica, ha sido el de trabajar por el adecuado cumplimiento de los requisitos normativos de Información y Publicidad constituyendo, además, un foro de intercambio de experiencias que permite mejorar la calidad y eficiencia de las actuaciones de comunicación implementadas en las diferentes regiones españolas.
- + **Alto grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción.** La participación en el GERIP de todos los responsables de Información y Publicidad de los Planes de Comunicación, junto a la Autoridad de Gestión de los Programas Operativos garantiza la amplia difusión de los trabajos llevados a cabo en su seno. Así, las decisiones adoptadas se trasladan, a través de la Propia AGE o del Organismo Intermedio regional a todos los beneficiarios y Órganos Gestores de las actuaciones cofinanciadas por Fondos Estructurales.
- + **Evidencia de un alto grado de calidad** en la medida en que de un lado ha condicionado la existencia de un responsable de información y publicidad en todos los Órganos Intermedios

de los Programas Operativos, al tiempo que ha introducido criterios de excelencia en la programación, desarrollo y seguimiento y evaluación de las medidas de comunicación.

- + **Uso de nuevas tecnologías de la información.** Toda la información referida a esta red se recoge en la página web de las Autoridades de gestión del Fondo de Cohesión y del FEDER.



9. VIDEO DE DIFUSIÓN DEL FSE CON MOTIVO DEL 50 ANIVERSARIO DE LOS TRATADOS EUROPEOS REALIZADO POR LA UAFSE.

En el año conmemorativo del 50 aniversario de la firma de los Tratados Europeos, la UAFSE ha elaborado un video de difusión del FSE, donde realiza un recorrido que señala a los colectivos beneficiarios de las ayudas FSE, sus prioridades y sus gestores, al tiempo que repasa los objetivos de este Fondo.

En el video se pone de manifiesto el esfuerzo que la UE realiza a través del FSE a favor del desarrollo y la competitividad de las regiones españolas.

La actuación seleccionada cumple con todos criterios establecidos en la Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación:

- + **Uso de recursos innovadores en la presentación, organización y desarrollo.** La acción desarrollada se ha caracterizado por una gran originalidad. Se puede hablar de “comunicación innovadora” ya que es la primera vez que la Autoridad de Gestión del PO FSE elabora un video sobre el papel del FSE y la UE en las Comunidades Autónomas españolas. Por lo tanto, se ha hecho uso de un instrumento nuevo para la comunicación institucional, cuya organización y desarrollo ha tenido en cuenta las prioridades de información y las necesidades de los grupos destinatarios.
- + **Adecuación de los contenidos a los objetivos establecidos,** ya que el mensaje que se da a través del video abarca una dimensión significativa del ámbito de actuación del FSE, incidiendo en su contribución a la formación y la empleabilidad de los individuos.
- + **Incorporación de criterios de Igualdad de Oportunidades,** en la medida en que el video está protagonizado por un conjunto de niños y niñas en torno a los cuales se define una realidad sin prejuicios, en la que no existen trabas para la realización de cualquier trabajo por la condición de sexo. Con ello contribuye a una articulación racional de las relaciones entre hombres y mujeres como un factor determinante en el bienestar social.
- + **Adecuación con el objetivo general de difusión de los Fondos,** puesto que se trata de una acción específica en materia de información y publicidad, contemplada en el Plan de Comunicación, con la que se mejora la comprensión de la opinión pública de la Política de Cohesión Europea y el conocimiento de la importancia del FSE en el desarrollo socioeconómico.
- + **Alto grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción.** El principal público al que se ha dirigido es al conjunto de la población. Para favorecer la mayor cobertura posible se ha hecho uso de los distintos puntos de distribución con los que cuenta la UAFSE y así como los Órganos Gestores, lo que ha permitido llegar también a otros grupos interesados, como Universidades, Beneficiarios, entre otros grupos.

En este contexto, el vídeo está disponible en la web de la UAFSE (http://www.mtin.es/UAFSE/eu/novedades/novedad_1191839518067.html) y en el caso específico de los Órganos Gestores del PO FSE Galicia 2007-2013, aún se sigue presentando el mismo a menudo en las jornadas y reuniones celebradas con el objetivo de difundir el mensaje claro de la contribución de dicho Fondo al desarrollo regional desde una perspectiva económica y social.

- + **Evidencia de un alto grado de calidad.** El resultado obtenido puede considerarse como muy positivo, tanto por la información transmitida, como por la forma en que se ha hecho, que ha permitido acercar, de una manera muy accesible, la Política Regional Europea al conjunto de la población.

- ✦ **Uso de nuevas tecnologías de la información.** El uso del vídeo constituye un canal efectivo como soporte de retransmisión de imagen animada+sonido, y compatible para su difusión por internet.



RegioPlus
Consulting 

www.regioplus.eu

C/ San Felipe Neri 3
28801 Alcalá de Henares-Madrid
T. +34 91 883 80 08
F. +34 91 879 88 19

Rue Louis Scutenaire 7/8
B-1030 Bruselas
T. +32 (0) 2 742 25 80