



Evaluación Final del Plan de Comunicación del PO del FSE 2007-2013 del Principado de Asturias

30 de Septiembre de 2013



RED2RED
GRUPO

Índice de contenidos

INTRODUCCIÓN	1
1. METODOLOGÍA DE LA EVALUACIÓN.....	2
1.1. <i>Diseño técnico de la evaluación.....</i>	<i>2</i>
1.2. <i>Métodos y técnicas utilizadas</i>	<i>5</i>
1.3. <i>Valoración de lo anterior.....</i>	<i>8</i>
2. ANÁLISIS DEL SEGUIMIENTO Y APLICACIÓN DE LAS RECOMENDACIONES REALIZADAS EN LA EVALUACIÓN INTERMEDIA DE 2010.....	10
2.1. <i>Pertinencia de las recomendaciones de la Evaluación Intermedia de 2010.....</i>	<i>11</i>
2.2. <i>Medidas puestas en marcha para solucionar los problemas detectados.....</i>	<i>12</i>
2.3. <i>Resultados de la puesta en marcha de las recomendaciones.....</i>	<i>15</i>
3. ANÁLISIS DEL AVANCE EN EL DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	20
3.1. <i>Principales avances conseguidos respecto a la pertinencia del Plan.....</i>	<i>20</i>
3.2. <i>Principales avances conseguidos respecto a la validez y consistencia interna del Plan.....</i>	<i>21</i>
3.3. <i>Adecuación de la dotación de los medios económicos, humanos y técnicos asignados a las tareas de comunicación de los Fondos.....</i>	<i>23</i>
3.4. <i>Consideración del Principio de Igualdad de Oportunidades en la Estrategia de Comunicación.....</i>	<i>25</i>
4. ANÁLISIS DE LA APLICACIÓN DE LAS MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD.....	27
4.1. <i>Avances en la ejecución de las medidas.....</i>	<i>27</i>
4.2. <i>Integración de las actividades de información y publicidad en los informes anuales de ejecución</i>	<i>32</i>
4.3. <i>La repercusión de los sistemas de seguimiento en la calidad de la ejecución de las medidas.....</i>	<i>33</i>
5. EVALUACIÓN DE LAS INCIDENCIAS DETECTADAS EN EL PROCESO DE VERIFICACIÓN PREVIA CON RELACIÓN A LOS ASPECTOS DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS A PARTIR DE UNA MUESTRA DE OPERACIONES	37
6. EVALUACIÓN DE LA INTEGRACIÓN DEL PRINCIPIO DE IGUALDAD DE OPORTUNIDADES, TANTO EN LAS MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD, COMO EN LOS EFECTOS OBTENIDOS POR LAS MISMAS	41
7. ANÁLISIS DEL IMPACTO: LOGROS Y DESAFÍOS DE LAS ACTIVIDADES EN MATERIA DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD.....	43
8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES: PROPUESTAS PARA MEJORAR LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DE LOS FONDOS ESTRUCTURALES 2014-2020	47
9. BUENAS PRÁCTICAS	49
9.1. <i>Valoración de las Buenas Prácticas ya identificadas: Buenas prácticas de comunicación y buenas prácticas de actuaciones cofinanciadas.....</i>	<i>50</i>
9.2. <i>Identificación adicional de Buenas Prácticas.....</i>	<i>51</i>



INTRODUCCIÓN

En el marco del actual período de programación 2007-2013 se establecieron unas instrucciones para el cumplimiento de los requisitos de información y publicidad marcados tanto en los Reglamentos comunitarios como en los distintos Planes de Comunicación. De esta forma y por vez primera, la normativa sobre los Fondos Estructurales imponía la aplicación de un plan de comunicación así como la obligatoriedad de evaluar las acciones de información y publicidad efectuadas.

Tanto con esta normativa como a través de los Planes de Comunicación, la Comisión Europea pretendía aumentar la notoriedad y la transparencia de la actuación de la Unión Europea persiguiendo, además, potenciar la comunicación hacia la ciudadanía, de modo que mejorara su percepción acerca del papel que juegan los fondos europeos en su realidad cotidiana.

Teniendo en cuenta lo anterior, el informe que se presenta a continuación constituye la ***Evaluación Final del Plan de Comunicación del Programa Operativo FSE 2007-2013 del Principado de Asturias*** a lo largo de cual se analiza la evolución y avance en la ejecución, resultados, impactos, estrategia, etc. del mencionado Plan de Comunicación, teniendo como finalidad valorar si se ha alcanzado el objetivo de contribuir a la mejora de la visibilidad y concienciación de la ciudadanía acerca de los Fondos Estructurales así como observar si se han cumplido las recomendaciones establecidas en la Evaluación Intermedia de este Plan que tuvo lugar en 2010.

La estructura del informe se corresponde con la detallada en el anexo 1 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*, si bien se ha procedido a la actualización de varios apartados siguiendo las instrucciones y el modelo de índice que ha proporcionado la Autoridad de Gestión.

1. METODOLOGÍA DE LA EVALUACIÓN

El presente epígrafe recoge la metodología empleada para la Evaluación Final del Plan de Comunicación del Programa Operativo FSE 2007-2013 del Principado de Asturias.

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

Por último, señalar que se trata de una metodología análoga a la empleada en 2010 excepto en el alcance temporal, en que los resultados obtenidos se ofrecen con una visión comparativa respecto a la Evaluación Intermedia y, por lo tanto, el objeto de la misma presenta algunos matices que se verán en los correspondientes apartados, sobre todo en aquellos referidos a los avances producidos en los últimos tres años así como en la mejoras acometidas y en la puesta en marcha de medidas basadas en las recomendaciones de partida.

1.1. Diseño técnico de la evaluación

El diseño técnico contiene las fases en que se ha planteado el procedimiento de la evaluación, así como el objeto de la misma, los criterios utilizados, el alcance temporal y los agentes implicados y sus responsabilidades.

Punto de partida

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

- ☐ **Elaboración de los indicadores de seguimiento y evaluación** para que éstos se incluyesen y cuantificasen en el Plan de Comunicación; dichos indicadores debían ser declarados aceptados por la Comisión Europea:
 - *Elaboración y distribución de instrucciones a los órganos implicados* en el desarrollo de las actuaciones contenidas en el Plan de Comunicación para asegurar su cumplimiento.
 - *Cuantificación de los indicadores* incluidos en el Plan de Comunicación y volcado en la aplicación informática ad hoc puesta en marcha por la Autoridad de Gestión.

- ☐ **Establecimiento de la metodología y criterios de evaluación a aplicar**, los cuales se plasmaron en la *Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER, Fondo de Cohesión y FSE 2007-2013*.

Objeto de la evaluación

La Evaluación recogida en el presente informe tiene por objeto analizar el grado de ejecución y de cumplimiento de los objetivos, el avance con respecto a la evaluación realizada en 2010, así como los resultados e impactos finales logrados por el Plan de Comunicación del Programa Operativo FSE 2007-2013 del Principado de Asturias.

Criterios de evaluación

Los criterios de evaluación constituyen el conjunto de aspectos clave analizados. A continuación se presentan los criterios sobre los cuales se ha asentado esta Evaluación:

- ☐ **Proporcionalidad**, es decir, la existencia de una correspondencia entre las actuaciones recogidas en el PO y el montante financiero destinado a su cofinanciación, las actuaciones en materia de comunicación que se van a evaluar, así como la pertenencia del Principado de Asturias al Objetivo de Convergencia.
- ☐ **Pertinencia de la estrategia de comunicación** definida en el Plan de Comunicación en relación con las directrices comunitarias formuladas en materia de comunicación. En este sentido, se valorará la adecuación de la estrategia de comunicación del Plan respecto a la documentación existente en esta materia procedente de la red de comunicación INIO, de la Comisión Europea.
- ☐ **Validez y consistencia interna del Plan de Comunicación**, comprobando la coherencia entre los objetivos del Plan de Comunicación y las medidas puestas en marcha para alcanzar dichos objetivos.
- ☐ **Asignación y adecuación de los recursos** destinados a esta materia; es decir, el grado de ajuste entre las medidas del Plan y los recursos disponibles para su ejecución.
- ☐ **Consideración del principio de igualdad de oportunidades**; es decir, si se ha tenido en cuenta el principio de igualdad de oportunidades en las acciones de información y publicidad ejecutadas durante el periodo de análisis¹ que cubre la Evaluación.

Alcance temporal

La Evaluación se centra en las medidas y actuaciones del Plan de Comunicación ejecutadas entre el 1 de abril de 2010 y el 10 de septiembre de 2013 así como su agregación en el conjunto del actual periodo de programación 2007-2013 por lo que se tendrá en cuenta el alcance temporal de la Evaluación Intermedia, esto es, del 1 de enero de 2007 al 31 de marzo de 2010.

¹ Desde el 1 de abril de 2010 hasta el 10 de septiembre de 2013.

Agentes implicados y sus responsabilidades

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

- ☐ **Comisión Europea**, responsable de:
 - Declarar aceptado el Plan de Comunicación del PO FSE 2007-2013 del Principado de Asturias.
 - Revisar los resultados de la Evaluación con motivo de su inclusión en el pasado informe anual de 2010 así como en el próximo correspondiente a la anualidad 2013.

- ☐ **Autoridad de Gestión del FSE²**, entre cuyas funciones destacan:
 - Definir el marco común de trabajo en materia de evaluación para los Planes de Comunicación del FSE.
 - Coordinar, de manera general, el proceso de evaluación convocando las reuniones del GERIP³.
 - Poner en marcha el proceso de evaluación.
 - Participar en el Grupo Consultivo de Seguimiento Estratégico y Evaluación para presentar los avances en materia de evaluación de la comunicación.
 - Observar la evolución del sistema de indicadores de seguimiento y evaluación de la comunicación definidos en el periodo 2007-2013, pautando las instrucciones y mecanismos que deberán aplicar los organismos implicados para la cuantificación de los mismos.
 - Realizar el volcado de la cuantificación de sus propios indicadores de comunicación en la aplicación informática.
 - Incluir en los informes de ejecución anual y final la información recogida en el artículo 4.2. del Reglamento (CE) 1828/2006.
 - Informar al Comité de Seguimiento acerca del Plan, sus modificaciones y avances.

- ☐ **Organismo Intermedio responsable del Plan de Comunicación**, representado en el GERIP, encargado de:
 - Participar, a través del GERIP, en el proceso de definición del marco común de trabajo para la Evaluación.

² La Autoridad de Gestión del FSE es la Unidad Administradora del Fondo Social Europeo perteneciente a la Secretaría de Estado de Empleo del Ministerio de Empleo y Seguridad Social.

³ Grupo de Expertos y Responsables de Información y Publicidad.

- Poner en marcha la Evaluación conforme a las pautas acordadas en la *Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los POS del FEDER, FSE y Fondo de Cohesión 2007-2013*, para su futura incorporación en los correspondientes informes anuales.
 - Realizar el volcado de la cuantificación de los indicadores de seguimiento y evaluación propios en la aplicación informática ad hoc pautando las instrucciones y los mecanismos que deberán aplicar los órganos gestores y beneficiarios, y coordinando la cuantificación de los indicadores de evaluación de las actuaciones de los OI de su administración regional.
 - Realizar el seguimiento de los avances del Plan Comunicación en el ámbito de sus competencias para colaborar en la información a facilitar al correspondiente Comité de Seguimiento.
 - Colaborar, en el ámbito de sus competencias, en la información a incluir en los informes de ejecución anual y final según lo establecido en el artículo 4.2. del Reglamento (CE) 1828/2006.
- ☐ **Resto de OI y/o gestores o partícipes en el Programa Operativo:**
- Recopilar la información y documentación necesaria y ponerla a disposición de los equipos evaluadores.
 - Recopilar la información pertinente para cumplimentar los indicadores de evaluación de información y publicidad y facilitar esta información al responsable del Plan de Comunicación para su volcado en la aplicación informática ad hoc.
 - Colaborar en el adecuado desarrollo de los trabajos de la Evaluación del Plan de Comunicación.
 - Participar, en caso de solicitud, en las actividades desarrolladas en el marco de la Evaluación, tales como grupos de discusión, entrevistas, etc.

☐ **Equipo de evaluación:**

Para llevar a cabo la Evaluación, la Comunidad Autónoma del Principado de Asturias cuenta con un equipo externo especializado, en concreto la empresa Red2Red Consultores S.L., encargada de llevar a cabo el desarrollo de la Evaluación en el tiempo y la forma requerida por el **Servicio Público de Empleo del Principado de Asturias**.

1.2. Métodos y técnicas utilizadas

Los métodos y técnicas empleadas durante el proceso evaluativo que se detallan a continuación se refieren principalmente al sistema de indicadores, análisis documental, entrevistas, encuesta a la ciudadanía y los grupos de discusión.

Sistema de indicadores

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

- *Indicadores de realización*; sirven para contabilizar el número y tipo de actuaciones de información y publicidad que se han llevado a la práctica.
- *Indicadores de resultados*; sirven para evaluar los efectos directos y en el corto plazo de las actuaciones de información y publicidad contenidas en el Plan de Comunicación.
- *Indicadores de impacto*; sirven para medir los efectos o consecuencias más a largo plazo de las actuaciones en materia de información y publicidad, y si esos efectos son atribuibles a dichas intervenciones. Se dirigen principalmente a medir aspectos ligados a la calidad de la información (grado de transparencia) y al conocimiento que la ciudadanía tiene de los fondos de la UE y del papel que esta juega en la mejora de su calidad de vida.

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

Análisis documental

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

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

- Reglamento (CE) N° 1828/2006, Capítulo II, Sección I
- Plan de Comunicación del Programa Operativo del FSE 2007-2013 del Principado de Asturias.
- Documentación emitida por la red de comunicación INIO de la Comisión Europea.
- Documentación emitida por el GERIP.
- Información de seguimiento: informes de ejecución anual, actas de los Comités de Seguimiento, indicadores, etc.
- Convocatorias de ayudas y subvenciones publicadas en el Boletín Oficial del Principado de Asturias.
- Pliegos y resoluciones publicadas en el Boletín Oficial del Principado de Asturias
- Manuales de Procedimientos y/o específicos en materia de información y publicidad y en concreto, el manual de uso de anagramas.

- Informe de Evaluación Intermedia del Plan de Comunicación del Programa Operativo FSE 2007-2013 del Principado de Asturias.

Entrevistas

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

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

- *Responsables del Plan de Comunicación*; se han realizado 2 entrevistas personales, una a la Autoridad de Gestión de FSE y otra al Organismo Intermedio.
- *Órganos Gestores y Beneficiarios*, a través del envío de cuestionarios vía correo electrónico a partir de los contactos facilitados por el responsable del Plan de Comunicación.

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

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

El objeto de las entrevistas a la ciudadanía ha sido analizar la transparencia de las actuaciones cofinanciadas a través de los POs (que constituye uno de los objetivos principales del Plan), así como contrastar el grado de concienciación del público en general sobre el papel que juega la Unión Europea en la mejora de su calidad de vida (el segundo de los objetivos principales del Plan). Asimismo, a través de esta encuesta se han podido evaluar dos indicadores de impacto vinculados a la ciudadanía⁴.

Grupo de Discusión

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

Así pues, se han celebrado dos grupos de discusión, uno para cada uno de los siguientes temas propuestos:

⁴ Grado de conocimiento de los distintos Fondos Estructurales y del Fondo de Cohesión (Unidad de medida: %); Grado de conocimiento del papel desempeñado por la Unión Europea (Unidad de medida: %).

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

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

1.3. Valoración de lo anterior

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

- El Plan de Comunicación cuenta con un sistema de indicadores de realización y de resultado con metas a 2013, fecha en la que concluye el periodo de programación del PO. Este sistema, además de servir para realizar un seguimiento óptimo del Plan (en tanto que dichos indicadores se van alimentando periódicamente en la aplicación informática) es fácilmente medible en términos de realización y de resultados gracias a las metas establecidas.

En este sentido, conviene señalar que si bien en la Evaluación de 2010 se disponía de estos datos en la aplicación informática señalada anteriormente, en la actualidad, el equipo evaluador se ha encontrado con que estos indicadores no estaban disponibles en esta forma y se han tenido que recopilar mediante la solicitud de listados de los mismos en hojas de cálculo, lo que disminuye la fiabilidad de los datos y dificulta su evaluación además de no resultar operativo para el Organismo Intermedio a la hora de realizar el seguimiento de los mismos.

- La metodología empleada en la Evaluación combina diferentes técnicas de investigación que han facilitado la obtención de información tanto de tipo cuantitativa como cualitativa, lo que ha dado lugar a una evaluación rica en matices. Cabe destacar el diseño de las mesas redondas, pues han supuesto un método de obtención de información de gran calidad, gracias sobre todo a la participación activa de las personas que han asistido y a su posterior colaboración para completar los distintos temas de reflexión propuestos en estas mesas.
- Los objetivos del Plan están bien definidos y las personas destinatarias del mismo claramente identificadas, al igual que los agentes que intervienen en su ejecución. Ello ha posibilitado aplicar técnicas de investigación que implicasen al conjunto de actores que participan en la ejecución del Plan, obteniendo información de primera mano por parte de informantes clave.
- Además, teniendo en cuenta que la presente Evaluación servirá para aportar propuestas para mejorar la estrategia de comunicación de los Fondos Estructurales 2014-2020, las técnicas seleccionadas permiten recabar aportaciones e ideas para corregir posibles errores así como para orientar las acciones de cara al futuro período de programación.

- Por último, indicar que los límites o problemas encontrados se han podido solucionar durante el desarrollo de la evaluación gracias a la buena disposición y colaboración de las personas responsables del plan de comunicación. En cuanto a los referidos problemas o límites, es conveniente aclarar el siguiente punto:
 - En el diseño inicial de la evaluación y de los indicadores se preveía que una de las responsabilidades tanto del Organismo Intermedio como de la Autoridad de Gestión del FSE era el volcado de estos indicadores en la aplicación informática ad hoc pero, por motivos desconocidos por el equipo evaluador, esta aplicación ha dejado de estar operativa tras la Evaluación Intermedia de 2010 lo que ha dificultado el análisis del seguimiento de los indicadores, tanto de realización como de resultado. No obstante se ha encontrado un medio alternativo para el seguimiento por parte de las personas responsables, lo que ha permitido llevar a cabo la Evaluación Final.

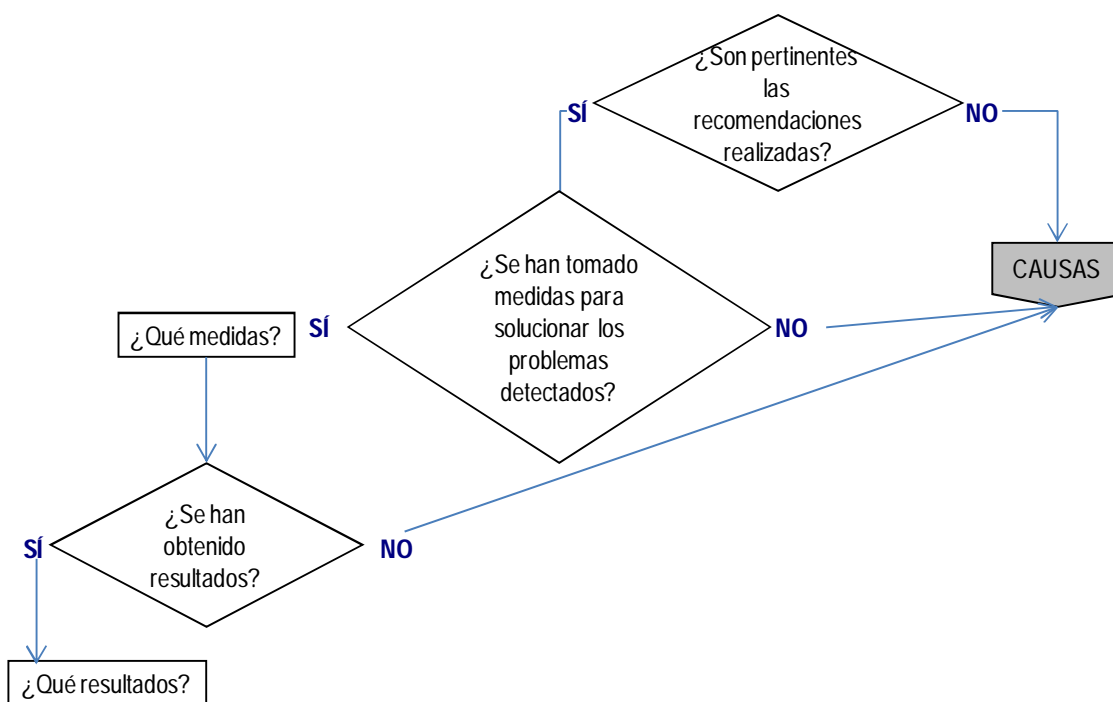


2. ANÁLISIS DEL SEGUIMIENTO Y APLICACIÓN DE LAS RECOMENDACIONES REALIZADAS EN LA EVALUACIÓN INTERMEDIA DE 2010

Como primer paso en la presente evaluación, procede la inclusión de este apartado para el análisis del seguimiento y aplicación de las recomendaciones realizadas en la Evaluación Intermedia de 2010. En concreto, este análisis se centrará en los siguientes aspectos:

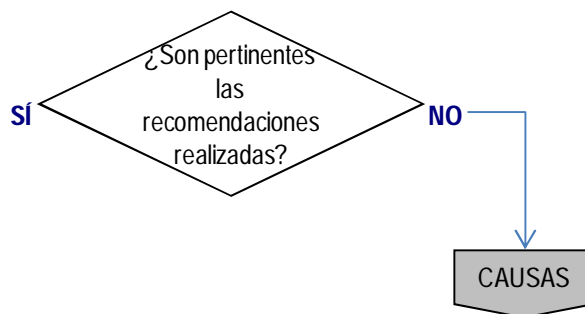
- Pertinencia de las recomendaciones realizadas
- Medidas puestas en marcha para solucionar los problemas detectados
- Resultados obtenidos con la puesta en marcha de las recomendaciones. Para evaluar estos resultados, el equipo evaluador ha llevado a cabo las siguientes acciones:
 - o Lectura en profundidad de las recomendaciones realizadas en la Evaluación Intermedia
 - o Entrevista al Organismo Intermedio acerca de las medidas puestas en marcha
 - o Celebración de Mesas Redondas incorporando al debate estos aspectos para así conocer si los organismos gestores han detectado estas medidas así como sus resultados.

El proceso que se ha llevado a cabo queda reflejado en el siguiente flujograma:



2.1. Pertinencia de las recomendaciones de la Evaluación Intermedia de 2010

En primer lugar, se trata de valorar si las recomendaciones que se hicieron en la Evaluación Intermedia de 2010 han resultado pertinentes. En caso contrario, estas recomendaciones serán descartadas para la presente evaluación.



A continuación, siguiendo un criterio temático, se recopilan las recomendaciones detectadas en la Evaluación de 2010 con el fin de contrastar su pertinencia. En general todas las recomendaciones se han considerado pertinentes, si bien es preciso aclarar que no todas conllevan la puesta en marcha de medidas concretas sino que son recomendaciones de continuidad, esto es, de tener constancia en lo hecho hasta el momento de la Evaluación de 2010 y, por lo tanto, en dichos casos no procede continuar con el análisis de dichas recomendaciones.

▪ PERTINENCIA DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

Recomendación 1: "Profundización en la participación en la red INIO al ser un instrumento eficaz para la difusión de fondos."

▪ VALIDEZ Y CONSISTENCIA INTERNA DEL PLAN DE COMUNICACIÓN

Recomendación 2: "Continuar con las medidas puestas en marcha para completar todos los objetivos hasta el final del actual período de programación"

▪ INDICADORES DE REALIZACIÓN

Recomendación 3: "Alentar la participación de los agentes implicados para aumentar y mejorar los contenidos de las páginas web existentes así como fomentar la participación en las Redes del mayor número posible de asistentes."

Recomendación 4: "Intensificar los esfuerzos en los siguientes indicadores: publicaciones externas, actividades y actos públicos y soportes publicitarios."

Recomendación 5: "Realizar un seguimiento más continuo del avance en la ejecución de las medidas."

INDICADORES DE RESULTADO

Recomendación 6: "Revisar la idoneidad de las metas establecidas para el indicador 3, nº de puntos de distribución o bien acelerar el ritmo de ejecución del mismo buscando la manera de aumentar el número de puntos de distribución."

Recomendación 7: "Intensificar la labor de publicidad de los actos públicos, así como incentivar la asistencia del público potencial a los mismos."

OTRAS RECOMENDACIONES

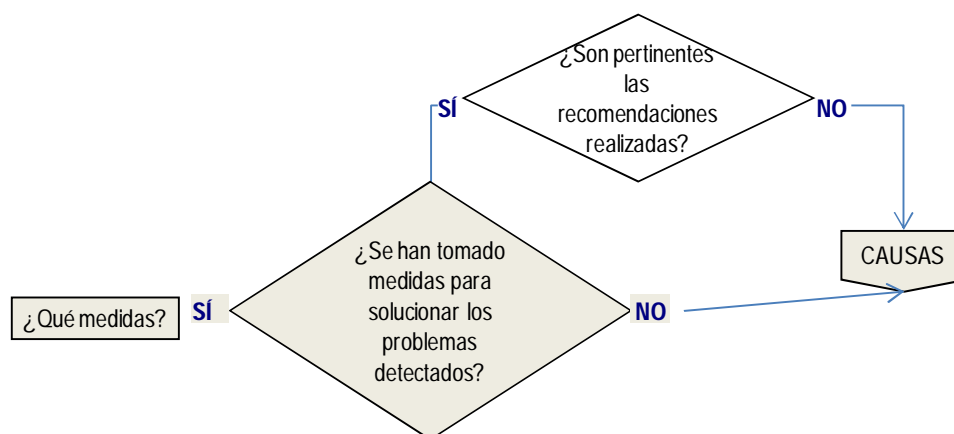
Recomendación 8: "Intentar conseguir una mayor implicación de los medios de comunicación en la difusión de noticias relacionadas con los Fondos Europeos y que estos consigan transmitir el mensaje con un lenguaje más cercano a la ciudadanía. Así mismo, hay que recordar a estos medios la importancia de no omitir las referencias a los Fondos en sus artículos."

Recomendación 9: "Transmitir al alumnado de los cursos de formación que éstos no son gratuitos, sino que son financiados para, de esta forma, concienciar de la importancia de los Fondos Europeos."

2.2. Medidas puestas en marcha para solucionar los problemas detectados

Con las recomendaciones que se han estimado como pertinentes, se procede a analizar qué medidas se han puesto en marcha para solucionar los problemas detectados. Se presentan dos opciones:

- Que no se haya tomado medida alguna, quedando así como recomendación para el futuro
- Que se hayan puesto en marcha medidas y, por lo tanto habrá que analizar el resultado de las mismas.



Antes de proceder a detallar las medidas puestas en marcha, señalar que todas las recomendaciones se han tenido en cuenta y que, en mayor o menor grado, se ha puesto en marcha alguna actuación que bien reforzara la recomendación realizada o bien continuara con lo realizado hasta el momento por no

considerarse preciso poner en marcha ninguna medida adicional para lograr cumplir con los objetivos previstos.

Se sigue con la misma estructura que en el apartado anterior para facilitar la comprensión de la estructura de estos apartados referidos a las recomendaciones de la Evaluación Intermedia, así se agregan las medidas a continuación de cada una de las recomendaciones:

- **PERTINENCIA DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN**

Recomendación 1: *“Profundización en la participación en la red INIO al ser un instrumento eficaz para la difusión de fondos.”*

MEDIDA 1: El Organismo Intermedio del Principado de Asturias no ha asistido a ninguna de estas reuniones si bien el Ministerio de Empleo y Seguridad Social, Autoridad de Gestión del FSE, como miembro de la red participa en las reuniones de la misma, que en total han sido 35 y posteriormente reporta a los miembros del GERIP acerca de los temas tratados y novedades significativas.

- **VALIDEZ Y CONSISTENCIA INTERNA DEL PLAN DE COMUNICACIÓN**

Recomendación 2: *“Continuar con las medidas puestas en marcha para completar todos los objetivos hasta el final del actual período de programación”*

MEDIDA 2: Esta recomendación trataba de promover hasta el final del período el cumplimiento de los objetivos y su coherencia con la estrategia y las medidas de comunicación tal y cómo se estaba haciendo hasta ese momento, por lo tanto se trata de tomar una medida continuista constatando que se ha seguido trabajando en la misma línea en cuanto a la validez y consistencia interna. El detalle del cumplimiento de esta recomendación se analiza en el apartado 3.2 correspondiente a los “Principales avances conseguidos respecto a la validez y consistencia interna del Plan”

- **INDICADORES DE REALIZACIÓN**

Recomendación 3: *“Alentar la participación de los agentes implicados para aumentar y mejorar los contenidos de las páginas web existentes así como fomentar la participación en las Redes del mayor número posible de asistentes.”*

MEDIDA 3:

En primer lugar, se ha incluido información pertinente en distintas páginas web, entre las que se puede destacar, la página web de la UAFSE, la página del Servicio de de Programas Europeos y de Empleo-Formación y la del Servicio de Gestión de la Formación para el Empleo



GOBIERNO DEL PRINCIPADO DE ASTURIAS
www.asturias.es

Inicio | Accesibilidad | Contacta con nosotros | Direcciones y teléfonos | Contenido de la web

En Trabajastur Asturias.es

trabajastur

SERVICIO DE EMPLEO

Estás en: Inicio > Trabajastur > Observatorio > Programas europeos

Programas europeos

Programas EUROPEOS

Son programas ejecutados en el Principado de Asturias, con financiación del Fondo Social Europeo (FSE), así como a proyectos desarrollados en el marco del Programa de Aprendizaje Permanente (Erasmus, Leonardo da Vinci, etc.).

El Fondo Social Europeo invierte en tu futuro

El Fondo Social Europeo (FSE) financia programas destinados a la consecución del pleno empleo, la mejora de la productividad del trabajo, la integración social y la reducción de las disparidades nacionales, regionales y locales en materia de empleo.

El Programa Operativo recoge el conjunto de actuaciones que financiará el Fondo Social Europeo (FSE) de manera específica en el Principado de Asturias en el periodo comprendido entre el 1 de enero de 2007 y el 31 de diciembre de 2013, destinadas a promocionar el empleo estable y de calidad y la productividad del trabajo, promover el acceso al mercado de trabajo de las personas desfavorecidas y reducir las disparidades nacionales, regionales y locales en materia de empleo.

En la elaboración del Programa Operativo FSE 2007-2013 de Asturias han participado las diferentes Consejerías del Gobierno del Principado de Asturias. El Instituto Asturiano de la Mujer y la Consejería de Medio Ambiente, participan en el Programa Operativo garantizando la atención a las prioridades horizontales del Fondo Social Europeo. El Consejo Económico y Social de Asturias y los principales organizaciones sindicales han validado el documento, garantizando de esta forma la cooperación de los agentes sociales.

Y además

- Estadísticas de empleo
- Estudios sectoriales
- Otros Documentos
- Enlaces de interés
- Plan de empleo para jóvenes 2013-2015

Por otra parte, en cuanto a la participación en las Redes, es preciso señalar que este hecho no se produce al no existir este tipo de redes para los organismos regionales. Sin embargo, en el caso de GERIP, todo lo que se debate en sus reuniones, es convenientemente trasladado a los gestores de Asturias siempre que sea conveniente y necesario hacerlo.

Recomendación 4: *"Intensificar los esfuerzos en los siguientes indicadores: publicaciones externas, actividades y actos públicos y soportes publicitarios."*

MEDIDA 4: En el correspondiente apartado de indicadores de resultado se procede al análisis detallado y a extraer conclusiones acerca de esta recomendación.

Recomendación 5: *"Realizar un seguimiento más continuo del avance en la ejecución de las medidas."*

MEDIDA 5: Se observa una mayor profundización en el seguimiento del avance de los indicadores de información y publicidad al incluir información más detallada por indicador en los IAE así como a través de la evaluación continua del Programa Operativo en su conjunto.

▪ **INDICADORES DE RESULTADO**

Recomendación 6: *"Revisar la idoneidad de las metas establecidas para el indicador 3, nº de puntos de distribución o bien acelerar el ritmo de ejecución del mismo buscando la manera de aumentar el número de puntos de distribución."*

MEDIDA 6: En el correspondiente apartado de indicadores de resultado se procede al análisis detallado y a extraer conclusiones acerca de esta recomendación.

Recomendación 7: *"Intensificar la labor de publicidad de los actos públicos, así como incentivar la asistencia del público potencial a los mismos."*

MEDIDA 7: En el presente informe, en el correspondiente apartado sobre indicadores de resultado se procederá a extraer conclusiones acerca de esta recomendación.

▪ **OTRAS RECOMENDACIONES**

Recomendación 8: *"Intentar conseguir una mayor implicación de los medios de comunicación en la difusión de noticias relacionadas con los Fondos Europeos y que estos consigan transmitir el mensaje con un lenguaje más cercano a la ciudadanía. Así mismo, hay que recordar a estos medios la importancia de no omitir las referencias a los Fondos en sus artículos."*

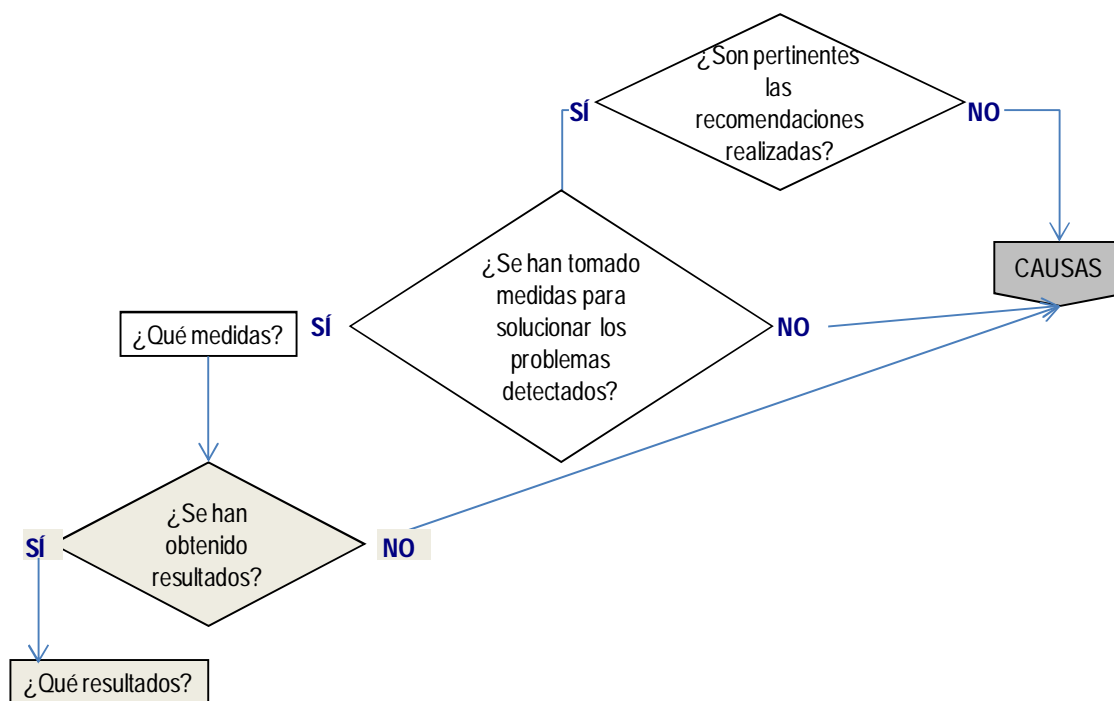
MEDIDA 8: Se han emitido instrucciones de publicidad tanto para los comunicados como para los anuncios en prensa.

Recomendación 9: *"Transmitir al alumnado de los cursos de formación que éstos no son gratuitos, sino que son financiados para, de esta forma, concienciar de la importancia de los Fondos Europeos."*

MEDIDA 9: Se constata que la información sobre el FSE y la cofinanciación del curso es transmitida al profesorado y, en las aulas, a todas las personas beneficiarias. No obstante, es muy complicado medir el impacto que este mensaje tiene en la ciudadanía en cuanto a la concienciación de la importancia de los Fondos Estructurales.

2.3. Resultados de la puesta en marcha de las recomendaciones

En este último apartado del análisis del seguimiento y aplicación de las recomendaciones corresponde evaluar los resultados obtenidos con la puesta en marcha de las diferentes medidas a través de las recomendaciones realizadas en 2010. En algunos casos se podrán valorar los resultados mientras que en otros, la medida de los mismos resulta intangible, por lo menos a corto plazo.



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

Para extraer las conclusiones, en primer lugar es necesario precisar que no es posible evaluar los resultados obtenidos con todas y cada una de las recomendaciones porque algunas de ellas requieren de mayor perspectiva temporal para su análisis y en otros casos tienen un componente subjetivo elevado, difícil de trasladar a resultados concretos. Así mismo, hay casos en que no es posible aislar el resultado de una medida en el conjunto de la estrategia del Plan de Comunicación, así como de los efectos externos a la misma. Dicho esto, las conclusiones que se obtienen de este análisis son las siguientes:

- ☐ En primer lugar señalar que se han tenido en cuenta todas las recomendaciones realizadas en la Evaluación Intermedia de 2010 lo que refleja un esfuerzo considerable por mejorar en el ámbito de la comunicación y que no quede relegada a un segundo plano.
- ☐ Por otro lado, se observa que los aspectos de información y publicidad están cada vez más asentados en el día a día de todos los agentes intervinientes en el Plan de Comunicación.
- ☐ Muchas de las medidas puestas en marcha no han requerido de un esfuerzo presupuestario adicional lo que se valora positivamente al incrementar los resultados sin repercusión económica, sobre todo en las circunstancias actuales de restricciones presupuestarias.

Para finalizar con las conclusiones se ofrece un cuadro sinóptico de los tres apartados anteriores con el objeto de tener una visión global acerca de la aplicación de las recomendaciones realizadas en la Evaluación Intermedia del año 2010.

RECOMENDACIONES 2010	MEDIDAS PUESTAS EN MARCHA	RESULTADO DE LAS MEDIDAS
<p><u>PERTINENCIA DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN</u></p>	<p>Recomendación 1: Profundización en la participación en la red INIO al ser un instrumento eficaz para la difusión de fondos.</p> <p>MEDIDA 1: El Organismo Intermedio del Principado de Asturias no ha asistido a ninguna de estas reuniones si bien el Ministerio de Empleo y Seguridad Social, Autoridad de Gestión del FSE, como miembro de la red participa en las reuniones de la misma, que en total han sido 35 y posteriormente reporta a los miembros del GERIP acerca de los temas tratados y novedades significativas.</p>	<p>http://ec.europa.eu/transparency/regexpert/index.cfm?do=groupDetail.groupDetail&groupID=1829&Lang=ES</p>
<p><u>VALIDEZ Y CONSISTENCIA INTERNA DEL PLAN DE COMUNICACIÓN</u></p>	<p>Recomendación 2: Continuar con las medidas puestas en marcha para completar todos los objetivos hasta el final del actual período de programación</p> <p>MEDIDA 2: El detalle del cumplimiento de esta recomendación se analiza en el apartado 3.2 correspondiente a los "Principales avances conseguidos respecto a la validez y consistencia interna del Plan"</p>	<p>Ver apartado 3.2</p>
<p><u>INDICADORES DE REALIZACIÓN</u></p>	<p>Recomendación 3: Alentar la participación de los agentes implicados para aumentar y mejorar los contenidos de las páginas web existentes así como fomentar la participación en las Redes del mayor número posible de asistentes.</p> <p>MEDIDA 3: El Organismo Intermedio ha participado en todas las reuniones de la Red GERIP.</p> <p>Mejora de contenidos de distintas páginas web destacando, entre otras, la página web de la UAFSE, la página del Servicio de Programas Europeos y de Empleo-Formación y la del Servicio de Gestión de la Formación para el Empleo</p>	<p>Se han presentado buenas prácticas de comunicación relacionadas con las redes de información y publicidad.</p>
	<p>Recomendación 4: Intensificar los esfuerzos en los siguientes indicadores: publicaciones externas, actividades y actos públicos y soportes publicitarios.</p> <p>MEDIDA 4: En el correspondiente apartado de indicadores de resultado se procede al análisis detallado y a extraer conclusiones acerca de esta recomendación.</p>	<p>Los resultados obtenidos se analizan con detalle en el correspondiente apartado de indicadores de resultado</p>
	<p>Recomendación 5: Realizar un seguimiento más continuo del avance en la ejecución de las medidas.</p> <p>MEDIDA 5: Se observa una mayor profundización en el seguimiento del avance de los indicadores de información y publicidad al incluir información más detallada por indicador en los IAE así como a</p>	<p>Mejora de la calidad de la información volcada.</p>

RECOMENDACIONES 2010	MEDIDAS PUESTAS EN MARCHA	RESULTADO DE LAS MEDIDAS	
través de la evaluación continua del Programa Operativo.			
<u>INDICADORES DE RESULTADO</u>	<p>Recomendación 6: Revisar la idoneidad de las metas establecidas para el indicador 3, nº de puntos de distribución o bien acelerar el ritmo de ejecución del mismo buscando la manera de aumentar el número de puntos de distribución</p>	<p>MEDIDA 6: En el correspondiente apartado de indicadores de resultado se procede al análisis detallado y a extraer conclusiones acerca de esta recomendación</p>	<p>Los resultados obtenidos se analizan con detalle en el correspondiente apartado de indicadores.</p>
	<p>Recomendación 7: Intensificar la labor de publicidad de los actos públicos, así como incentivar la asistencia del público potencial a los mismos.</p>	<p>MEDIDA 7: En el correspondiente apartado de indicadores de resultado se procede al análisis detallado y a extraer conclusiones acerca de esta recomendación.</p>	<p>Los resultados obtenidos se analizan con detalle en el correspondiente apartado de indicadores.</p>
<u>OTRAS RECOMENDACIONES</u>	<p>Recomendación 8: Intentar conseguir una mayor implicación de los medios de comunicación en la difusión de noticias relacionadas con los Fondos Europeos y que estos consigan transmitir el mensaje con un lenguaje más cercano a la ciudadanía. Así mismo, hay que recordar a estos medios la importancia de no omitir las referencias a los Fondos en sus artículos.</p>	<p>MEDIDA 8: Se han emitido instrucciones de publicidad tanto para los anuncios en prensa como para los comunicados.</p>	<p>En un análisis cualitativo se observa que los organismos gestores no perciben esta implicación requerida a los medios de comunicación, esta labor debería ser más conjunta entre todos los agentes implicados a nivel nacional.</p>
	<p>Recomendación 9: Transmitir al alumnado de los cursos de formación que éstos no son gratuitos, sino que son financiados para, de esta forma, concienciar de la importancia de los</p>	<p>MEDIDA 9: Se constata que la información sobre el FSE y la cofinanciación del curso es transmitida al profesorado y, en las aulas, a todas las personas beneficiarias. No obstante, es muy complicado medir el impacto que este mensaje tiene en la ciudadanía en cuanto a la concienciación de la importancia de</p>	<p>Medir el impacto en la concienciación de la ciudadanía es complicado. No obstante, en el apartado del informe donde se analizan los indicadores de impacto se extraen una serie de conclusiones al respecto, sobre todo a través de la</p>

RECOMENDACIONES 2010	MEDIDAS PUESTAS EN MARCHA	RESULTADO DE LAS MEDIDAS
<i>Fondos Europeos.</i>	los Fondos Estructurales.	encuesta realizada a la población asturiana.

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

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

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

Los puntos principales de este análisis serán los siguientes:

- Reprogramaciones
- Reuniones de redes (GERIP, INIO, ...)
- Avances en la gestión a través de los cursos de formación principalmente
- Valoración de la relación entre las actuaciones cofinanciadas y su consiguiente comunicación
- Posibles ajustes de los montantes financieros
- Mejoras en la aplicación
- Volcado de indicadores

3.1. Principales avances conseguidos respecto a la pertinencia del Plan

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

El referente comunitario en materia de comunicación lo constituye la red INIO; esta red tiene como objetivo garantizar que todas aquellas personas que se benefician del FSE conozcan la procedencia de los Fondos y se conciencien de su importancia para el desarrollo y bienestar de la ciudadanía europea.

Esta red se compone de un miembro por cada Autoridad de Gestión de los Programas Operativos del FSE de los Estados Miembros, sirviendo las reuniones mantenidas en el marco de esta Red 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.

Así pues, la UAFSE, como Autoridad de Gestión del FSE participa en las reuniones que organiza la Red INIO, garantizándose de este modo que la estrategia de los Planes de Comunicación del FSE guarde coherencia con las directrices que marca esta Red sobre la publicidad y comunicación de los POs.

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

Las conclusiones y recomendaciones a este respecto, se distinguen en función de los tres puntos previamente analizados:

- ☐ En primer lugar, en lo que se refiere al objetivo comunitario de la **transparencia**, queda garantizado mediante lo estipulado en la normativa al respecto, como es la publicación de la lista de beneficiarios así como mediante la inclusión de información sobre Fondos Estructurales en las distintas páginas web.
- ☐ En cuanto a la **cooperación entre redes**, tanto GERIP como INIO, redes de referencia de este Plan de Comunicación, se han mantenido activas desde que se evaluó su funcionamiento en 2010 y siguen siendo un foro de intercambio de buenas prácticas e intercambio de experiencias así como de toma de decisiones en lo que se refiere a la aplicación de medidas de información y publicidad. Por lo tanto, queda consolidada la pertinencia de la estrategia del Plan en este sentido.
- ☐ Por último, en lo que se refiere al intercambio de **buenas prácticas** y en línea con la estrategia del Plan de Comunicación se ha avanzado en los aspectos señalados en el análisis, como son:
 - Celebración anual de actividades conjuntas para todos los Programas Operativos, tratando de innovar en la presentación y los contenidos pero siempre con el objeto de dar a conocer los aspectos relevantes de buenas prácticas en cada periodo.
 - Inclusión de buenas prácticas en los Informes Anuales de Ejecución, no tan sólo de comunicación como se venía haciendo cuando se realizó la Evaluación Intermedia sino también de buenas prácticas de gestión en formato de fichas diseñadas ad hoc, lo que supone un avance en cuanto a la estrategia del Plan de Comunicación.

3.2. Principales avances conseguidos respecto a la validez y consistencia interna del Plan

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

Estrategia, objetivos y destinatarios del Plan de Comunicación:

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

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

- *Reforzar la visibilidad del FSE entre el público general*, lo cual favorece el objetivo de valorizar y/o concienciar a la ciudadanía del papel desempeñado por la Unión Europea.
- *Favorecer que los destinatarios de las actuaciones tengan un conocimiento más preciso del origen de los Fondos recibidos*, que contribuye tanto a garantizar la transparencia sobre el origen de los Fondos, como a poner en valor los esfuerzos de la Unión Europea para la mejora de la calidad de vida de la ciudadanía.
- *Cumplir las exigencias reglamentarias en materia de información y publicidad*, que contribuye al objetivo de transparencia y a la buena gestión de las ayudas comunitarias.

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

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

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

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

Las conclusiones y recomendaciones están ligadas a cada uno de los puntos del análisis anterior así como en referencia a la Evaluación Intermedia de 2010.

- ☐ En lo que se refiere a los objetivos globales y específicos, la estrategia del Plan de Comunicación sigue guardando coherencia con los mismos quedando contrastada y constatada su validez y consistencia:
 - En cuanto a los objetivos generales siguen respondiendo a las prioridades comunitarias en la materia tomando para ello, una serie de medidas previstas en el Plan que tratan de valorizar el papel desempeñado por la Unión Europea en Asturias así como garantizar la transparencia de la ayuda del FSE así como su aprovechamiento.
 - Y en lo que respecta a los objetivos específicos, en sus tres niveles (general, programa y proyecto), el Plan de Comunicación sigue presentando la misma consistencia interna pues es capaz de comunicar tanto la importancia de la Política de Cohesión, la trascendencia del programa y la consecución de los proyectos.
- ☐ En esta línea se recomienda que, en lo que queda de período, se concentren los esfuerzos en esta fase de difusión de los resultados en los marcos apropiados para ello como puede ser el acto anual de comunicación así como a través de los diferentes medios de comunicación que se han venido utilizando hasta la fecha.

3.3. Adecuación de la dotación de los medios económicos, humanos y técnicos asignados a las tareas de comunicación de los Fondos

Una vez revisada la documentación a este respecto, se ha considerado oportuno, proceder por separado a la evaluación y análisis de los medios económicos por un lado y, por otro, de los medios humanos y técnicos. El motivo principal se debe a que en la Evaluación Intermedia no se pudo emitir informe de valoración debido a que los datos disponibles acerca de los montantes no eran definitivos pues se estaba procediendo a su revisión.

Dotación de los medios económicos

Para realizar este análisis es necesario tomar como punto de partida que los medios económicos del Plan de Comunicación fueron objeto de revisión en los sucesivos Comités de Seguimiento de los años 2009 y 2010 con el fin de determinar la cuantía total y el método de imputación del gasto con independencia de la fuente de cofinanciación. Para la resolución de esta deficiencia y de cara a preparar los Comités de Seguimiento del año 2010, en las reuniones de GERIP de febrero y abril de 2011 se puso en común la problemática de cada organismo. Así mismo, se repasó y aclaró la metodología de recogida de los montantes estimados acordando que la estimación de todo el período correspondiente a la parte regional se remitiría a las Autoridades de Gestión con antelación suficiente para su inclusión en el informe anual de ejecución.

Para este Plan de Comunicación, el montante estimado se cifró en 180.000 euros para todo el período de programación, si bien el importe ejecutado prácticamente duplica el inicialmente estimado debido a que ha habido disparidad de criterios para su cálculo y a que las actividades requeridas en el plan de

comunicación, superan con creces lo presupuestado, existiendo falta de proporcionalidad en la programación.

Dotación de medios humanos

La dotación de medios humanos responsables de la aplicación del Plan de Comunicación así como del cumplimiento de la normativa en materia de Información y Publicidad se distribuye entre los distintos organismos en función del ámbito de sus competencias. Estos organismos son la Autoridad de Gestión del FSE, el Organismo Intermedio regional así como otros Organismos Intermedios designados y finalmente, los organismos gestores y/o beneficiarios.

Las funciones y responsabilidades de cada uno de estos organismos están señaladas en el apartado 1 del presente informe y, por lo tanto, no procede revisarlas de nuevo en profundidad, si bien se pueden resumir, de forma práctica, en los siguientes puntos:

- Ninguno de los agentes mencionados dispone de una persona dedicada exclusivamente a las tareas de información y publicidad, no obstante si hay una persona responsable del cumplimiento de la normativa así como de garantizar la puesta en marcha de las medidas descritas en el Plan de Comunicación.
- En el caso del Organismo Intermedio y en atribución de sus funciones, dispone de una persona responsable del cumplimiento de las mismas. Así, entre otras cosas, acude a las reuniones de las redes y procede a la recopilación de los indicadores de información y publicidad que hasta ahora volcaba en la aplicación, pero en este momento, al no estar disponible la misma, procede a su transmisión a la Autoridad de Gestión en formato de base de datos.
- Por otra parte, la Autoridad de Gestión del FSE también dota de medios humanos a la ejecución del Plan de Comunicación según las funciones que tiene atribuidas por el Reglamento (CE) N° 1083/2006 sobre todo de coordinación de las acciones del Plan.

Dotación de medios técnicos

Finalmente, con respecto a la dotación de medios técnicos, señalar que si bien se disponía de la aplicación informática "INFOCO" para el seguimiento y la evaluación de los indicadores de información y publicidad, en el momento de esta Evaluación, dicha aplicación no está disponible lo que significa una disminución de los recursos en este sentido.

Para contrarrestar esta contingencia, el Organismo Intermedio y la Autoridad de Gestión están utilizando una herramienta Excel como base de datos para el seguimiento de los indicadores procediendo a la actualización de la misma, al menos, dos veces al año

Esta situación dificulta la consulta del estado de ejecución, tanto por fecha de volcado como por fecha de realización de cada indicador así como porque no es posible identificar las actuaciones que realiza cada organismo gestor.

Conclusiones y recomendaciones con respecto a la dotación de medios económicos, humanos y técnicos asignados a las tareas de comunicación de Fondos

- Si bien se subsanó de forma práctica el problema de la estimación de los **montantes económicos** y se llegó a un acuerdo para su imputación, el equipo evaluador no considera que refleje la realidad de lo gastado en información y publicidad a lo largo del período. Por este motivo recomienda, de cara al nuevo período 2014-2020 que se revise la metodología para que refleje de forma más realista y proporcional la dotación de los medios económicos necesarios para poner en marcha las medidas plasmadas en la futura estrategia de comunicación.
- En lo que se refiere a los **medios humanos**, se observa una carencia moderada de proporcionalidad entre éstos con las funciones que tienen atribuidas, tanto en los reglamentos como en el Plan de Comunicación, lo que también va ligado con la dotación económica de este Plan.
- Por último, los **medios técnicos**, que básicamente se refieren a la herramienta de Excel para almacenar los datos de los distintos indicadores, señalar que requieren de un esfuerzo que no es proporcional por parte del Organismo responsable por lo que se recomienda resolver el problema de la aplicación INFOCO para el próximo período 2014-2020.

3.4. Consideración del Principio de Igualdad de Oportunidades en la Estrategia de Comunicación

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

En la consideración del Principio de Igualdad de Oportunidades en la Estrategia de Comunicación, el equipo evaluador no ha observado cambios relevantes con respecto a la Evaluación Intermedia de 2010 donde se señalaba que el Plan de Comunicación no contempla previsiones específicas sobre la incorporación del principio de igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, ni directrices concretas para aplicar la perspectiva de género en las acciones específicas de información y publicidad.

Dicho lo anterior y como contra punto, en la "Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación" si se tuvo en cuenta como aspecto a evaluar. Asimismo, en el apartado de buenas prácticas, uno de los criterios de selección a tener en cuenta fue el de la incorporación de este principio.

A esto se añade la actividad llevada a cabo en el marco de la **Red de Políticas de Igualdad entre Mujeres y Hombres para la aplicación real y efectiva de la transversalidad de género**, que ha contribuido a incrementar, tanto en calidad como en cantidad, la consideración de este principio en las actuaciones cofinanciadas en general como, de las actividades de información y publicidad en particular.

Conclusiones y Recomendaciones

- ☐ Se concluye que el Principio de Igualdad de Oportunidades se ha considerado en la ejecución de las medidas de información y publicidad a pesar de no haber estado formulado de manera explícita en la estrategia del Plan de Comunicación.
- ☐ Para el próximo período se recomienda incluir en la Estrategia de Comunicación la consideración de este Principio para un mejor seguimiento y evaluación de la aplicación del mismo.

Por último, añadir que en el apartado 6 del presente informe, se evalúa la integración del principio de igualdad de oportunidades, tanto en las medidas de información y publicidad como en los efectos obtenidos por las mismas. En dicho apartado se profundizará más en el análisis de la aplicación y consideración de este Principio de Igualdad de Oportunidades.

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

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

- *Avances en la ejecución de las medidas*, en el que se calculará la ejecución de los indicadores del Plan en relación con las metas establecidas para cada uno de ellos.
- *Integración de las actividades de información y publicidad en los IAE⁵*, en el que se verificará si dichos informes han incluido la información sobre las actividades de información y publicidad.
- *La repercusión de los sistemas de seguimiento en la calidad de la ejecución de las medidas*, en el que se estimará si el Plan de Comunicación ha incrementado la calidad en la ejecución de las medidas.

Añadir que este análisis se realiza para tres intervalos temporales:

- Período comprendido entre 2010 y 2013, esto es, desde la Evaluación Intermedia
- Comparativa de los resultados de este período con el de 2007-2010
- Conclusiones del conjunto del período de programación 2007-2013

4.1. Avances en la ejecución de las medidas

Antes de comenzar con este análisis, es conveniente aclarar que las previsiones en el indicador de resultado nº4 correspondiente al número de visitas a las páginas web ha sido revisada al alza tal y como queda plasmado en el Informe de Ejecución Anual de 2012, dicha reprogramación se motiva por el incremento del número de visitas a lo largo de las tres últimas anualidades tanto a la página web de la UAFSE como a la del Organismo Intermedio. Este esfuerzo es valorado positivamente por el equipo evaluador al contemplar un mayor resultado de las medidas de información y publicidad puestas en marcha.

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

Este análisis incluye, en la medida de lo posible con la información de la que se dispone, el nivel de ejecución global, así como el nivel de ejecución por organismo beneficiario y por gestor, lo que permite una visión más amplia y personalizada de la participación de los distintos agentes para la consecución de los objetivos previstos en el Plan de Comunicación.

⁵ Informes Anuales de Ejecución

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

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

TIPOS DE ACTIVIDADES		INDICADORES DE REALIZACIÓN	INDICADORES DE RESULTADO	
		Meta 2013		Meta 2013
1. ACTIVIDADES Y ACTOS PÚBLICOS	(Nº) EVENTOS REALIZADOS	66	(Nº) ASISTENTES	4.035
2. DIFUSIÓN EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN	(Nº) ACTOS DE DIFUSIÓN	414		
3. PUBLICACIONES REALIZADAS	(Nº) PUBLICACIONES EXTERNAS	95	(%) PUBLICACIONES DISTRIBUIDAS/EDITADAS	90%
			(Nº) PUNTOS DE DISTRIBUCIÓN	51
4. INFORMACIÓN A TRAVÉS DE PÁGINAS WEB	(Nº) PÁGINAS WEB	2	(Nº) PROMEDIO ANUAL VISITAS	250.000
5. INFORMACIÓN A TRAVÉS DE CUALQUIER TIPO DE CARTELERA	(Nº) SOPORTES PUBLICITARIOS	90		
6. INSTRUCCIONES EMITIDAS HACIA LOS PARTICIPANTES EN LOS PROGRAMAS OPERATIVOS	(Nº) DOCUMENTACIÓN INTERNA DISTRIBUIDA	63	(%) ORGANISMOS CUBIERTOS	100%
7. REDES DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD	(Nº) REDES	2	(Nº) REUNIONES	47
			(Nº) ASISTENTES	52

Analizada la información contenida en las tablas facilitadas al equipo evaluador por el Organismo Intermedio y por la Autoridad de Gestión así como su comparativa con los datos obtenidos en el análisis de los indicadores de realización y resultado en la Evaluación de 2010, se extraen las conclusiones tanto de los indicadores de realización como de los indicadores de resultado.

Antes conviene señalar que en 2012 varias de las actuaciones enmarcadas en el PO FSE de Asturias ya han finalizado lo que supone que las acciones de información y publicidad que se llevaron a cabo en anualidades anteriores, ligadas a la ejecución de dichas actuaciones, ya no se han realizado en 2012, por lo que los indicadores de esta anualidad han disminuido considerablemente respecto a años anteriores.

Por último, señalar que para este análisis, el equipo evaluador ha tenido en cuenta los datos de indicadores hasta la fecha de 10 de septiembre de 2013.

ANÁLISIS DE INDICADORES DE REALIZACIÓN

Tabla 2: Programación, ejecución y % de los indicadores de realización del Plan de Comunicación del PO FSE 2007-2010, 2010-2013 y 2007-2013 de Asturias.

TIPOS DE ACTIVIDADES	INDICADORES DE REALIZACIÓN (Programación)		EJECUCIÓN			%		
			2007-2010	2010-2013	2007-2013	2007-2010	2010-2013	2007-2013
	Metas							
1. ACTIVIDADES Y ACTOS PÚBLICOS	(Nº) EVENTOS REALIZADOS	66	20	37	57	30,30%	56,06%	86,36%
2. DIFUSIÓN EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN	(Nº) ACTOS DE DIFUSIÓN	414	212	158	370	51,21%	38,16%	89,37%
3. PUBLICACIONES REALIZADAS	(Nº) PUBLICACIONES EXTERNAS	95	15	20	35	15,79%	21,05%	36,84%
4. INFORMACIÓN A TRAVÉS DE PÁGINAS WEB	(Nº) PÁGINAS WEB	2	2	2	2	100,00%	100,00%	100,00%
5. INFORMACIÓN A TRAVÉS DE CUALQUIER TIPO DE CARTELERIA	(Nº) SOPORTES PUBLICITARIOS	90	44	10	54	48,89%	11,11%	60,00%
6. INSTRUCCIONES EMITIDAS HACIA LOS PARTICIPANTES EN LOS PROGRAMAS OPERATIVOS	(Nº) DOCUMENTACIÓN INTERNA DISTRIBUIDA	63	46	28	74	73,02%	44,44%	117,46%
7. REDES DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD	(Nº) REDES	2	2	2	2	100,00%	100,00%	100,00%

En cuanto al porcentaje de ejecución alcanzado por los indicadores de realización en función de las metas establecidas para cada uno de ellos y a nivel global de todos los organismos, se concluye que:

- A 10 de septiembre de 2013, se ha alcanzado una media de ejecución del 84% del total de indicadores de realización; si se extrapolan los resultados hasta el final del periodo de programación, se estima que puede haber problemas para alcanzar las metas previstas en dos de los indicadores, no obstante, se quedarían muy próximos a las mismas, excepto en el caso de *Número de Publicaciones Externas*.
- Dos de los indicadores del Plan, el nº 4 (*Nº de Páginas Webs*) y el nº 7 (*Nº de Redes de Información y Publicidad*) alcanzaron 100% de las metas que tenían previstas para 2013.

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

- De los indicadores que aún no han llegado a las metas previstas, el indicador que mayor grado de ejecución presenta es el indicador nº2 (*Nº Acciones de Difusión*), con un 89,37% de ejecución. Luego

se sitúan los indicadores nº 1 (Nº de actividades y actos públicos) y nº5 (Nº de soportes publicitarios) con un 86,36% y un 60% respectivamente.

- El número de publicaciones externas está muy por debajo del objetivo marcado para el período, por lo que se concluye que no se alcanzará el objetivo.

Conclusiones y recomendaciones sobre los indicadores de realización:

- ▣ Si bien el grado de ejecución de los indicadores presenta una media superior al 80% lo que extrapolado a todo el período llevaría a concluir que se finalizaría con un porcentaje de éxito prácticamente del 100%, es conveniente señalar que en dos de ellos (*Número de publicaciones Externas y Número de Soportes Publicitarios*) se ve muy complicado el cumplimiento de los objetivos sobre todo, debido a que en muchos casos ya han finalizado las actuaciones programadas. No obstante, en la medida de lo posible hay que tratar de acercarse a estos objetivos marcados para estar bien posicionados de cara al próximo período de programación.
- ▣ Como ya se ha comentado anteriormente en el presente informe, el equipo evaluador ha encontrado serias dificultades para la valoración de los indicadores debido, por un lado, a que la aplicación informática en la que se venían cargando hasta 2010 ya no está operativa y a que la herramienta utilizada desde entonces no proporciona información acerca de los agentes que han ejecutado las distintas acciones de información y publicidad, más allá de poder deducirse a través del texto descriptivo de cada indicador. En este sentido, se recomienda firmemente solucionar este problema de cara al período 2014-2020.

INDICADORES DE RESULTADO

Tabla 3: Programación y ejecución (en número enteros y porcentaje) de los indicadores de resultado del Plan de Comunicación del PO FSE del Principado de Asturias

TIPOS DE ACTIVIDADES	INDICADORES DE RESULTADO			
	Metas	2007-2013	2007-2013 (%)	
1. ACTIVIDADES Y ACTOS PÚBLICOS	(Nº) DE ASISTENTES	4.035	3.798	94%
2. DIFUSIÓN EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN				
3. PUBLICACIONES REALIZADAS	(%) PUBLICACIONES DISTRIBUIDAS/EDITADAS	90%	100%	
	(Nº) PUNTOS DE DISTRIBUCIÓN	51	29	57%
4. INFORMACIÓN A TRAVÉS DE PÁGINAS WEB	(Nº) DE VISITAS	250.000	214.224	86%
5. INFORMACIÓN A TRAVÉS DE CUALQUIER TIPO DE CARTELERA				
6. INSTRUCCIONES EMITIDAS HACIA LOS PARTICIPANTES EN LOS PROGRAMAS OPERATIVOS	(%) DE ORGANISMOS CUBIERTOS	100%	100%	
7. REDES DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD	(Nº) REUNIONES	47	38	80%
	(Nº) ASISTENTES	52	52	100%

Del análisis de los indicadores de resultado se concluye lo siguiente:

- En cuanto al número de visitas a las páginas web, tanto a la de la UAFSE como a la del Organismo Intermedio, se ha incrementado paulatinamente en las tres últimas lo que significa un esfuerzo considerable en este sentido.
- El número de asistentes a actividades y actos públicos está muy próximo a la meta establecida además de tener una ejecución coherente con su correspondiente indicador de realización por lo que no se prevé ningún problema en este sentido.
- El número de puntos de distribución, al igual que ocurre con el número de publicaciones externas, está muy lejos de cumplir con lo programado.

Conclusiones y recomendaciones sobre los indicadores de resultado:

- ❑ Los indicadores de resultado muestran una ejecución más que proporcional con respecto a los indicadores de realización por lo que se recomienda, de cara al próximo período 2014-2020 y en la medida de lo posible, planificar una programación más coherente entre unos y otros indicadores.
- ❑ Aunque el indicador de realización nº3 Publicaciones externas realizadas esté lejos de la meta y no sea posible, por motivos presupuestarios, incrementar su ejecución en lo que queda de período, se sugiere aumentar el número de puntos de distribución, de forma que no requiera coste adicional, pero si se logre aumentar el impacto conseguido hasta la fecha con de dichas publicaciones.
- ❑ No obstante, considerando el conjunto de indicadores de resultado, se valora que aunque mejorable, es positiva la ejecución mantenida a lo largo del período.

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

Los Informes Anuales de Ejecución correspondientes al PO del FSE 2007-2013 del Principado de Asturias emitidos hasta la fecha⁶ contienen un apartado específico sobre Información y Publicidad en el que se recogen las acciones en materia de comunicación llevadas a cabo en cada anualidad, así como los avances en la ejecución de los indicadores del Plan en relación con las metas establecidas ad hoc y los ejemplos de buenas prácticas.

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

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

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

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

⁶ A 30 de junio de 2013 se han emitido los IAE correspondientes al año 2007, 2008, 2009, 2010, 2011 y 2012.

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

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

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

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

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

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

En el actual periodo de programación, el énfasis que se ha puesto en los aspectos de información y publicidad ha dado lugar a la elaboración y distribución de instrucciones, manuales, documentación, etc., sobre las mismas por parte de las AG y OI de los PO. Este hecho ha redundado en el óptimo cumplimiento de las obligaciones en materia de publicidad y, por ende, en una mayor difusión de las actuaciones cofinanciadas por la UE.

☐ ***Manuales específicos de gestión, seguimiento, control, evaluación e información y publicidad.***

Se constata la existencia de Manuales específicos de gestión, seguimiento, control, evaluación e información y publicidad elaborados con la finalidad de orientar y pautar las obligaciones derivadas de la ejecución del PO a disposición de los agentes implicados en la gestión y puesta en marcha del PO.

☐ ***Calidad de los procedimientos establecidos.***

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

- Garantizar el cumplimiento de la normativa comunitaria en materia de información y publicidad por parte de todos los agentes que intervienen en la ejecución de las actuaciones del PO.
- Velar por que la ejecución de las acciones de información y publicidad se efectúen de conformidad con lo dispuesto en el Plan.
- Garantizar la fiabilidad del sistema de seguimiento, de tal manera que el mismo suministre información suficiente para evaluar la realización, los resultados e impactos derivados de la puesta en marcha del Plan de Comunicación.
- Responder a las prioridades estratégicas comunitarias en materia de comunicación, recogidas a su vez en el Plan de Comunicación.

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

Como se ha señalado anteriormente, el gasto real invertido en las acciones de comunicación a 31 de marzo de 2010 es mucho mayor que el presupuesto asignado para todo el periodo, por lo que cabe inferir que el presupuesto asignado al Plan no guarda coherencia con el gasto real que supone ejecutar las acciones contempladas en el Plan.

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

En el periodo de programación 2007-2013, las Autoridades de Gestión de los POs, han puesto a disposición de los Organismos Intermedios una aplicación informática ad hoc para efectuar el seguimiento de la ejecución de los Planes de Comunicación. Dicha aplicación, alojada en la página web de la UAFSE del Ministerio de Trabajo e Inmigración⁷, es la plataforma donde estos organismos vuelcan los indicadores de realización y resultados correspondientes a las acciones de comunicación que van ejecutando en el marco del PO correspondiente.

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

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

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

☐ ***Análisis de la estructura y funcionamiento del GERIP y resto de redes regionales.***

⁷ <http://www.mtas.es/uafse/es/index.html>

Las redes de información y publicidad constituidas en el actual periodo de programación, formadas por las Autoridades de Gestión y los OI de los distintos programas, han sido el foro principal donde se han consensado aquellos aspectos relacionados con la publicidad, garantizando de este modo una buena coordinación de las actuaciones. En este sentido cabe resaltar la utilidad de dichas redes, en opinión de los responsables del Plan de Comunicación consultados.

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

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

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

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

Así pues, se aprecia la existencia de canales fluidos por los que transcurre la información de forma ágil, lo que contribuye a la calidad en la ejecución del Plan de Comunicación así como a la coordinación entre los diferentes actores que participan de la misma.

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

- ☐ Los canales por los que transcurre la información son fluidos, incluso más que en la Evaluación Intermedia debido, sobre todo, a que el actual periodo de programación se encuentra en una fase de madurez, que permite que los procedimientos de transmisión de la información estén asentados, y la coordinación para la ejecución de las medidas del Plan sea elevada y de un alto grado de calidad.
- ☐ Se recomienda un análisis de estos procedimientos y canales de transmisión de la información para asegurar su validez en el nuevo periodo de programación y para que perduren al margen de la posibilidad de que las personas responsables de los mismos pueda ser distintas a las actuales.
- ☐ En cuanto a las instrucciones a los órganos encargados de la gestión y ejecución de las actuaciones en materia de gestión, seguimiento, control, evaluación e información y publicidad, así como a la celebración de cursos, jornadas y seminarios, se recomienda continuar en la misma línea en el próximo

período teniendo en cuenta el óptimo resultado que se ha conseguido con las mismas. En este sentido, se recomienda renovar los contenidos de las primeras ediciones de los cursos ante la posibilidad de encontrarse con nuevos organismos gestores así como adaptarlos a la nueva normativa que se publique en materia de información y publicidad.



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

En la Evaluación Intermedia de 2010 se valoraba si en los procesos de verificación y control se habían tenido en cuenta las obligaciones en materia de comunicación, concretamente, si el cumplimiento de dichas obligaciones se habían integrado en los listados de comprobación de control del artículo 13 del Reglamento (CE) N° 1828/2006.

La conclusión que se extrajo de dicho análisis es que en dichos controles si se había tenido en cuenta la normativa comunitaria en materia de información y publicidad, procediéndose a la verificación de dichos aspectos a través de listados de comprobación empleados ad hoc.

Teniendo en cuenta lo anterior, en la presente evaluación corresponde la detección de posibles incidencias en los resultados obtenidos al aplicar dicho proceso de verificación. Para ello, y ante la imposibilidad de evaluar todas las operaciones y organismos, se ha determinado la utilización de un método de muestreo aleatorio, tanto para la selección de organismos como para la selección de operaciones que componen la muestra objeto de análisis.

Este método utilizado consigue una muestra representativa de organismos y operaciones ya que se seleccionan al menos un 30% de organismos participantes en el Programa Operativo FSE del Principado de Asturias con la condición de que cada uno de los Ejes de los Programas esté representado por, al menos, un organismo gestor. Una vez seleccionados los organismos de forma aleatoria, se toma la muestra de sus operaciones y se extrae una de dichas operaciones al azar con el objeto de revisar el informe de verificación de dicha operación y extraer las conclusiones oportunas al respecto.

Una vez aplicado el método anterior, se procede al posterior análisis mediante una tabla donde se resumen las operaciones seleccionadas por organismo gestor y eje, para después resaltar el contenido de los informes de verificación en cada una de ellas y así poder extraer las conclusiones oportunas.

PROGRAMA OPERATIVO FSE 2007-2013 ASTURIAS		
EJE/TP	GESTOR	OPERACIÓN SELECCIONADA
1/62	Servicio de Gestión de la Formación para el Empleo	1. Formación continua (dirigida preferentemente a ocupados)
1/63	Servicio de Programas de Empleo	2. Subvenciones a empresas por la conversión en indefinidos de contratos en prácticas.
1/68	Servicio de Autónomos, Economía Social y Emprendedores	3. Ayudas por inicio de actividad a desempleados que se constituyan como autónomos
2/66	Servicio de Programas de Empleo	4. Subvenciones a empresas por la contratación de desempleados en las modalidades de contratos en prácticas, de relevo temporales e indefinidos, así como contratos indefinidos
2/69	Servicio de Centros, Planificación y Prestaciones Complementarias	5. Plan de Ordenación de Escuelas Infantiles de Primer Ciclo
2/71	Servicio de Programas de Empleo	6. Subvenciones a empresas por la contratación de desempleados colectivos desfavorecidos
3/73	Servicio de Formación Profesional Inicial y Aprendizaje Permanente	7. PCPIs en centros públicos
4/80	Servicio de Programas Europeos y de Empleo-Formación	8. Cooperación Transnacional e Interregional

Operación Seleccionada 1: *Formación continua, dirigida preferentemente a ocupados. (Servicio de Gestión de la Formación para el Empleo)*

En esta primera operación seleccionada, no se ha encontrado ninguna incidencia en la materia de información y publicidad en el informe de verificación correspondiente a esta operación.

Operación Seleccionada 2: *Subvenciones a empresas por la conversión en indefinidos de contratos en prácticas. (Servicio de Programas de Empleo)*

En este segundo caso, tampoco se ha encontrado ninguna incidencia en la materia de información y publicidad en el informe de verificación correspondiente a esta operación.

Operación Seleccionada 3: *Ayudas por inicio de actividad a desempleados que se constituyan como autónomos (Servicio de Autónomos, Economía Social y Emprendedores)*

Según el correspondiente informe de verificación este Servicio Gestor cumple con la normativa comunitaria en materia de publicidad e información ya que la documentación que se facilita a los solicitantes de las ayudas, que obra en los expedientes verificados contiene impreso el logotipo FSE. De igual forma, las resoluciones aprobatorias y sus notificaciones indican además el porcentaje de cofinanciación. Asimismo en la información a los potenciales beneficiarios, y al público en general se ha transmitido la contribución de la Unión Europea en el fomento al trabajo por cuenta propia.

Operación Seleccionada 4: *Subvenciones a empresas por la contratación de desempleados en las modalidades de contratos en prácticas, de relevo temporales e indefinidos, así como contratos indefinidos (Servicio de Programas de Empleo)*

Del análisis efectuado de la documentación justificativa de la operación de referencia, se puede concluir que no se han detectado deficiencias, así, el Servicio Gestor cumple con la normativa comunitaria en materia de publicidad e información. Asimismo en la información a los potenciales beneficiarios, y al público en general se ha transmitido la contribución de la Unión Europea en el fomento al trabajo por cuenta ajena.

Operación Seleccionada 5: *Plan de Ordenación de Escuelas Infantiles de Primer Ciclo (Servicio de Centros, Planificación y Prestaciones Complementarias)*

No se señala ningún tipo de incidencia en la materia en el informe de verificación de esta operación concluyendo positivamente sobre los requisitos de información y publicidad.

Operación Seleccionada 6: *Subvenciones a empresas por la contratación de desempleados colectivos desfavorecidos (Servicio de Programas de Empleo)*

Del análisis efectuado de la documentación justificativa de la operación de referencia, se puede concluir que no se han detectado deficiencias, así, el Servicio Gestor cumple con la normativa comunitaria en materia de publicidad e información. Asimismo en la información a los potenciales beneficiarios, y al público en general se ha transmitido la contribución de la Unión Europea en el fomento al trabajo por cuenta ajena.

Operación Seleccionada 7: *PCPIs en centros públicos (Servicio de Formación Profesional Inicial y Aprendizaje Permanente)*

No se señala ningún tipo de incidencia en la materia en el correspondiente informe de verificación de esta operación.

Operación Seleccionada 8: *Cooperación Transnacional e Interregional (Servicio de Programas Europeos y de Empleo-Formación)*

En último lugar, en el informe de verificación de esta operación seleccionada se señala que el Servicio Gestor cumple con la normativa comunitaria en materia de publicidad e información, y en lo relativo las resoluciones de convocatorias para la realización de actuaciones cofinanciadas por el Fondos Social Europeo.

Conclusiones y recomendaciones del proceso de verificación previa con relación a los aspectos de información y publicidad

En la Evaluación Intermedia se concluyó, a través de la verificación de los listados de comprobación empelados ad hoc, que en los controles referidos al artículo 13 llevados a cabo se tenía en cuenta la normativa comunitaria en materia de información y publicidad. Con la presente evaluación se pretende analizar y valorar si ha habido incidencias en el proceso de verificación.

En el análisis de la muestra no se ha encontrado incidencia alguna por lo que no procede realizar ningún tipo de recomendación en este sentido, concluyendo que se ha observado de forma rigurosa la normativa en materia de información y publicidad para este período de programación.



UNIÓN EUROPEA
Fondo Social Europeo

el FSE invierte en tu futuro

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

A continuación, se evaluará la integración del principio de igualdad de oportunidades en las medidas de información y publicidad establecidas en el Plan de Comunicación del PO del FSE del Principado de Asturias 2007-2013. Esta tarea se ha realizado mediante un doble estudio, primero de las valoraciones recogidas en la Evaluación Intermedio del Plan de Comunicación y segundo mediante el análisis específico de las acciones ejecutadas en materia de comunicación en relación con esta materia a partir del 1 de abril de 2010, como fecha de referencia de la presente Evaluación.

Como ya se avanzó en la Evaluación Intermedia de 2010, no se detectaron previsiones específicas en cuanto a la incorporación del principio de igualdad de oportunidades y tampoco respondía a las recomendaciones de un uso del lenguaje no sexista.

No obstante, en la "Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación" si se tuvo en cuenta como aspecto a evaluar así como en el apartado de buenas prácticas, uno de los criterios de selección a tener en cuenta fue el de la incorporación de este principio.

A esto se añade la participación del Organismo Intermedio en las actividades llevada a cabo en el marco de la **Red de Políticas de Igualdad entre Mujeres y Hombres para la aplicación real y efectiva de la transversalidad de género**, lo que ha contribuido a incrementar, tanto en calidad como en cantidad, la consideración de este principio en las actuaciones cofinanciadas en general como, de las actividades de información y publicidad en particular.

En el período que cubre esta Evaluación se ha llevado a cabo un análisis de las actuaciones concretas que se han realizado para cumplir con los objetivos y obligaciones de información y publicidad para comprobar el grado de adecuación de las medidas de publicidad a los principios de igualdad de oportunidades y las principales conclusiones se presentan a continuación:

- Se observa que se respeta y cumple con el principio de igualdad de oportunidades en las actividades y actos públicos tanto en el uso adecuado del lenguaje como en la participación igualitaria de hombres y mujeres tanto en las jornadas, eventos y todo tipo de actos públicos.
- La aportación tanto del Instituto Asturiano de la Mujer como de la Red de Políticas de Igualdad ha hecho que la evaluación del Principio de Igualdad de Oportunidades obtenga unos resultados muy satisfactorios.

En lo que respecta a la actividad de los responsables del Plan de Comunicación, tanto la Autoridad de Gestión como el Organismo Intermedio han llevado a cabo medidas activas para la incorporación del Principio de Igualdad de Oportunidades como son:

- Creación del Grupo Estratégico de Igualdad de Género 2007-2013 (GEI), encargado del establecimiento de prioridades y objetivos en materia de implantación de la estrategia de

mainstreaming de género en la UAFSE y del seguimiento y evaluación de los mismos para lo que cuenta con la colaboración del Instituto de la Mujer.

- El Organismo Intermedio prioriza la participación femenina en las actuaciones del Programa Operativo FSE como media para mejorar los datos de empleo femenino, sobre todo teniendo en cuenta que en el caso del Principado de Asturias está muy por debajo del masculino.

Por último, resaltar especialmente las actuaciones llevadas a cabo por el Instituto Asturiano de la Mujer relacionadas con la igualdad entre mujeres y hombres destacando especialmente la Escuela de Emprendedoras y Empresarias de Asturias.



UNIÓN EUROPEA
Fondo Social Europeo

el FSE invierte en tu futuro

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

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

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

- 1. Grado de conocimiento de las obligaciones existentes en la programación, gestión, seguimiento, control, evaluación e información y publicidad.** La medida de este indicador resulta del análisis de las respuestas en las citadas entrevistas a las preguntas referidas a lo que se define en el indicador, es decir, preguntas acerca del conocimiento de las obligaciones existentes en materia de programación, gestión, seguimiento y control. De este análisis, el porcentaje obtenido se sitúa en un **89,28%**, lo que supone un incremento de más que considerable del 25% con respecto a los resultados obtenidos en la Evaluación Intermedia donde se obtuvo un 63,08%.
- 2. Tasa de satisfacción, que indica la valoración de los beneficiarios, OI, gestores y/o partícipes respecto a la información facilitada.** Esta tasa tiene en cuenta las valoraciones hechas con respecto a la adecuada duración y el número de participantes de la sesión o evento, así como si dicha sesión satisface las expectativas de los participantes. El resultado que se obtiene es de un **75,78%**, resultado muy similar aunque algo superior al de 2010 (72,50%).
- 3. Tasa de utilidad de las actuaciones.** Esta tasa tiene en cuenta las valoraciones de las personas entrevistadas en cuanto a:
 - Si la información presentada ha servido para adecuar y/o actualizar sus conocimientos sobre los Fondos y/o su aplicación.
 - Si los contenidos presentados son de utilidad práctica
 - Si la sesión o evento es una herramienta adecuada para informar/formar sobre los Fondos

El porcentaje resultante de este análisis es de un **82,55%**, superior al obtenido en la Evaluación Intermedia (78,33%).

- 4. Grado de conocimiento de los distintos Fondos Estructurales y del Fondo de Cohesión.** El resultado obtenido en este indicador de impacto es de un **67,44%**.

- ✓ Por sexo, los hombres presentan un mayor conocimiento de los distintos Fondos que las mujeres, ya que un 72% de los encuestados afirmó haber oído hablar de los distintos Fondos Estructurales y Fondo de Cohesión, frente a un 64% de las encuestadas.

Desagregando los resultados por tipo de Fondo y sexo, en el caso del FSE, los hombres obtienen porcentajes de respuesta afirmativos ligeramente más elevados que las mujeres; un 73,38% frente a un 72,06%.

- ✓ Por edad, el colectivo que presenta un mayor conocimiento sobre los distintos Fondos es el comprendido entre los 55 a los 74 años, si bien esto no sucede en el caso concreto del FSE donde siendo los porcentajes muy similares en todos los tramos de edad, se sitúan ligeramente por encima de la media el tramo de los 25 a los 54 y el de los mayores de 75 años.

5. Grado de conocimiento del papel desempeñado por la Unión Europea. Este indicador ha obtenido un porcentaje de un **81,06%**, muy próximo al de la encuesta realizada en 2010 (82,60%).

- ✓ Por sexo, los hombres presentan mayor grado de conocimiento del papel desempeñado por la Unión Europea en Asturias; un 84,26% de los hombres afirmó conocer que *Asturias recibe dinero de la Unión Europea y que éste dinero contribuye al progreso económico y social de la región*, frente a un 78,15% de las mujeres que también lo afirmaron. Ambos porcentajes son muy similares a los obtenidos en 2010 (85,75% y 79,66%, respectivamente).
- ✓ Por edad, el grupo comprendido entre 25 y 54 años es el que presenta un mayor grado de conocimiento (84,89%), seguido del grupo comprendido entre 55 y 74 años (83,66%). En este caso, el grupo de los más jóvenes muestra un grado de conocimiento inferior (69,21%) al del resto de los grupos de edad encuestado.

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

INDICADOR DE IMPACTO	Unidad de Medida
Grado de conocimiento del FSE	72,72%
Grado de conocimiento del papel desempeñado por la Unión Europea	81,06%

Fuente: Elaboración propia.

Indicadores de impacto: conclusiones y recomendaciones

- ☐ En cuanto al **grado de conocimiento** de las obligaciones existentes en la programación, gestión, seguimiento, control evaluación e información y publicidad y como se ha reflejado anteriormente, se ha obtenido un porcentaje de casi el 90%, resultado que, se puede evaluar como óptimo.

- ☐ El resultado obtenido del 75,78% a la hora de calcular la **tasa de satisfacción** respecto a la información facilitada es positivo, pero se espera que se incremente al final del período de ejecución.

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

- ☐ En cuanto a la **tasa de utilidad** de las actuaciones, en lo que se refiere a si la información presentada ha servido para adecuar y/o actualizar conocimientos sobre los Fondos y/o su aplicación, si los contenidos presentados son de utilidad práctica y, por último, si la sesión o evento es una herramienta adecuada para informar/formar sobre los Fondos, el resultado obtenido, como se ha dicho anteriormente, ha sido una tasa de utilidad del 82,55%.

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

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

- ☐ En lo que se refiere el indicador de impacto que mide el **grado de conocimiento del Fondo Social Europeo** por parte de la ciudadanía y cuyo resultado obtenido es del 72%, si se analizan los resultados obtenidos desagregados por sexo y edad, se concluye que:

- ✓ Ya que los hombres presentan, de media, un mayor conocimiento de los distintos Fondos que las mujeres, se recomienda hacer un mayor esfuerzo dirigido al público femenino para conseguir que los resultados que se obtengan al final del período se equiparen en la medida de lo posible en aquellos puntos donde se presentan los valores más altos para hombres que para mujeres.

- ☐ En el caso del último indicador de impacto que mide el **grado de conocimiento del papel desempeñado por la Unión Europea**, los resultados obtenidos son de un 81,06%, es decir, un 10% más elevado que el indicador de impacto anterior. Si se profundiza más en los resultados obtenidos, se observa que:

- ✓ Los hombres siguen presentando un mayor grado de conocimiento que las mujeres, incluso con mayor diferencia que para el caso del grado de conocimiento de los distintos Fondos Estructurales y Fondo de Cohesión, por lo tanto, la recomendación va dirigida también a tratar de incrementar las medidas de información y publicidad dirigidas a las mujeres.
 - ✓ En lo que se refiere a la edad, el grupo que presenta un menor conocimiento de este papel desempeñado por la Unión Europea es el de los mayores de 75 años, por lo que habrá que hacer hincapié en esta franja de edad. Los resultados obtenidos para los otros grupos de edad se consideran notablemente elevados, no obstante, no hay que descuidar las medidas adoptadas que van dirigidas a estos colectivos.
- ☐ En general, los resultados obtenidos con estos indicadores son considerablemente elevados, algo muy positivo de cara a la Evaluación pero que, a su vez, supone un reto a superar en los próximos años del periodo de programación.



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

A lo largo del presente informe de evaluación se han ido introduciendo en cada uno de sus epígrafes distintas conclusiones y recomendaciones con referencia al próximo período de programación 2014-2020 con el objeto de servir para mejorar la futura Estrategia de Comunicación de los Fondos Estructurales, pues uno de los objetivos principales de esta Evaluación Final es precisamente el de contribuir a la adecuación y mejora de las medidas de información y publicidad de cara a la futura programación.

Una vez realizado el análisis de los avances en los distintos ámbitos con respecto a la evaluación intermedia de 2010, se plantean las siguientes conclusiones y recomendaciones:

- ☐ En cuanto a la metodología de la evaluación se recomienda que, para el próximo período, la evaluación final de la Estrategia de Comunicación tenga lugar una vez finalizado el período de programación para que, de esta forma, se pueda contemplar el conjunto de actividades relacionadas con la ejecución completa de los Programas Operativos.
- ☐ Tras el análisis del seguimiento y aplicación de las recomendaciones realizadas en la Evaluación Intermedia 2010 se concluye que se ha hecho un esfuerzo considerable por tener en cuenta todas y cada una de ellas.
- ☐ Con respecto al avance en el desarrollo de la estrategia de comunicación y en lo referido a la dotación de medios económicos se recomienda revisar tanto la metodología de estimación de lo realmente gastado como el presupuesto asignado para las medidas de información y publicidad para que refleje más fielmente el montante necesario y sea un importe más realista para poner en marcha las actuaciones que se prevean en la futura estrategia de comunicación.
- ☐ Se recomienda contemplar una posible actualización de la Estrategia de Comunicación en un momento intermedio del próximo período de programación. Desde que se aprobó el Plan de Comunicación al momento actual se han producido muchos cambios de contexto y un avance de tecnologías que han dejado obsoleto al Plan inicial en algunas de sus medidas.
- ☐ Para el próximo período se recomienda incluir en la Estrategia de Comunicación la consideración del Principio de Igualdad de Oportunidades para un mejor seguimiento y evaluación de la aplicación del mismo.
- ☐ En lo que se refiere a la definición de los indicadores se recomienda una revisión aprovechando la experiencia adquirida en este período. Habrá que buscar la forma de ponderar de algún modo el peso de las actuaciones y buscar mayor homogeneidad ya que, por ejemplo, tiene el mismo valor "1" un spot en televisión o una cuña en radio que un anuncio en un boletín oficial y esto no parece proporcional al esfuerzo realizado, ni humano, ni técnico ni económico.
- ☐ Los Grupos de Discusión han ofrecido una información cualitativa relevante acerca de varios de los temas planteados como, por ejemplo, la estrategia, objetivos, mensajes, canales, instrumentos,

recursos, gestión, actores, implicación y beneficio para los ciudadanos de las medidas de información y publicidad enmarcadas en el Plan de Comunicación. De la información recabada se pueden extraer las siguientes conclusiones y recomendaciones:

- Se recomienda contemplar nuevos canales de comunicación basados en las redes sociales aprovechando las nuevas tecnologías existentes. Estos canales tienen un menor coste y además un mayor alcance hacia el público objetivo. En estas redes sociales deberían participar los agentes implicados e todos los niveles.
- Es momento de suplir las publicaciones, folletos, dípticos, etc... que son editadas en papel por una publicación electrónica, salvo en aquellos casos que sea absolutamente imprescindible. El coste es menor así como su impacto ambiental.
- Por definición, una de las características de las Buenas Prácticas es su capacidad para ser replicadas, ya sea a nivel local, regional, nacional o comunitario. Por este motivo, es interesante buscar este efecto imitador y que las Buenas Prácticas no se queden en la mera difusión de las mismas sino que se busquen instrumentos para poder ser aplicadas en circunstancias análogas en sitios geográficamente separados.

Por último, se recomienda especialmente solventar el problema de la aplicación informática para poder retomar su uso o poner en marcha otras herramientas más eficaces para la carga y seguimiento de los indicadores de comunicación, ya que para el período de análisis que cubre esta evaluación se han encontrado grandes dificultades para su interpretación y la imposibilidad de identificar el responsable de la realización de algunas actuaciones de comunicación.

Además, se propone proceder a actualizar los datos para incorporarlos al Informe Anual de Ejecución de 2013 y así disponer de un punto de partida correcto para el próximo período de programación.

9. BUENAS PRÁCTICAS

Con respecto a la Evaluación de 2010, el presente apartado de Buenas Prácticas presenta cambios, tanto en la estructura del mismo como en los contenidos, referidos, por un lado, a la inclusión de Buenas Prácticas de gestión de actuaciones cofinanciadas y, por otro lado, a la valoración de las buenas prácticas ya identificadas tanto de comunicación como de actuaciones cofinanciadas. La estructura queda dividida en los siguientes puntos:

- Valoración de las **Buenas Prácticas** de **comunicación** y de **gestión** de actuaciones ya identificadas hasta el momento. Esta valoración consiste principalmente en encontrar la correlación entre las buenas prácticas identificadas con los criterios y argumentos utilizados para que se consideren justificadas como buenas prácticas.
- Identificación adicional de **Buenas Prácticas**, tanto de **comunicación** como de **gestión de actuaciones**. Para esta identificación, el equipo evaluador ha utilizado toda la documentación analizada a lo largo del proceso evaluativo procedente de varias fuentes, entre las que destacan las siguientes: informes anuales de ejecución, páginas web, indicadores de información y publicidad (realización y resultado), entrevistas con el organismo intermedio y las autoridades de gestión y los grupos de discusión celebrados

Conviene recordar previamente los criterios utilizados por el equipo evaluador para la valoración e identificación adicional de buenas prácticas en materia de comunicación, criterios éstos debatidos y consensados en las reuniones de GERIP.

Criterios⁸ establecidos para que cualquier actuación pueda ser considerada buena práctica de comunicación

- **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 fondos**
- **Alto grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción de comunicación**
- **Evidencia de un alto grado de calidad**
- **Uso de nuevas tecnologías de la información**

⁸ Criterios recogidos en la Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación

9.1. Valoración de las Buenas Prácticas ya identificadas: Buenas prácticas de comunicación y buenas prácticas de actuaciones cofinanciadas

Para la valoración de las Buenas Prácticas ya identificadas, el equipo evaluador ha construido una base de datos con las buenas prácticas incorporadas en los sucesivos informes de ejecución así como en la evaluación intermedia de 2010.

Esto ha permitido identificar aquellas buenas prácticas más sólidas así como los criterios mejor definidos y justificados y, por otro lado, analizar la falta de consistencia del conjunto de la buena práctica presentada si fuera el caso.

Por otro lado, mediante este método, se puede realizar una clasificación de aquellas temáticas más reiterativas así como los organismos gestores que más y mejor han contribuido a la visibilidad y difusión de los Fondos Estructurales y a la importancia del papel desempeñado por la Unión Europea.

Las conclusiones que se extraen a este respecto son las siguientes:

- Se han incluido un total de 9 buenas prácticas de comunicación en los sucesivos informes anuales de ejecución desde la anualidad 2009 manteniendo un ritmo constante a lo largo del período. Estos datos revelan un esfuerzo por parte de los diferentes organismos de a la hora de difundir las buenas prácticas de comunicación plasmándolas en los informes anuales.
- En cuanto a la temática de las Buenas Prácticas se observa una cierta similitud, pudiéndose realizar la siguiente clasificación en orden de supremacía:
 - En primer lugar se encuentran aquellas Buenas Prácticas referidas a actuaciones de difusión a través de campañas, jornadas informativas, actos públicos suponiendo un **45%** del total de Buenas Prácticas identificadas hasta la fecha.
 - Le siguen aquellas actuaciones que se han llevado a cabo mediante la publicación de documentación, guías, instrucciones, manuales, etc suponiendo un **35%** del total de Buenas Prácticas identificadas hasta la fecha.
 - En tercer lugar se sitúan aquellas Buenas Prácticas de comunicación que han utilizado como vía principal para la difusión las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación con un **20%** respecto al total.
- Por último, con respecto al cumplimiento de los criterios exigidos cabe señalar que en algunos casos no están todo lo suficientemente claros y se debería de incidir más siempre con el objetivo de lograr mayores porcentajes de impacto y eficacia sobre todo en el caso del Uso de nuevas tecnologías de la información.

9.2. Identificación adicional de Buenas Prácticas

Para la identificación adicional de buenas prácticas en materia de comunicación se han tenido en cuenta los siete criterios establecidos en la Guía Metodológica y se han utilizado como fuentes de información tanto los informes anuales de ejecución como el resto de documentación analizada, así como el contenido de las distintas páginas web, tanto del Organismo Intermedio como de los organismos gestores y la Autoridad de Gestión.

Debido a que la mayoría de las actuaciones han finalizado, sólo se ha encontrado una buena práctica de comunicación adicional, procediendo a continuación a una breve descripción de la misma junto con los criterios que se han utilizado para argumentar dicha elección:

▣ *Curso de Fondo Social Europeo: período 2014-2020 de Programación de la Política de Cohesión*

En febrero de 2013 se celebró un curso de información y formación dirigido a los organismos gestores del Programa Operativo del FSE de Asturias 2007-2013 orientado a la planificación del próximo período de programación en el que se incorporan contenidos relativos a la información y publicidad.

La duración del mismo fue de 15 horas lectivas y se compone de un total de 9 módulos, de los cuales se destaca como actuación de comunicación, el referido a "Información y Comunicación" impartido directamente por la persona responsable del Plan de Comunicación por parte del Organismo Intermedio que se encarga de transmitir a los organismos gestores la importancia de la difusión del papel de los Fondos Europeos y del cumplimiento de la normativa comunitaria al respecto.

La actuación se ha seleccionada como "buena práctica" en materia de comunicación por el cumplimiento de los siguientes criterios:

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

Para la impartición del curso se utilizan todo tipo de presentaciones dinámicas, ejemplos y también se cuenta con la participación activa de los asistentes al curso, tanto durante la celebración del mismo como a través de un cuestionario final para conocer la valoración de cada asistente al curso como las condiciones de celebración del mismo.

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

Los contenidos del curso están muy dirigidos a los objetivos perseguidos pues se preparan con antelación y detalle además de enviar la convocatoria a los organismos gestores para su preparación y conocimiento.

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

Se observa el cumplimiento de este criterio en la utilización de un lenguaje de género correcto en las diferentes ponencias así como en las presentaciones utilizada. Así mismo, la asistencia al curso no contiene ningún tipo de discriminación en la materia.

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

Se puede decir que el objetivo de difusión se cumple doblemente, por un lado, se acomete esa labor hacia las personas que asisten al curso y, por otro lado, se estimula a estas personas responsables de la gestión a que en todas sus actuaciones traten de difundir la importancia de los Fondos Estructurales para la ciudadanía más allá del mero cumplimiento de la normativa comunitaria en materia de información y publicidad, tanto en este período como en el próximo 2014-2020.

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

La cobertura es máxima pues se trata de una convocatoria específica y dirigida a la población objetivo de la misma, que en este caso son los organismos gestores del Fondo Social Europeo. Esto no quita para que esta cobertura se amplíe a través de estos gestores hacia la ciudadanía en su conjunto.

○ **Evidencia de un alto grado de calidad**

La calidad es máxima pues está impartido por personas expertas en cada materia y explícitamente en información y publicidad a través de la persona responsable del Organismo Intermedio. Esto se constata, además, a través de las valoraciones del alumnado que destacan la buena exposición de los temas por parte de los ponentes, que demuestran una buena preparación y un gran control de las materias que imparten, así como el sentido práctico.

○ **Uso de nuevas tecnologías de la información**

Dentro de las posibilidades que ofrecen este tipo de actuaciones en cuanto al uso de las nuevas tecnologías de la información, señalar que tanto la convocatoria del curso así como los materiales correspondientes al mismo tienen formato electrónico.