Evaluación del Plan de Información y Publicidad del Programa Operativo Integrado de Andalucía

2000-2006

EVALUACIÓN del Plan de Información y Publicidad del Programa Operativo Integrado de Andalucía : 2000-2006. - Sevilla : Consejería de Economía y Hacienda, Servicio de Estudios y Publicaciones, D.L. 2007

214 p. : il. ; 30 cm

Los objetivos de este trabajo son comprobar la existencia de mecanismos que aseguren el cumplimiento de la normativa de la Unión Europea, la eficacia de los sistemas implantados para dar a conocer los beneficios de los Fondos Estructurales y los mecanismos de publicidad propios

D.L. SE-1308-07. – ISBN 978-84-8195-288-9

1. Publicidad institucional
2. Ayuda al desarrollo económico regional – Unión Europea
3. Fondos estructurales comunitarios – España – Andalucía
4. Inversión de fondos públicos – Evaluación – España – Andalucía

I. Andalucía. Consejería de Economía y Hacienda. Servicio de Estudios y Publicaciones, ed.

338.246.027 (4-672UE : 460.35) "2000/2006"

Dirección: Dirección General de Fondos Europeos

Elaboración: Quasar Consultores.

Edita: Servicio de Estudios y Publicaciones.

I.S.B.N.: 978-84-8195-288-9

Depósito Legal: SE-1308-07

Diseño, maquetación e impresión: LUMENDOS S.C.

Impreso en Sevilla. España.

Evaluación del Plan de Información y Publicidad del Programa Operativo Integrado de Andalucía 2000-2006

Índice de contenidos

Índice de Tablas

Índice de Esquemas

Índice de Gráficos

Informe de Buenas Prácticas, en materia de información y publicidad, del Plan de Información y Publicidad del Programa Operativo Integrado de Andalucía 2000-2006

Índice de contenidos

Índice de Tablas

Índice de Esquemas

Introducción

INTRODUCCIÓN

La **Evaluación del Plan de Acciones de Información y Publicidad del Programa Operativo Integrado de Andalucía** responde a la necesidad de evaluar las actuaciones que se están llevando a cabo en materia de información y publicidad, en cumplimiento de la normativa comunitaria.

Los artículos 34 y 46 del *Reglamento (CE) 1260/1999 del Consejo, de 21 de junio de 1999*, por el que se establecen disposiciones generales sobre los Fondos Estructurales, así como el *Reglamento 1159/2000 de la Comisión, de 30 de mayo de 2000* - especifico sobre las actividades de información y publicidad- sientan la base normativa referente a los requisitos de las actividades de comunicación que deben llevar a cabo los Estados miembros, en relación con las intervenciones de los Fondos Estructurales.

Asimismo, el *Complemento de Programa* prevé, en el Eje 9 (Asistencia Técnica), la realización de un *Plan de Actividades de Comunicación* de cara a cumplir los objetivos que se muestran en la Tabla 1.

Tabla 1.Principales objetivos del Plan de Información y Publicidad del POIA.

OBJETIVOS DEL PLAN DE ACTIVIDADES DE COMUNICACIÓN
Garantizar la transparencia en la ejecución.
Proporcionar información sobre el Programa y sobre la participación de los Fondos Estructurales en el mismo.
Difundir la información que haga posible un correcto uso de las disponibilidades financieras.
Informar a la Opinión Pública sobre el papel de la Política Regional Europea.

La mencionada normativa es más precisa que la correspondiente al período anterior, al igual que los miembros de la Comisión son cada vez más exigentes en el cumplimiento de la misma, por lo que es necesario poner un especial cuidado en su adecuada aplicación y perfecto cumplimiento teniendo en cuenta, además, su carácter sancionador.

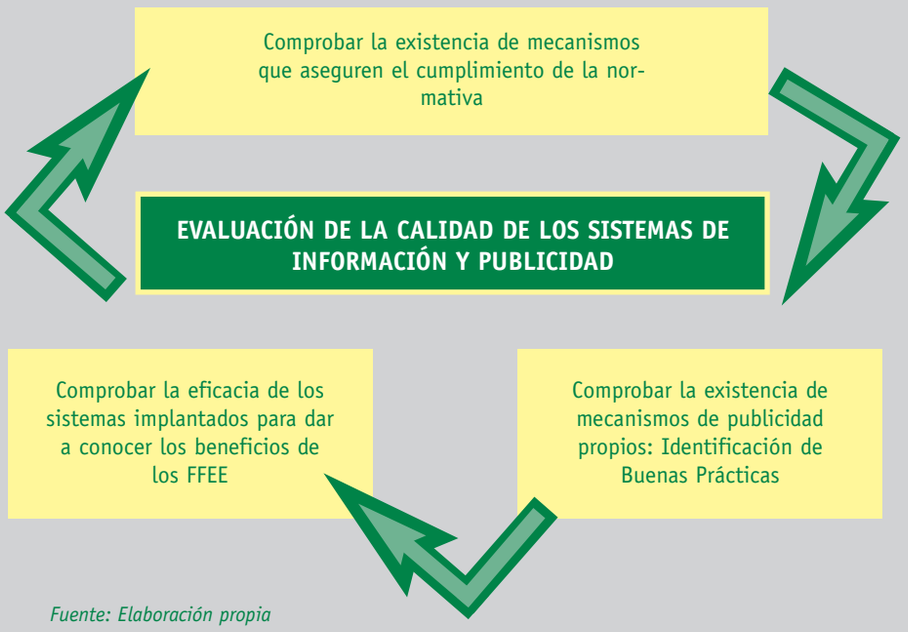
En este sentido, la Comisión Europea hace especial énfasis en las acciones relativas a la información y publicidad de las intervenciones financiadas por los fondos comunitarios para el nuevo período de Programación, 2007-2013, a través de las cuales se pretende intensificar estas acciones y dotarlas de mayor efectividad. En el artículo 68 del Capítulo III *"Información y Publicidad"* de la *Propuesta del Reglamento del Consejo por el que se establecen las disposiciones generales relativas al FEDER, FSE y FEOGA-Sección Orientación* -COM(2004) 492 final- vuelve a hacerse especial referencia a la obligación de garantizar la transparencia de las ayudas de los Fondos y de dar a conocer las posibilidades y beneficios, derivados de la intervención conjunta, no sólo entre los beneficiarios finales y potenciales, sino también a la opinión pública.

Por consiguiente, en virtud de estas obligaciones -en materia de información y publicidad- en la gestión de las ayudas cofinanciadas por la Unión Europea, la Junta de Andalucía ha incluido un apartado dedicado específicamente a este tema en el *Complemento de Programa* del *Programa Operativo Integrado de Andalucía 2000-2006,* consciente de este tipo de requerimientos en la gestión de las ayudas cofinanciadas.

La **Evaluación de los Planes de Información y Publicidad de la Junta de Andalucía** referente a las intervenciones del Programa Operativo Integrado de Andalucía pretende comprobar, en consecuencia, el cumplimiento de los requisitos comunitarios por las actuaciones realizadas por la Junta de Andalucía en esta materia, cofinanciadas por FEDER, FSE y FEOGA-Sección Orientación.

De esta forma, los objetivos que este trabajo persigue son, tal y como muestra el Esquema 1, los de comprobar la existencia de mecanismos que aseguren el cumplimiento de la normativa, comprobar la eficacia de los sistemas implantados para dar a conocer los beneficios de los Fondos Estructurales y comprobar la existencia de mecanismos de publicidad propios (identificación de buenas prácticas).

Esquema 1: Objetivos generales de la Evaluación.



Fuente: Elaboración propia

Estos tres objetivos se desglosan en los siguientes objetivos, más concretos:

- Comprobación de la calidad de las medidas adoptadas en la aplicación de los Planes de Información y Publicidad.
- Apreciación del grado de cumplimiento de la normativa vigente en materia de información y publicidad, de las actuaciones financiadas por los Fondos Comunitarios, por los órganos gestores y el órgano intermedio del Programa Operativo Integrado de Andalucía 2000-2006.
- Estudio del nivel de conocimiento de las actuaciones cofinanciadas por los Fondos en los órganos gestores, en los potenciales beneficiarios de las ayudas y del público en general.
- Análisis del grado de cumplimiento de los Planes de Información y Publicidad por los responsables de su ejecución.
- Identificación de aquellos casos que puedan considerarse como buenas prácticas en la materia tratada.

Por consiguiente, los resultados obtenidos con la Evaluación permitirán valorar, por un lado, la calidad de las medidas aplicadas para garantizar la información y publicidad de cada intervención y, por otro, el cumplimiento de los requisitos que, en esta materia, establecen los reglamentos comunitarios. De este modo se obtendrán claros y precisos elementos de juicio para reforzar o reorientar, en el caso que sea necesario, las actuaciones que, en la actualidad, tienen un mayor o menor impacto, respectivamente.

En este sentido, se estima que la selección y descripción de proyectos y acciones concretas, consideradas como ejemplos de buenas prácticas -por su calidad y sobresalientes resultados-, constituye un ejercicio muy útil de cara a mejorar las acciones de comunicación y los mecanismos de publicidad puestos en marcha hasta el momento.

1. Metodología

1. Metodología

La necesidad de establecimiento de una serie de requisitos, a cumplir por los países miembros en materia de información y publicidad, responde al objetivo de dar a conocer, de manera **homogénea**, la importante contribución de la Unión Europea al progreso económico y social de las regiones y, también, de mostrar a la población, en general, las principales prioridades que persigue la Política Regional Europea –convergencia, empleo, competitividad, etc. -

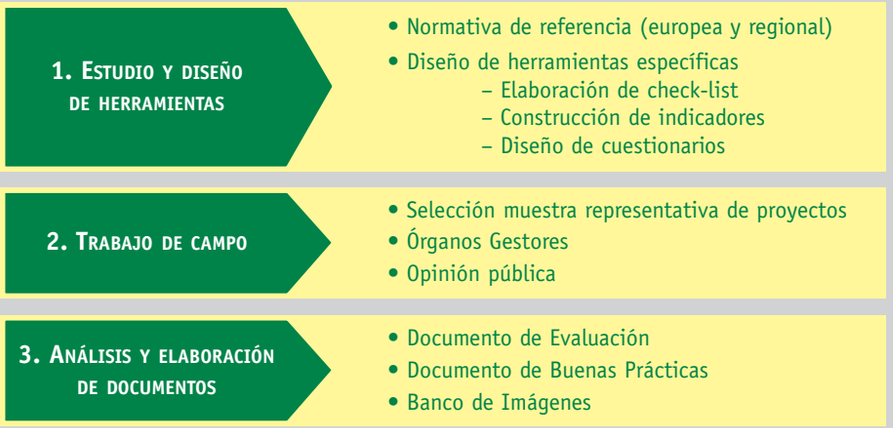
En razón de lo anterior, se justifica la necesidad de valorar, de forma cuantificada:

- El grado de repercusión de los distintos medios informativos/publicitarios utilizados –página Web, folletos/publicaciones, medios de comunicación, vallas, medios propios, carteles, actividades informativas, etc.. La opinión de los Gestores de los Proyectos es determinante para lograr este cometido.
- La repercusión de las actuaciones informativas y publicitarias desarrolladas sobre los ciudadanos andaluces.

En consecuencia, la metodología de evaluación utilizada diferencia tres grandes fases o etapas (Esquema 2):

- En una **primera etapa**, se procede al estudio de la normativa existente, en materia de información y publicidad, aplicable a las actuaciones cofinanciadas por fondos europeos, para, a continuación, diseñar las herramientas específicas de evaluación que permitan comprobar y valorar el cumplimiento de los requisitos informativos y publicitarios de las actuaciones cofinanciadas: un Check-list, un listado de indicadores de medición y dos tipos de cuestionarios.
- En la **segunda etapa**, previa selección de una muestra representativa de proyectos del Programa a analizar, se aplican los cuestionarios, previamente diseñados, a los gestores de dichos proyectos –y a los distintos beneficiarios de las actuaciones cuando se considere oportuno- y a una muestra de la ciudadanía andaluza.
- Finalmente **-tercera etapa-** el examen de la documentación recopilada permitirá, no sólo el análisis de la efectividad y calidad de las actuaciones informativas y publicitarias -desarrolladas por los órganos correspondientes-, sino también poner de relieve interesantes y útiles conclusiones y recomendaciones de cara al próximo periodo. Muestra de ello, lo constituyen las buenas prácticas seleccionadas que pueden servir de ejemplo en el futuro (véase informe complementario).

Esquema 2. Etapas de la metodología de evaluación.



1.1. Contenido de cada una de las etapas del proceso de evaluación.

Estudio de documentación y diseño de herramientas:

El análisis de los reglamentos y documentos de la Comisión sobre cuáles han de ser los requisitos que cumplan los órganos gestores de las actuaciones cofinanciadas constituye un ejercicio básico, previo al diseño de los instrumentos y al estudio del propio Plan de Información y Publicidad del POI de Andalucía y de los documentos de evaluación y seguimiento del Programa (Tabla 2). Asimismo, es importante conocer las indicaciones propias de la DG de Comunicación Social, de la Consejería de Presidencia, de la Junta de Andalucía.

Tabla 2. Material relevante para el estudio de las acciones de información y publicidad realizadas en relación con las intervenciones de los Fondos Europeos en Andalucía.

ÁMBITO	DOCUMENTOS
NORMATIVA	
EUROPEA	Reglamento (CE) 1260/1999 sobre los Fondos Estructurales.
	Reglamento (CE) 1159/2000 sobre las actividades de Información y Publicidad de los Fondos Estructurales.
	Decisión de la Comisión 94/342/CE sobre las actividades de Información y Publicidad de los FFEE y del IFOP.
	Guía práctica sobre la comunicación relacionada con los Fondos Estructurales 2000-2006, de la Comisión Europea.
	Successful communication on EU Structural Funds. Examples of good practice. European Unión.
	Propuesta del Reglamento del Consejo por el que se establecen las disposiciones generales relativas al Fondo Europeo de Desarrollo Regional, al Fondo Social Europeo y al Fondo de Cohesión (COM(2004) 492 final).
	Plan de acción SEC (2005) 985 final, 20 de julio de 2005.
	Iniciativa europea de transparencia. SEC (2005)1300/6.
	Plan D de democracia, diálogo y debate (COM (2005) 494 final)
	Libro Blanco de la Comisión sobre la política europea de comunicación (Bruselas, 01.02.2006. COM(2006) 35 final)
AUTONÓMICA	Ley 4/1.999, de 11 de mayo, Reguladora de la Actividad Publicitaria de las Administraciones Públicas de Andalucía.
	Manual de Identidad Corporativa de la Junta de Andalucía.
	Instrucciones de la DG. de Comunicación Social de la Consejería de Presidencia (Radio y TV, Convocatorias)

ÁMBITO	DOCUMENTOS
DOCUMENTACIÓN DEL POI DE ANDALUCÍA	
Plan de Información y Publicidad	Plan de Información y Publicidad del Programa Operativo Integrado de Andalucía.
Guía Práctica	Manual de Información y Publicidad del Plan de Información y Publicidad del POI de Andalucía.
Programa Operativo	Programa Operativo Integrado de Andalucía 2000-2006
Evaluaciones Intermedias	Evaluación Intermedia del Programa Operativo Integrado de Andalucía, 2000-2006. Actualización de la Evaluación Intermedia del Programa Operativo Integrado de Andalucía, 2000-2006. (si es posible)
Informes de Ejecución	Informes anuales de ejecución de los tres Programas Operativos

Fuente: Elaboración propia

Con objeto de valorar el cumplimiento de la normativa comunitaria y regional, en estos términos, se ha elaborado un **chek-list, o lista de verificación** (anexo I), en el que se recogen todos los requisitos que han de cumplirse en función de las diferentes etapas en las que se programa y desarrolla cada proyecto. Como se observa en el Esquema 3, la evaluación de cada proyecto abarca desde la fase de licitación, hasta que el mismo termina, dado que el análisis del propio Plan de Información y Publicidad –correspondiente a la etapa de planificación del propio Plan- se analizará con detalle en el capítulo 2.

Esquema 3. Principales aspectos analizados a través del Check-list.

Fuente: Elaboración propia

En la *fase de licitación* se contempla si se han tenido en cuenta todas las posibles alternativas existentes para la contratación de los Proyectos objeto de evaluación –contratación pública, convenios y subvenciones-, si se han cumplido las diferentes obligaciones publicitarias e informativas establecidas al respecto (por ejemplo, si han sido anunciados en los distintos Diarios Oficiales en el caso de la contratación pública) y si se ha hecho alusión explícita a la cofinanciación europea -mediante la referencia al Fondo de que se trate y al porcentaje de financiación-; también se contemplan otros aspectos relacionados con la contratación, entre los que cabe señalar una comunicación lo más directa y ágil posible –publicación de los Pliegos y órdenes en la página Web, anuncios en prensa hablada y escrita- y la colaboración con los organismos intermediarios.

Por otro lado, en la *fase de ejecución* de los proyectos, se trata de verificar si los gestores han difundido, entre el conjunto de la población, su puesta en marcha teniendo en cuenta las especificaciones informativas y publicitarias establecidas al respecto. Entre otras, la instalación de vallas y placas, la realización de campañas de sensibilización sobre el papel de la Unión Europea -en el caso de proyectos de formación y empleo-, etc.

Y, por último, una vez finalizados los proyectos se comprueba si, con posterioridad a la ejecución de los mismos –el caso más significativo es el relativo a las actuaciones de inversión en infraestructuras con coste superior a tres millones de euros– se siguen cumpliendo las exigencias de información y publicidad de la normativa comunitaria y regional.

Cabe destacar que, en todos los casos se subrayarán, además, los procedimientos y confusiones más comunes, mediante ilustraciones con ejemplos concretos.

Asimismo, se considerará la puesta en práctica de *iniciativas propias* de información y publicidad por parte de aquellos órganos gestores que las realicen con objeto de reforzar los mecanismos de promoción sobre el desarrollo de los proyectos cofinanciados y/o sus resultados –como camisetas, pegatinas, videos, CDs, etc.– en virtud del articulo 5 del Reglamento 1159/2000 de la Comisión.

No obstante, con el objetivo de ir más allá de la valoración del cumplimiento de la normativa publicitaria de las actuaciones cofinanciadas, y con la finalidad de obtener mayor información de cara a la recomendación de posibles mejoras en la aplicación de esta normativa en un futuro, -máxime si se consideran los objetivos, en este terreno, para el próximo período de programación- se han diseñado dos **cuestionarios** diferentes (anexo II y III) para evaluar:

- por un lado, el conocimiento, por los **gestores,** de las obligaciones en materia de Información y publicidad, así como de la aplicación, seguimiento y valoración del impacto de las actuaciones desarrollados por éstos y,
- por otro lado, el conocimiento por la **ciudadanía andaluza,** de las actuaciones desarrolladas en el marco del POI de Andalucía, y su valoración sobre la participación europea en la región.

Ambos procedimientos facilitarán suficiente información para valorar la eficacia del *proceso efectivo* y *afectivo*, respectivamente, del Plan de Información y Publicidad del POI de Andalucía.

Por último, los criterios utilizados para valorar el cumplimiento e impacto de las actuaciones desarrolladas dentro del Plan de Información y Publicidad, además de considerar la información facilitada y recopilada en las entrevistas anteriormente citadas, tendrán como base los Indicadores de Efectividad, definidos en base a las orientaciones de la Comisión en su Guía Practica de Evaluación (Tabla 3).

Tabla 3. Indicadores de Efectividad, dentro de los Indicadores de medición, propuestos por la Guía Práctica sobre la Comunicación de los Fondos Estructurales, 2000-2006.

TIPO DE INDICADOR DE EFECTIVIDAD	INDICADORES / CRITERIOS
Indicadores de impacto	Variación (+/-) de los niveles de transparencia ("saber más" acerca de los medios de acceso a los FFEE) Variación (+/-) de los niveles de concienciación ("saber más" acerca de la acción de la Unión en relación con los FFEE)
Indicadores de resultado	Métodos de información y publicidad empleados – Cambios en términos de transparencia y concienciación – Cambios en términos de resultados producidos por las medidas e instrumentos
Indicadores de mejoría	Mejoría efectiva de los instrumentos/métodos utilizados por el Plan en relación con los inicialmente planificados
Indicadores presupuestarios	Evaluación de los recursos financieros utilizados para la puesta en práctica de las acciones publicitarias e informativas

Fuente: Elaboración propia

Trabajo de campo:

En este estudio de evaluación, el trabajo de campo constituye un elemento fundamental. Por una parte, las **entrevistas con los gestores** permiten al equipo evaluador conocer los mecanismos de gestión de publicidad e información que éstos utilizan en el desarrollo de las medidas cofinanciadas, los problemas y dificultades que les surgen, así como obtener documentación administrativa y ejemplos gráficos de su labor informativa y publicitaria desarrollada. Por otra parte, los resultados de las **encuestas realizadas al público,** en general, hacen posible que el equipo evaluador disponga de información contrastada de la efectividad de las actuaciones implementadas sobre la ciudadanía andaluza.

En concreto,

- La aplicación del check-list y del cuestionario a gestores se ha realizado sobre una muestra de 73 proyectos.
- La encuesta a la población andaluza se ha realizado a 190 personas.

A) Entrevistas a gestores del POI de Andalucía: Selección de proyectos

QUASAR, S.A., en base a su experiencia en este tipo de evaluaciones, ha considerado diversos factores a la hora de seleccionar la muestra representativa de proyectos del POI de Andalucía.

En particular, el equipo evaluador -con el fin de lograr la mayor representatividad posible de los proyectos seleccionados-, ha contemplado los siguientes aspectos:

- Intervenciones (contratación pública, convenio de colaboración y subvenciones)
- Niveles administrativos de gestión (Junta de Andalucía, Direcciones Provinciales, Corporaciones Locales y Organismos Intermedios)
- Fondos Europeos
- Ejes
- Participación financiera
- Localización geográfica

De este modo, se garantiza la adecuada revisión de las acciones de información y publicidad en cada tipo de actuación.

La representatividad de la muestra se ha efectuado sobre el total de proyectos del POI de Andalucía, calculada para un nivel de significación del 0,9% y con un error muestral del 0,09 (K=1,64; P=0,4; Q=0,6), tal y como se recoge en la siguiente tabla (Tabla 4).

Tabla 4. Representatividad de la muestra de proyectos seleccionada.

Programa	Órganos Gestores		Ejes		Medidas		Cuantía Certificada	
POIA	22	30	8	8	60	68	1.236.487.361	6.893.733.975

Nota: No se ha considerado el Eje de asistencia técnica.
Fuente: Elaboración propia

La verificación del cumplimiento de la normativa comunitaria existente se ha llevado a cabo a partir del estudio de los expedientes y de la realización de visitas "in situ" al lugar en que se desarrollan los proyectos; esto último, en los casos en los que se ha estimado necesario. Por ejemplo la Escuela Consorcio de Artesanos de GELVES, el Centro de Valoración y Orientación situado en el Edifico Puerta de Córdoba (Sevilla), el Centro Andalucía Orienta de Cáritas, etc. Esta inspección visual de las acciones desarrolladas ha aportado elementos de verificación esenciales para contrastar los resultados alcanzados.

En consecuencia, la eficacia del Plan se ha evaluado a través de un proceso de consultas dirigido, tanto a los gestores de las líneas de actuación cofinanciadas, como a los diferentes beneficiarios de las ayudas.

En concreto, la relación de proyectos analizados ha sido la siguiente (Tabla 5):

Tabla 5. Relación de proyectos seleccionados del POI de Andalucía.

Proyecto	Órgano Gestor	Medida	Fondo	Certificado
Ayuda gran empresa para promoción y desarrollo industrial	DG de Industria, Energía y Minas	1.1	FEDER	39.291.660
Ayudas a PYMEs turísticas inversiones materiales	DG de Promoción y Comercializ. Turística	1.1	FEDER	11.303.584
Ayudas a PYMEs comerciales	DG de Comercio	1.1	FEDER	8.016.382
Ayudas a PYMEs industria minera inversiones materiales	DG de Industria, Energía y Minas	1.1	FEDER	7.090.419
Ayudas a la creación de empresas de economía social	DG De Economía Social y Emprendedores	1.4	FEDER	4.742.962
Construcción del centro de empresas e innovación en el campus de Granada	Agencia de Innovación y Desarrollo De Andalucía	1.3	FEDER	6.306.369
Construcción de nave industrial para reubicación de centro de trabajo y compra de maquinaria	Agencia de Innovación y Desarrollo De Andalucía	1.51	FEDER	725.000
Creación de una unidad de gestión especializada en montajes aeronáuticos	Agencia de Innovación y Desarrollo De Andalucía	1.51	FEDER	1.425.603
Construcción de nueva planta industrial instalaciones y maquinaria	Agencia Innovación y Desarrollo De Andalucía	1.53	FEDER	390.072,59
Adquisición de local, equipos informáticos, elementos de transporte, maquinaria	Agencia Innovación y Desarrollo De Andalucía	1.55	FEDER	51.594,24

Proyecto	Órgano Gestor	Medida	Fondo	Certificado
Feria del mueble de Madrid	DG de Comercio	1.6	FEDER	467.065,65
Ayudas a empresas privadas en materia de seguridad y calidad	DG de Industria, Energía Y Minas	1.7	FEDER	2.253.638
Autoempleo	DG Fomento Del Empleo	1.8	FSE	38.460.288
Campañas de publicidad	DG de Promoción y Comercialización Turística	1.10	FEDER	33.851.974,96
Ayudas a grupos de investigación	DG Universidades.	2.2	FEDER	15.165.334.66
Inversiones en centros de investigac.	DG Universidades.	2.3	FEDER	38.373.390
Acciones a desarrollar por OTRI (oficina transferencia resultado investigación)	DG Universidades.	2.4	FEDER	5.156.452,90
Red telemática de centros docentes	Secretaría Gral. Técnica De La Consejería De Educación	2.7	FEDER	15.029.126,07
Sistema de gestión emergencia 112 Andalucía	DG Política Interior	2.7	FEDER	17.140.471
Mejora sistema abastecimiento municipios del consorcio sur de Córdoba	Agencia Andaluza Del Agua	3.1	FEDER	22.187.935
Mejora sistema abastecimiento en la costa del sol occidental	Agencia Andaluza Del Agua	3.1	FEDER	22.339.115
Encauzamiento en la cuenca del río Guadalhorce (Málaga)	Agencia Andaluza Del Agua	3.2	FEDER	15.184.484
Construcción de estaciones depuradoras, colectores y conducciones	Agencia Andaluza Del Agua	3.3	FEDER	7.691.152
Sellado de vertederos	DG de Prevención y Calidad Ambiental	3.4	FEDER	4.258.381
Centros de visitantes	DG de la Red de Espacios Naturales y Ss. Ambientales	3.6	FEDER	9.828.528

Proyecto	Órgano Gestor	Medida	Fondo	Certificado
Operación de los laboratorios y unidades móviles de vigilancia de la calidad ambiental	DG de Prevención y Calidad Ambiental	3.7	FEDER	16.637.776
Restauración de zonas afectadas por actividades industriales	DG de Prevención y Calidad Ambiental	3.8	FEDER	6.522.396
Inversiones universidad de Sevilla	DG Universidades.	4.1	FEDER	7.810.152
Construcción nuevos centros de enseñanza secundaria	Ente Público ISE Andalucía	4.1	FEDER	54.068.211
Formación profesional para ocupados	DG Formación Para El Empleo	4.2	FSE	14.801.457
Apoyo a la estabilidad del empleo	Dg Fomento Del Empleo	4.3	FSE	31.380.610
Cursos formación profesional ocupacional	DG Formación Para El Empleo	4.6	FSE	32.997.212
Ayudas al empleo de parados de larga duración	Dg Fomento Del Empleo	4.7	FSE	39.706.709
Escuelas consorcios	DG Formación Para El Empleo	4.8	FSE	48.316.950
Itinerarios de inserción	DG Intermediación e Inserción Laboral	4.9	FSE	2.078.656
SOIL	Consejería de Igualdad y Bienestar Social	4.10	FSE	2.768.186
Ayudas a drogodependientes	Consejería de Igualdad y Bienestar Social	4.11	FSE	2.880.806
Cursos de mujeres	IFAPAPE	4.16	FSE	1.580.753
VIVEM	IAM	4.17	FSE	7.458.612
OPTIMA	IAM	4.18	FSE	254.205
Reforma y ampliación del Ayuntamiento de Antequera	D. Gral. Arquitectura Y Vivienda	5.1	FEDER	3.027.111
Red de espacios libres de la bahía de Cádiz	D. Gral. Arquitectura Y Vivienda	5.1	FEDER	4.031.786

Proyecto	Órgano Gestor	Medida	Fondo	Certificado
Tranvía Vélez-Málaga	D. Gral. Transportes	5.2	FEDER	14.839.361
Construcción de bibliotecas, dotación de equipamiento informático	DG Del Libro	5.3	FEDER	2.417.635,36
Construcción y equipamiento de centros de jóvenes en conflicto social	DG De Infancia Y Familia	5.4	FEDER	1.579.643
UTEDLT	DG Intermediación E Inserción Laboral	5.6	FSE	12.829.644
Embellecimiento y mejora de entornos turísticos	DG de Promoción Y Comercialización Turística	5.7	FEDER	36.150.550
Programa de arquitectura religiosa	DG De Fomento Y Promoción Cultural	5.8	FEDER	8.998.010,31
Conjunto arqueológico de Medina Al-Zahara	DG De Fomento Y Promoción Cultural	5.8	FEDER	4.565.990,36
Construcción de centros de servicios sociales comunitarios	DG De Servicios Sociales E Inclusión	5.9	FEDER	5.638.040
Red básica de instalaciones deportivas	DG De Tecnología E Infraestructura Deportiva	5.10	FEDER	20.960.656
Ronda oeste de Córdoba	DG de Carreteras	6.1	FEDER	37.362.497
Autovía a-381 jerez-los barrios	DG de Carreteras	6.1	FEDER	298.117.126
Red intercomarcal convencional a-315 de torreperogil a baza (pozo alcon)	DG de Carreteras	6.1	FEDER	35.100.192
Eft-eje ferroviario transversal: Utrera-Bobadilla-Granada	DG de Carreteras	6.3	FEDER	8.215.000
Conexión ave con Jaén y Granada	DG de Carreteras	6.3	FEDER	28.678.047
Segunda fase instalaciones náuticas deportivas en pto. América (Cádiz)	Empresa Pública De Puertos De Andalucía	6.4	FEDER	2.398.434,36
Centro de transportes mercancías de Nerva	DG de Carreteras	6.6	FEDER	1.295.126,07

Proyecto	Órgano Gestor	Medida	Fondo	Certificado
Conservación en la red de gran capacidad	DG de Carreteras	6.7	FEDER	31.693.060,39
Redes de distribución eléctrica en el ámbito rural	DG de Industria, Energía y Minas	6.8	FEDER	7.182.717,89
Paneles solares térmicos	DG de Industria, Energía y Minas	6.9	FEDER	7.948.767,23
Paneles fotovoltaicos	DG de Industria, Energía y Minas	6.10	FEDER	2.802.120,47
Convenio de colaboración con la CEA (Confederación de Empresarios Andaluces)	Secretaría General Técnica de la Consejería de Educación	41.12	FSE	-
Laboratorios agroalimentarios	DG de Industrias y Promoc. Agroal.	7.2	FEOGA	9.569.778
Hotel rural las fuentes	DG de Desarrollo Rural	7.55	FEOGA	180.304
Construcción de un complejo para la atención integral de discapacitados psíquicos	DG de Desarrollo Rural	7.55	FEOGA	319.919,85
Fabricación de piezas de polietileno	DG de Desarrollo Rural	7.55	FEOGA	100.000,00
Estructura preventiva de la sanidad animal	DG de La Producción Agraria	7.8	FEOGA	14.524.262
Planificación ambiental	DG Gestión Ordenación y Evaluación Ambiental	9.3	FEOGA	108.364,99
Restauración hidrológica forestal	DG Gestión Medio Natural	3.9	FEOGA	6.680.675,76
Restauración de ecosistemas degradados	DG Gestión Medio Natural	3.10	FEOGA	1.919.586,50
Ampliación o modernización	DG de Industrias Y Promoción Agroalimentarias	1.2	FEOGA	42.243.936,76
Construcción y mejora de caminos rurales	DG de Regadíos Y Estructuras	7.2	FEOGA	4.180.679,69

Fuente: Elaboración propia

El equipo evaluador agradece la valiosa colaboración de los órganos gestores entrevistados, que han facilitado toda la información necesaria y compartido su experiencia y necesidades en materia de información y publicidad de las actuaciones cofinanciadas con fondos europeos.

B) Encuesta a la ciudadanía andaluza.

El cálculo de la muestra de la población andaluza para conocer el impacto de las campañas de información y publicidad desarrolladas sobre los ciudadanos andaluces se ha realizado considerando los siguientes factores:

- Población
- Peso financiero del POI

Teniendo en cuenta la dispersión geográfica de la región, el equipo evaluador decidió realizar la encuesta en la ciudad de Sevilla al ser ésta, además, la capital administrativa de Andalucía.

De acuerdo con estos criterios, la muestra seleccionada es significativa al 0,9% y posee un margen de error del 0,0475.

Ficha técnica de la encuesta.

Universo: Población residente en Andalucía

Fecha de recogida: Del 3 al 7 de abril de 2006

Lugar de encuestación: Sevilla

Método de recogida: Encuestas personales a pie de calle

Tamaño de la muestra: 150 encuestas válidas

Significatividad: 0,9%

Márgen de error: 0,0475

Cuestionario: Véase anexo III

Análisis y elaboración de documentos finales.

Mediante la información recabada a través de los distintos medios utilizados, y de acuerdo con el enfoque metodológico adoptado, se abordará el análisis de la eficacia de las medidas –**continuas y específicas**-, como objetivo central de los trabajos de evaluación a realizar.

Este análisis de eficacia contemplará cada uno de los aspectos relativos al cumplimiento de la normativa sobre información y publicidad considerados en el enfoque metodológico, y que son los relacionados con:

- El cumplimiento de la normativa comunitaria en las distintas fases de programación y ejecución de los proyectos evaluados.
- El desarrollo de medidas de iniciativa propia –por la Dirección General de Fondos Europeos y los propios Gestores de los Proyectos evaluados -.

- El control y seguimiento de las acciones de información y publicidad desarrolladas, como base para detectar posibles problemas y/o dificultades en la aplicación de dichas medidas.
- El alcance efectivo de las medidas en relación con la población objetivo de las mismas.
- La contribución real y efectiva de los sistemas de información y publicidad al cumplimientos de los objetivos de los Fondos Estructurales.
- La mejora de la transparencia de los flujos de información.

Por último, el informe de evaluación se cierra con un apartado de **conclusiones y propuestas de mejora** en relación con cada uno de los aspectos tratados (Esquema 4).

Esquema 4. Ámbitos de análisis en la aplicación operativa y seguimiento de las acciones publicitarias e informativas.

Fuente: Elaboración propia

Completan el trabajo otros **documentos complementarios,** como un informe de buenas prácticas –tanto de proyectos como de actuaciones específicas que destacan por la calidad de su concepción, realización y/o por sus buenos resultados- y un catálogo de proyectos (muestra del banco de imágenes).

2. El Plan de Información y Publicidad del Programa Operativo Integrado de Andalucía

2. El Plan De Información y Publicidad Del Programa Operativo Integrado De Andalucía

2.1. Descripción: Aprobación, articulación, objetivos e instrumentos utilizados.

En el marco del Programa Operativo Integrado de Andalucía 2000-2006, la Dirección General de Fondos Europeos de la Consejería de Economía y Hacienda de la Junta de Andalucía (DGFE), ha concebido el Plan de Información y Publicidad del Programa Operativo Integrado de Andalucía, en cumplimiento con la normativa comunitaria en este ámbito (Tabla 6).

Tabla 6: Normativa Comunitaria en relación a la Información y Publicidad.

NORMATIVA COMUNITARIA
Reglamento (CE) 1260/1999 del Consejo, de 21 de junio de 1999, por el que se establecen disposiciones generales sobre los Fondos Estructurales.
Reglamento 1159/2000 de la Comisión, de 30 de mayo de 2000, sobre las actividades de información y publicidad que deben llevar a cabo los Estados miembros en relación con las intervenciones de los Fondos estructurales.

Fuente: Elaboración Propia.

Este Plan, que fue aprobado por el Comité de Seguimiento el 23 de marzo de 2001 -tal y como recoge el Complemento de Programa- marca las directrices que serán seguidas en materia de información y publicidad en el ámbito del POI de Andalucía estableciendo, a tal fin, los objetivos generales, la estrategia de las actividades de comunicación e información y los criterios de evaluación de las actividades, entre otros elementos (Esquema 5).

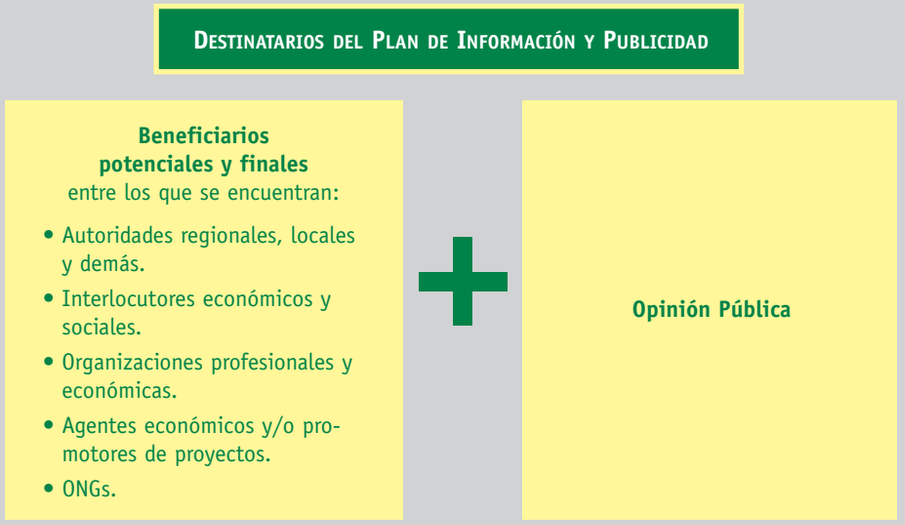
Esquema 5: Elementos del Plan de Actividades de Publicidad.

Fuente: Elaboración propia

Los destinatarios del mismo se encuadran en dos grupos diferenciados, como se muestra en el Esquema 6: beneficiarios potenciales y finales y opinión pública. Los objetivos de este Plan son, por consiguiente, los siguientes:

- Garantizar la transparencia de las posibilidades que ofrecen los Fondos Estructurales hacia los **beneficiarios potenciales y finales** –llamado Proceso "Efectivo"-,
- Informar a la **Opinión Pública** de la existencia de los Fondos Estructurales y de los beneficios que genera –llamado Proceso "Afectivo"-.

Esquema 6: Destinatarios del Plan de Información y Publicidad.



Fuente: Elaboración propia

Además de estos dos objetivos generales, el Plan recoge tres objetivos específicos:

- Garantizar la transparencia en la ejecución del Programa,
- Proporcionar información sobre el Programa y sobre la participación de los Fondos Estructurales en el mismo,
- Difundir la información que haga posible un correcto uso de las disponibilidades financieras.

La obligación de cumplimiento de estas disposiciones se extiende a todos los órganos gestores y beneficiarios finales, así como a la propia a la Autoridad Intermedia del Programa -esto es, la DGFE, de la Consejería de Economía y Hacienda, de la Junta de Andalucía- como responsable del control del cumplimiento de la normativa.

El calendario del Plan de Información y Publicidad se articula en torno a dos fases:

- Una **primera fase**, considerada **"de lanzamiento"**, que terminó el 31 de diciembre de 2002, cuyo objetivo fue dar a conocer el Programa Operativo Integrado de Andalucía, así como sus medidas, con motivo de la puesta en marcha del mismo.
- Una **segunda fase**, considerada **"de seguimiento"**, que terminará el 31 de diciembre de 2008, y cuyo objetivo es dar difusión a los resultados y logros del POI de Andalucía.

En lo que respecta a las líneas principales de actuación del Plan de Información y Publicidad, éste se estructura en relación a los destinatarios del mismo: beneficiarios potenciales y opinión pública, en general (Tabla 7). Asimismo, se articula en torno a cuatro estrategias de acción:

- Divulgación del contenido de las intervenciones y comunicación a los solicitantes interesados, poniendo especial énfasis en la participación de los Fondos Estructurales.
- Mantenimiento de una comunicación constante y fluida con los organismos gestores de Fondos Europeos de la región (autoridades regionales, locales, agentes económicos y sociales, etc.) y de un asesoramiento continuo sobre el desarrollo de las intervenciones.
- Organización de actividades de información relacionadas con la gestión, seguimiento y la evaluación de las intervenciones de los Fondos Estructurales.
- Información directa a los ciudadanos.

Tabla 7: Líneas principales del Plan de Información y Publicidad del POI de Andalucía, 2000-2006.

Objetivos / Destinatario	Estrategia	Acciones
Informar a **beneficiarios potenciales** y finales y al resto de autoridades y organizaciones implicadas (*actores*) de las posibilidades ofertadas por la Unión Europea a través de este Programa.	Publicación / divulgación del contenido de las intervenciones y comunicación a los solicitantes interesados, poniendo especial énfasis en la participación de los Fondos Estructurales	Presentación, de carácter institucional, del POI de Andalucía.
		Asesoramiento a todos los órganos gestores.
		Creación de una red-paraguas de interlocutores expertos en comunicación dentro de los principales órganos gestores.
		Seguimiento y comprobación del adecuado cumplimiento de las normas de Información y publicidad por los distintos gestores.
		Publicación de un documento descriptivo del POI andaluz y publicaciones sobre la ejecución del POI.
	Mantenimiento de una comunicación constante y fluida con los organismos gestores de Fondos Europeos de la región (autoridades regionales, locales, agentes etc. y sociales, etc.) y de un asesoramiento continuo sobre el desarrollo de las intervenciones	Organización de jornadas, seminarios y conferencias, con expertos en la gestión de la comunicación sobre política regional.
		Información y difusión a los gestores sobre cualquier modificación o actualización de la normativa en el ámbito de los Fondos Europeos.
		Elaboración de un manual de Información y publicidad (con CD-ROM) y otro de consulta rápida o de bolsillo para los Directores de Comunicación, Técnicos en publicidad de la Administración y beneficiarios.
	Organización de actividades de información relacionadas con la gestión, seguimiento y la evaluación de las intervenciones de los Fondos Estructurales	Elaboración de epígrafe especifico sobre actuaciones de Información y publicidad en el Informe Anual de Ejecución.
		Recopilación audiovisual permanente.
		Dossier interno de prensa.
		Información sobre las actuaciones concretas cofinanciadas por el POI en los distintos municipios de la región a través de la Revista trimestral "Huella".

Tabla 7: Líneas principales del Plan de Información y Publicidad del POI de Andalucía, 2000-2006.

Objetivos / Destinatario	Estrategia	Acciones
Informar a la opinión pública andaluza (espectadores) sobre el papel que desempeñan los Fondos Estructurales en la Política Regional Comunitaria, así como la forma en que la que pueden acceder a los mismos y los proyectos que en su entorno más cercano han contado con la participación comunitaria, a favor de la calidad de vida.	Información directa a los ciudadanos	Servicio de información al ciudadano. Para ello, mejorar la visibilidad y el contenido del POI en la web sobre información europea de la Consejería de Economía y Hacienda. Actualización permanente de la página web.
		Organización de jornadas, seminarios y conferencias, con expertos en la gestión de la comunicación sobre política regional.
		Diseño y producción de un set corporativo.
		Precampaña de Publicidad y "Noticias Estrella".
		Campaña de Publicidad (TV, cuñas de radio y prensa).
		Búsqueda de nuevos canales de información a los ciudadanos que sirvan para difundir ejemplos de proyectos realizados con financiación europea en Andalucía. Por ejemplo, a través de la campaña de TV para el público infantil o del concurso infantil de pintura intercolegial.
		Publicación de material divulgativo (carteles, trípticos y hojas informativas) de fácil consulta con el fin de dar a conocer entre los ciudadanos los Programas e Iniciativas cofinanciados por el POI en Andalucía, así como facilitar información sobre los distintos proyectos cofinanciados llevados a cabo. Por ejemplo, publicación de un documento descriptivo del POI andaluz y publicaciones sobre la ejecución del POI.
		Encartes de los trípticos en la prensa andaluza.
		Información sobre las actuaciones concretas cofinanciadas por el POI en los distintos municipios de la región a través de la Revista trimestral "Huella".
		Creación de una firma de identidad "Con Europa, Andalucía, Imparable".

Fuente: Elaboración propia a partir del Plan De Información y Publicidad del POI de Andalucía, 2000-2006.

La evaluación del Plan de Información y Publicidad engloba el análisis de aspectos tales como los recursos financieros utilizados, los soportes informativos producidos, los medios de comunicación que han dado cobertura a las diferentes actividades y referencias en ellos (artículos, notas de prensa, anuncios, etc.) y los actos públicos realizados.

La evaluación específica de la campaña de publicidad se rige por los parámetros de medición habituales para este tipo de actuaciones, haciendo referencia a los impactos, costes por impactos, cobertura, GRP's, etc.

Para ilustrar la importancia que revisten las actividades de información y publicidad, cabe destacar la frase mencionada por Guy Crauser, Director General de Política Regional de la Comisión Europea: "*Una información eficaz contribuye a crear un contexto de igualdad y un clima de confianza respecto a las administraciones implicadas*".

Con más detalle, las acciones contenidas en el Plan de Actividades de Información y Publicidad del POI de Andalucía se analizan en el apartado que se desarrolla a continuación.

2.2. Actuaciones: Continuas y específicas.

La DGFE, de la Consejería de Economía y Hacienda de la Junta de Andalucía, es el organismo responsable del Plan de Información y Publicidad del Programa Operativo Integrado. Por este motivo, es el encargado de llevar a cabo una serie de acciones con el fin de cumplir la normativa vigente en este área.

Estas actuaciones se dividen en dos categorías: acciones continuas y específicas.

2.2.1. Acciones continuas.

En materia de información y publicidad, la DGFE ha llevado a cabo una serie de acciones, de forma continuada, a lo largo del período 2000-2006:

Asesoramiento a todos los órganos gestores.

La DGFE se ocupa de asesorar a los diferentes órganos gestores en materia de información y publicidad. Esta función es desarrollada, tanto a través de acciones de información generalizada (conferencias, jornadas y seminarios), como mediante un asesoramiento continuo en la resolución de problemas y dudas.

En este sentido, cabe señalar que casi la mitad de los gestores (48,94%) ha solicitado asistencia a la DGFE para la resolución de problemas en materia de información y publicidad, lo que revela la importancia de esta acción desempeñada por esta Dirección General.

Con este fin, la DGFE ha realizado una serie de visitas para dar difusión al Plan de Información y Publicidad y dar a conocer el Manual de Información y Publicidad de Fondos Europeos en las actuaciones cofinanciadas en la Junta de Andalucía. Se ha procedido al envío de documentación informativa a los diferentes gestores, y se ha comprobado que el 74,47% de ellos han recibido documentos referentes a la información y publicidad del Plan.

Estas visitas, que tuvieron su punto de partida en la conferencia organizada en la sede de la Consejería de Economía y Hacienda el 24 de septiembre de 2003 -que reunió a la totalidad de órganos gestores del POIA (70)- han servido para la recopilación de material audiovisual y la organización de actos de inauguración, conferencias, proyectos, etc, de cara a su inclusión en la revista *Huella* y en el banco de imágenes de la Página Web.

Presentación a Gestores (junio 2003)

Por otra parte, la DGFE mantiene reuniones individuales con aquellos gestores que, por la naturaleza de sus proyectos, tienen que prestar una especial atención a las acciones de información y publicidad, como en el caso de grandes obras o proyectos. Este es el caso de GIASA (Gestión de Infraestructuras de Andalucía S.A.), que ha mantenido numerosos encuentros con esta Dirección General para tratar, en exclusividad, temas de información y publicidad.

Para facilitar el contacto entre esta Dirección General y el resto de órganos gestores, el Plan de Información y Publicidad había previsto la creación de una *red-paraguas* de interlocutores expertos en comunicación en los principales órganos gestores, con los que establecer una comunicación directa. No obstante, se ha comprobado que, en la práctica, esta red no abarca la totalidad de los órganos gestores, lo que provoca una cierta falta de coordinación en algunos de los casos y, por tanto, de control sobre el cumplimiento de las disposiciones comunitarias.

Seguimiento y comprobación del adecuado cumplimiento de las normas de Información y publicidad por los distintos gestores.

La DGFE es la encargada, como se ha comentado con anterioridad, de asegurar el cumplimiento de las normas de información y publicidad. Con este fin, realiza un seguimiento para comprobar el respeto de la normativa y es informada de todas las incidencias ocurridas en este ámbito.

En su tarea de seguimiento de la normativa, la Consejería de Economía y Hacienda de la Junta de Andalucía emplea un instrumento específico: el "*Cuestionario sobre la compatibilidad con las políticas comunitarias de las operaciones financiadas con Fondos Europeos*". A través de la cumplimentación obligatoria de este documento por parte de los órganos gestores, la DGFE comprueba la realización de actuaciones de información y publicidad sobre las intervenciones cofinanciadas, así como información específica sobre la naturaleza de las mismas. De este modo, la DGFE mantiene un control de las acciones llevadas a cabo en esta materia, y que son recogidas en los Informes Anuales de Ejecución.

Elaboración del epígrafe específico sobre actuaciones de Información y Publicidad en el Informe Anual de ejecución.

Las medidas de información y publicidad son tratadas de modo específico en los Informes Anuales de Ejecución, de acuerdo con lo establecido en el artículo 37 del *Reglamento (CE) 1260/1999 del Consejo sobre disposiciones generales de los Fondos Estructurales*.

Estos documentos permiten, por tanto, llevar un control de las actuaciones llevadas a cabo en este ámbito.

Servicio de información al ciudadano.

La ciudadanía andaluza puede estar permanentemente informada mediante la página Web, la cual es actualizada, aproximadamente, cada semana. Asimismo, un mecanismo de *feed-back* a través de la Web, permite la obtención de información específica, en caso de ser requerida.

Información a los medios de comunicación.

Debido al rol esencial que desempeñan, como *informadores* de la opinión pública, los medios de comunicación son considerados objetivo primordial en el proceso de información y publicidad. Por este motivo, la Junta de Andalucía realiza un asesoramiento sobre el suministro de información a los medios y mantiene un esfuerzo especial en la respuesta a las demandas de los periodistas.

De este modo, los medios de comunicación son informados de todos los actos relevantes en la gestión de los Fondos Europeos en Andalucía, tales como inauguraciones o celebración de reuniones del Comité de Seguimiento, trasladando así a la opinión pública el estado de desarrollo del Programa Operativo de Andalucía.

Asimismo, son numerosas las notas de prensa realizadas, tanto por la DGFE, como por el resto de Autoridades Intermedias, con el fin de difundir información referente a los Fondos Europeos. En este sentido, no hay que obviar la redacción de artículos y su publicación en prensa y revistas especializadas por personal de reconocido prestigio.

Con el objeto de maximizar el impacto de las noticias se procura evitar que su publicación coincida con la difusión de otras noticias de gran relevancia informativa, con el fin de captar, de esta manera, toda la atención mediática.

JUNTA DE ANDALUCIA
CONSEJERÍA DE ECONOMÍA Y HACIENDA
Dirección General de Fondos Europeos

UNIÓN EUROPEA

CUESTIONARIO SOBRE LA COMPATIBILIDAD CON LAS POLÍTICAS COMUNITARIAS DE LAS OPERACIONES FINANCIADAS CON FONDOS EUROPEOS
Reglamento (CE) nº 1260/99, del Consejo, de 21.6.1999

MODELO **FE02 (I)**

INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD

MEDIDA

PROGRAMA OPERATIVO			
INTEGRADO DE ANDALUCIA			
FONDO	EJE	MEDIDA	CÓDIGO DE LA MEDIDA
FEDER	1	4	AM20010413
DENOMINACIÓN DE LA MEDIDA			
APOYO A EMPRESAS DE ECONOMIA SOCIAL			

INSTRUMENTO DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD

REALIZACIÓN DE ACTUACIONES DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD DE LA PARTICIPACIÓN EUROPEA EN LAS OPERACIONES DE ESTA MEDIDA:

SÍ [X] NO [ ]

EN CASO DE SER NEGATIVA, BREVE DESCRIPCIÓN:

EN CASO DE SER POSITIVA, SEÑALE CON UNA X QUE ACTUACIONES SE HAN ADOPTADO EN CADA OPERACIÓN.

OPERACIONES * (Código)	VALLAS	PLACAS	IMPRESOS	MATERIAL IMFORMATIVO	OTROS (ESPECIFICAR)
AM200104130001			X	X	Notificaciones de concesion de ayudas a los beneficiarios.
AM200104130002			X	X	
AM200104130003	x	x	X	X	
AM200104130004			X	X	

* Deben consignarse las operaciones del informe de Certificaciones que se envía con el cuestionario para su confirmación, no líneas de pago.

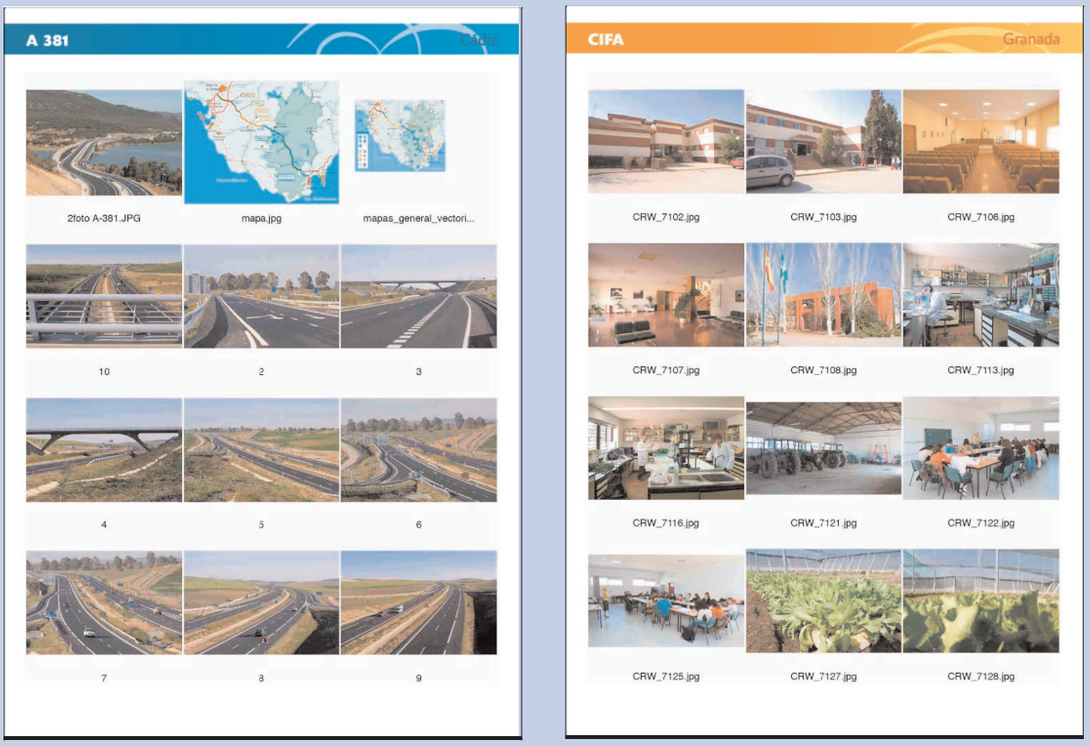
NOTA: La documentación gráfica justificativa (folletos, prensa, fotos,...) debe quedar convenientemente archivada en el centro gestor al objeto de poder mostrarla en los distintos controles.

Cuestionario sobre la compatibilidad con la política comunitaria de publicidad.

Recopilación audiovisual permanente.

La DGFE confiere una gran importancia a la recopilación de material audiovisual, que sirve para la actualización permanente del banco de imágenes de la página Web, del soporte visual de las noticias y la realización de las diferentes publicaciones, así como del vídeo final.

Por este motivo, son continuos los desplazamientos para la obtención y actualización del material fotográfico y de vídeo.



Ejemplos del banco de imágenes

Se dispone de material videográfico de numerosas inauguraciones y actos, entre los que se encuentran la Autovía Jerez-Los Barrios, la Autovía A-497 (Huelva-Punta Umbría), el Museo del Mundo Marino de Matalascañas (Huelva), el Parque Tecnológico de Málaga, el Parque Joyero de Córdoba, el Metro de Sevilla, Acrópolis, las Jornadas sobre la igualdad de Género en el Hotel Plaza de Armas de Sevilla y varias Vías y Corredores Verdes, entre otras.

El banco de imágenes contiene, asimismo, numerosos ejemplos, tanto en otras Regiones, como en otros Estados miembros, que pueden ser considerados como ejemplos de buenas prácticas, enriqueciendo, de este modo, la muestra fotográfica.

Dossier interno de prensa.

Con el fin de recopilar todas las noticias publicadas en medios de comunicación que hagan referencia a las intervenciones financiadas por Fondos Europeos en la región y a su gestión, la Junta de Andalucía ha encargado la realización de un dossier interno de prensa a la empresa externa especializada *iPunto Comunicación y Publicidad*, que ha sido contratada para proporcionar asistencia técnica en la ejecución del *Plan de Información y Publicidad del POI de Andalucía.*

Este dossier, actualizado mensualmente, constituye un archivo de las noticias publicadas diariamente en la prensa más leída (ABC, El País, El Mundo, Huelva Información, Diario de Cádiz, Europa Sur, Ideal de Granada, Diario de Córdoba, Diario de Jaén, Sur y La Voz de Almería), así como las contenidas en prensa especializada de forma puntual.

Dossier interno de prensa

2.2.2. Acciones específicas.

Además de las acciones continuas desarrolladas por la DGFE, se han llevado a cabo acciones específicas:

Desarrollo del Plan de Actividades de Información y Publicidad.

El Plan de Actividades de Información y Publicidad ha sido desarrollado en un documento, en el que se recopilan todas las actuaciones que tienen cabida en el Programa. En él se indican los objetivos, metodología y contenidos y plazos de las acciones.

Fue editado en junio de 2003 y se han repartido más de 500 ejemplares, fundamentalmente, entre los órganos gestores del Programa Operativo Integrado de Andalucía, con el objeto de darlo a conocer entre los responsables de la gestión de las intervenciones cofinanciadas por Fondos Europeos.

Dentro de este documento destaca la presentación de la ambiciosa campaña final de publicidad.

Plan de Información y Publicidad del POI de Andalucía.

Manual de Información y Publicidad.

El Manual de Información y Publicidad ha sido desarrollado con el objetivo de dar a conocer, de modo práctico a los órganos gestores, la normativa comunitaria en esta materia, de cara a la correcta aplicación de las disposiciones contenidas en el apartado 6 del Anexo del Reglamento (CE) 1159/2000 de la Comisión.

El documento, **en una primera versión**, estaba formado por un ejemplar en papel y un CD-ROM, que ayudaba a la creación y manipulación de las futuras producciones y que les permitía, de forma sencilla, resolver las posibles dudas.

Manual de Información y Publicidad (Manual y CD Interactivo)

Con posterioridad, el Manual de Información y Publicidad ha sido actualizado, de cara a ampliar y poner al día algunos de sus contenidos. En esta nueva versión –del 7 de julio de 2004- se han introducido un mayor número de fotografías como ejemplos de buenas prácticas. Esta publicación es ejemplar en cuanto a parámetros de calidad y diseño.

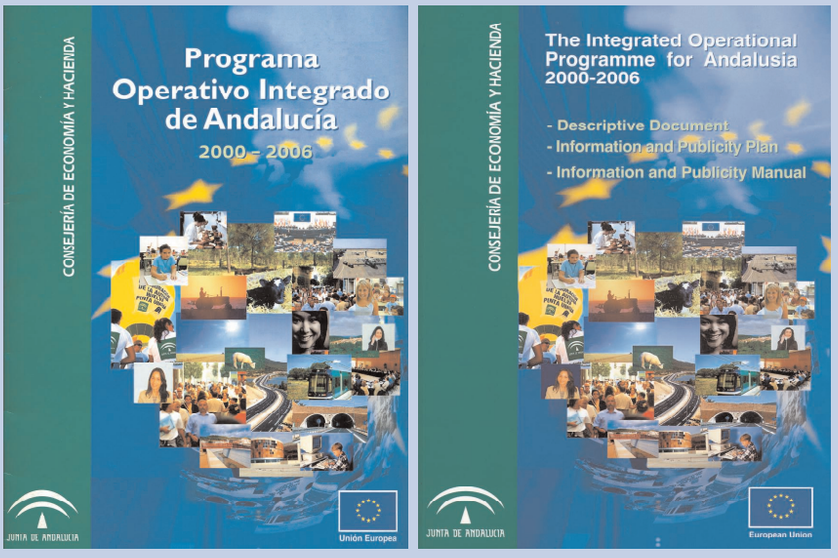
Hay que señalar que el 75,6% de los gestores consideran el Manual suficientemente útil y claro, en términos generales, aunque se ha puesto de manifiesto la necesidad de llevar a cabo ciertos cambios en el mismo, especialmente, en la introducción de nuevos ejemplos prácticos, así como de plantillas para los carteles de obra y placas, entre otros elementos.

Documento Descriptivo del POI de Andalucía.

Con el objetivo de difundir el contenido del Programa Operativo Integrado de Andalucía se ha publicado un documento descriptivo ilustrado, que define los objetivos y los diferentes ejes de actuación.

Se han publicado 15.000 ejemplares del mismo, con un atractivo formato que facilita la lectura.

Asimismo, se han publicado 400 ejemplares, en lengua inglesa, de un documento unificado que contiene el Documento Descriptivo del POI, el Plan de Información y Publicidad y el Manual, lo que supone una indudable mejora cualitativa sobre lo previsto inicialmente.



Documento descriptivo del POI (versión en español e inglés)

Trípticos de difusión del Documento Descriptivo del POI de Andalucía.

Para llegar al público general, se ha optado por la distribución de trípticos de difusión del Documento Descriptivo del POI de Andalucía mediante el encarte en prensa.

Esta publicación, de un tamaño más reducido que el documento original, resulta de fácil lectura, y facilita su comprensión por personas ajenas a la Administración Pública, debido a la utilización de un lenguaje claro.

De este modo, se proporciona información a potenciales demandantes de información en la materia.

Trípticos julio 2003.

Encartes de los Trípticos en la prensa andaluza.

Con el objetivo de dar una más amplia difusión a los Trípticos descriptivos del POI de Andalucía, se ha procedido al encarte de los mismos en prensa andaluza. En 2003, por ejemplo, se procedió a la siguiente distribución:

Distribución de Trípticos difusión del Documento Descriptivo del POI de Andalucía: Encartes en prensa

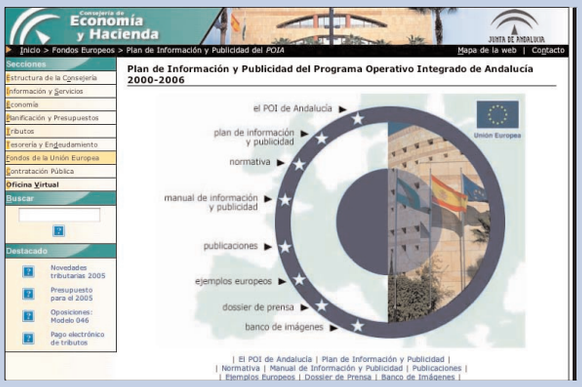
Cabecera	Tirada
ABC Sevilla	60.100
El País Andalucía	39.000
La Voz de Almería	9.500
Diario de Córdoba	24.000
Diario de Cádiz	40.000
Ideal Edición General	39.500
Huelva Información	10.000
Diario de Jaén	10.500
Diario Sur Málaga	47.000
Total	279.600

Fuente: Informe Anual de Ejecución 2003.

De este modo, estos documentos llegan en mano a un perfil de la población especialmente demandante de esta información.

Página Web.

A través de la Página Web de la Consejería de Economía y Hacienda -accesible al público desde julio de 2003- se puede acceder a toda la información relacionada con el Programa Operativo Integrado de Andalucía: contenido del Programa, Plan de Información y Publicidad, normativa, Manual de Información y Publicidad, publicaciones, banco de imágenes, dossiers de prensa y ejemplos de actuaciones cofinanciadas por los Fondos Estructurales -tanto en Andalucía como en otros Estados miembros-.



Página web sobre Fondos Europeos, de la Consejería de Economía y Hacienda.

Por otra parte, emplea lenguaje HTML y Javascipt, siendo compatible con los diferentes entornos en uso actualmente (Unix, MacOS, Windows, etc).

Los apartados que integran dicha página Web son los siguientes:

1. Programa Operativo Integrado de Andalucía.

Contiene información sobre el contenido del Marco Comunitario de Apoyo 2000-2006 para las regiones españolas Objetivo 1, el POI de Andalucía y el Complemento de Programa.

2. Plan de Información y Publicidad.

Hace una breve descripción del Plan, indicando cuáles son los objetivos y los destinatarios, las estrategias a seguir, la metodología a utilizar, el programa de trabajo previsto y el informe de metodología.

3. Normativa.

Recoge toda la normativa (comunitaria, nacional y regional) relacionada con la política regional, así como disposiciones sobre contratación pública, obligaciones medioambientales o normas sobre competencia.

4. Manual de Información y Publicidad.

El Manual de Información y Publicidad es accesible desde la Página Web, tanto en versión HTML como en PDF, facilitando así su descarga.

Contiene, asimismo, un apartado de preguntas frecuentes, en el que se resuelven dudas generalizadas.

Por último, este apartado se completa con los símbolos de la Unión Europea y el logo "Andalucía se mueve con Europa", en archivos fuente de Frenad (FH8) y versiones en JPG y EPS o PDF, tanto del elemento como su negativo, que pueden ser descargados directamente desde la página web.

5. Publicaciones.

Las publicaciones de la Consejería de Economía y Hacienda referentes a la política regional son accesibles desde esta página web.

De este modo, es posible la descarga de todas las ediciones de la revista "HUELLA", así como de ciertos documentos, tales como el Plan de Información y Publicidad del POIA, el Manual de Información y Publicidad o el documento descriptivo del POIA.

6. Ejemplos europeos.

Este apartado incluye una descripción de algunas de las actuaciones cofinanciadas por fondos europeos, tanto en Andalucía como en otros Estados miembros.

7. Dossier de prensa.

Contiene noticias publicadas en la prensa, desde marzo de 2003 hasta la actualidad, referentes a actuaciones contenidas dentro del POI de Andalucía.

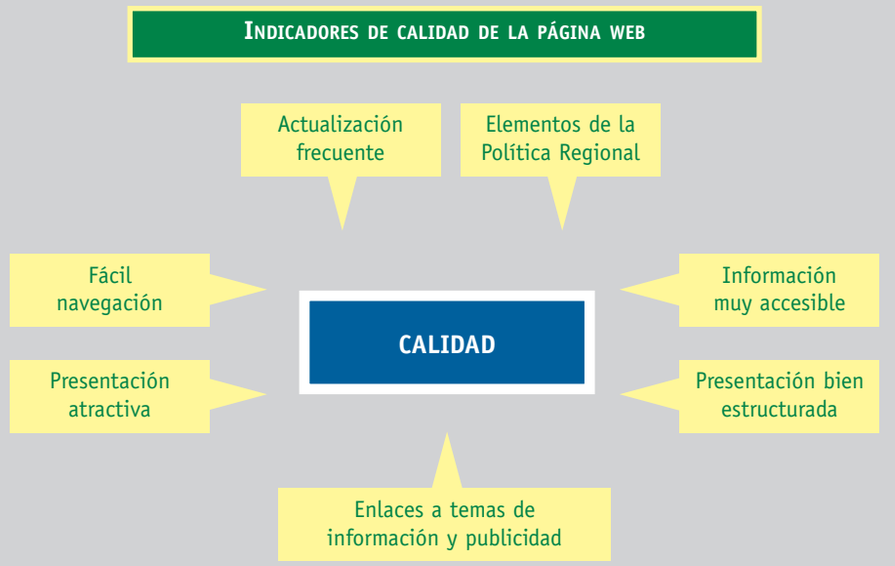
Esto permite hacer un seguimiento de la percepción que la ciudadanía andaluza tiene de los fondos comunitarios, a su disposición, a través de la información contenida en la prensa.

8. Banco de imágenes.

Este banco de imágenes muestra fotografías de actuaciones realizadas en cada una de las ocho provincias andaluzas, divididas por ejes de actuación. Estas imágenes corresponden, tanto a proyectos finalizados, como a otros en fase de realización. Asimismo, contiene algunos ejemplos de carteles de obra o de placas informativas.

El análisis de las características de la página Web, teniendo en cuenta los indicadores de calidad (Esquema 7), permite hacer una valoración altamente positiva, de la misma.

Esquema 7: Indicadores de calidad de la web de la DGFE.

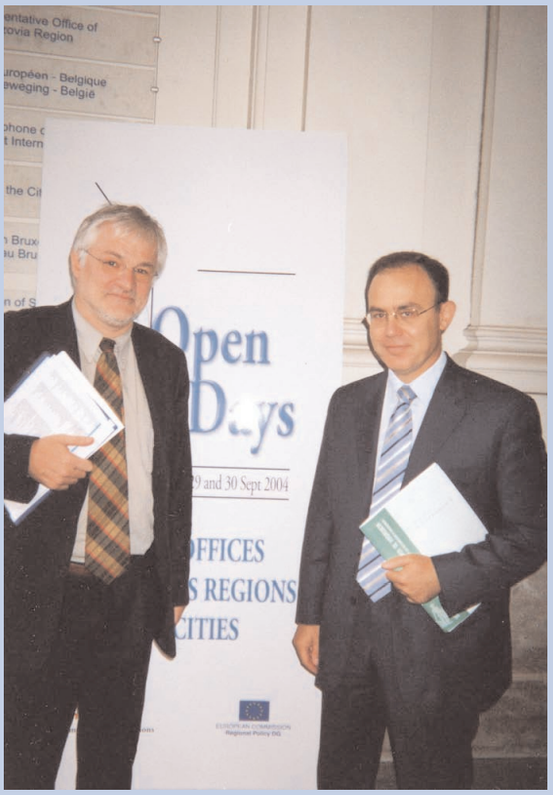


Fuente: Elaboración propia

ORGANIZACIÓN DE JORNADAS, SEMINARIOS Y CONFERENCIAS.

La Junta de Andalucía ha organizado y participado en numerosas conferencias, seminarios y jornadas en el ámbito de los Fondos Estructurales, en los que se ha cumplido con las directrices en materia de información y publicidad. A continuación se hace una relación de las diferentes jornadas organizadas:

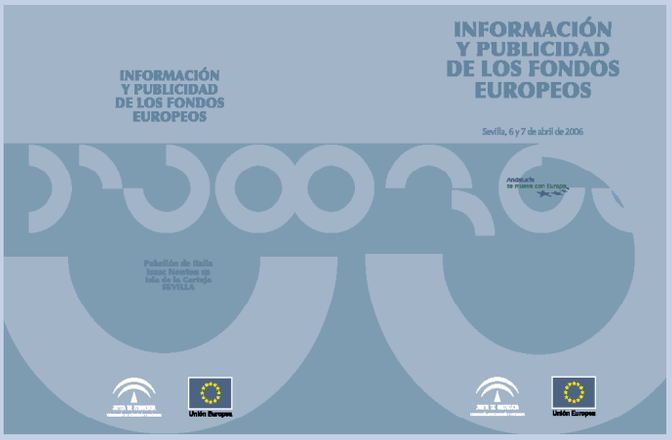
- Seminario sobre la "Unidad de Igualdad de Género como compromiso de la Junta de Andalucía en la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres", en el que participó la DG Regio de la Comisión Europea. Esta Unidad fue creada por la DG de Fondos Europeos de la Consejería de Economía y Hacienda y el Instituto Andaluz de la Mujer.
- Jornadas "Cuestiones clave en el proceso de construcción europea", organizadas por la Universidad de Sevilla. En ellas, la DGFE realizó la ponencia "La Política Regional en una Unión Europea Ampliada: Repercusiones para Andalucía".
- XII Jornadas sobre la Unión Europea en Marchena "El futuro de las Políticas de Cohesión", con la ponencia "Las políticas de cohesión regional en Andalucía".
- "Jornadas Internacionales de la Unidad de Igualdad de Género", como marco propiciador de intercambio de experiencias y conocimientos aportados por los trabajos de organizaciones internacionales.
- El Seminario "El reto de la ampliación de la Unión Europea para la empresa andaluza", organizado por la Confederación de Empresarios de Andalucía.
- Seminario "Estrategias de comunicación sobre Fondos Estructurales: trabajando juntos", organizado por la Comisión Europea en Bruselas.
- La Dirección General de Costas celebró, a lo largo de 2003, cuatro exposiciones de costas en Madrid, Huelva y Murcia, con el objetivo de dar difusión a la política del Ministerio de Medio Ambiente en el sector costero a través de los programas de actuación.



Open Days 2004, Bruselas.

- Presentación del Plan de Información y Publicidad del Programa Operativo Integrado de Andalucía en Bruselas, en el marco de los Open Days 2004.
- Seminario "II Jornada de trabajo e intercambio de experiencias en la aplicación del mainstreaming de género", organizado en colaboración por el Instituto Andaluz de la Mujer y la Consejería para la Igualdad y Bienestar Social (2004).
- XIII Jornadas sobre la Unión Europea en Marchena "El Proyecto de la Constitución Europea y las Entidades de la UE", con la ponencia "Repercusiones para Andalucía del nuevo marco 2007-2013", en Septiembre de 2004.
- Jornadas "Cuestiones clave en el proceso de construcción europea", organizadas por la Universidad de Sevilla. En ellas se presentó la ponencia "Las nuevas perspectivas financieras 2007-2013 y la ampliación de la UE". Mayo 2004.
- "Jornadas Nacionales de la Unidad de Igualdad de Género", organizadas por el Instituto Andaluz de la Mujer y la DGFE, en octubre de 2004.
- "El futuro de Andalucía en la nueva Política Regional Europea", celebrada el 1 de mayo de 2004 en Huelva.
- "Reunión Anual del Grupo de Trabajo "Structural Funds Information Team", organizado el 10 de septiembre de 2004 por la Comisión Europea en Bruselas.
- Curso denominado "Formación para Responsables y Gestores de Fondos Europeos", organizado por el Instituto de la Mujer en octubre de 2004 en Madrid, con la participación de los responsables de la gestión de los Fondos Estructurales de las distintas instituciones implicadas (Comisión Europea, Autoridad de Gestión y Unidades Administradoras del FSE y del FEOGA, Junta de Andalucía y beneficiarios finales del POI).

Por último, cabe destacar la *I Jornada Internacional de Información y Publicidad de los Fondos Europeos*, celebrada los días 6 y 7 de abril de 2006 en Sevilla, como evento con el que culmina el Plan de Información y Publicidad, para el período 2000-2006. Con esta excepcional iniciativa, se aprovechó la oportunidad para poner en conocimiento de los gestores del POIA -a través de expertos, internacionales y nacionales, en esta materia-, la creciente importancia de la gestión informativa y publicitaria de las actuaciones cofinanciadas con fondos europeos, y cuáles son las orientaciones y los requisitos que, de momento, se han establecido para el próximo periodo de programación.



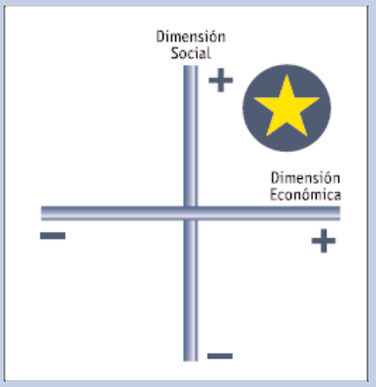
Jornadas Internacionales de Información y Publicidad de los Fondos Europeos.

Este ciclo de conferencias, organizado por la Junta de Andalucía, ha contado con la presencia de prestigiosos expertos en la materia, tanto nacionales e internacionales.

En general, las ponencias han servido para aclarar, definitivamente, la necesidad de promoción de los Fondos Europeos, de presentar las dificultades a las que deben enfrentarse los órganos gestores y, demás organismos, en el ejercicio de estas actividades y de mostrar casos de buenas prácticas. Asimismo, en vista de la importancia que ocupa esta materia en las directrices para el período 2007-2013, se trataron con especial interés las perspectivas de la Política Regional para el próximo período de programación, en el ámbito de la información y publicidad.

Precampaña de Publicidad y "Noticias Estrella".

Con el objetivo de proporcionar un conocimiento gradual de la gestión de los Fondos Estructurales a la opinión pública, se ha previsto la aparición de un mínimo de dos "Noticias Estrella" cada dos años. Esta denominación es explicada mediante su posicionamiento en el eje de coordenadas, de acuerdo con la importancia de la misma en relación con la dimensión social y económica.



Las "Noticias Estrella" recogen información sobre proyectos cofinanciados por la Unión Europea de gran relevancia mediática. De este modo, se intensifica la sensibilización ciudadana sobre el impacto de los Fondos Estructurales en su región.

Estas noticias son el punto de partida de la campaña de publicidad, al producirse un incremento gradual del conocimiento de la opinión pública.

La difusión se produce a través de las cabeceras de los periódicos de las ocho provincias andaluzas, con un formato horizontal en blanco y negro. De este modo, la promoción comienza por los sectores de la sociedad andaluza más demandantes de información: los lectores de prensa.

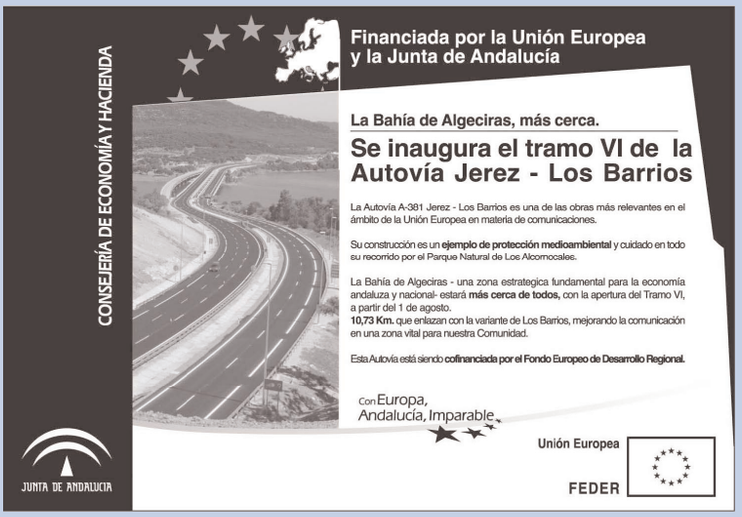
La tirada de los medios de comunicación en que han sido publicadas las diferentes "Noticias Estrella" difundidas hasta el momento, es recogida en el siguiente cuadro:

PUBLICACIÓN DE LAS NOTICIAS ESTRELLA

Cabecera	Tirada de la Noticia Estrella "Autovía Jerez-Los Barrios" y Mujeres"	Tirada de la Noticia Estrella "Igualdad entre Hombres Granada"	Tirada de la Noticia Estrella "Parque de las Ciencias de
ABC Sevilla	60.100	70.501	66.112
El País Andalucía	39.000	51.585	51.585
La Voz de Almería	9.500	10.685	10.689
Diario de Córdoba	24.000	18.776	18.776
Diario de Cádiz	40.000	34.230	32.554
Ideal Edición General	39.500	40.511	42.684
Huelva Información	10.000	7.992	7.992
Diario de Jaén	10.500	8.861	8.861
Diario Sur Málaga	47.000	44.416	44.416
Diario de Jerez	9.875	-	-
Europa Sur	6.035	-	-
Cinco Días	48.101	7.000	7.000
Expansión	76.769	7.500	7.500
Total	420.380	302.057	298.169

Fuente: Informes Anuales 2003 y 2004.

En 2003, la "Noticia Estrella" se refirió a la inauguración del tramo VI de la **Autovía Jerez-Los Barrios (A-381)**, publicada el 31 de julio de 2003 en los periódicos y revistas especializadas. El 4 de agosto del mismo año volvió a publicarse en ABC Andalucía.



Noticia Estrella julio 2003

En 2004 fueron dos las "Noticias Estrella" publicadas, el doble de lo previsto. La primera de ellas, sobre la **Igualdad entre hombres y mujeres,** fue publicada el 25 de junio. La segunda noticia estrella, relativa a la construcción del **Parque de las Ciencias de Granada,** fue publicada el 20 de diciembre de 2004**.**

Noticias Estrella junio 2004

Campañas de Publicidad.

Las campañas publicitarias ocupan un lugar destacado dentro de las acciones desarrolladas en el marco de la información y publicidad del Programa Operativo Integrado de Andalucía, de acuerdo con la obligación de informar a la Opinión Pública sobre el papel que desempeña la Unión Europea en el desarrollo de las regiones, tal y como establece el Reglamento (CE) 1159/2000.

La campaña publicitaria del Programa Operativo Integrado de Andalucía fue presentada al Comité de Seguimiento celebrado en Granada el 5 de junio de 2005.

Esta campaña publicitaria iba dirigida al público mayor de 16 años, distinguiéndose de la campaña informativa dirigida al público infantil, e incluye publicidad en tres medios de comunicación diferentes: televisión, prensa y radio. El eslogan utilizado ha sido "Andalucía se mueve con Europa" y utiliza el siguiente logo:

Para dar una dimensión humana a la campaña publicitaria y acercar las acciones realizadas a la ciudadanía andaluza, se incluyen constantes imágenes de beneficiarios de estas intervenciones, y se transmiten ideas tales como movimiento, avance, mejora, progresión, etc. Todo ello remite al concepto de "Futuro".

La publicidad creada para TV utiliza imágenes en diferentes ámbitos de actuación, relacionadas con los Ejes del POI de Andalucía (educación, medio ambiente, infraestructuras, innovación, competitividad, etc). Estas imágenes constituyen "escenas de vida andaluza", lo que contribuye a una mejor concienciación de la opinión pública andaluza sobre la participación europea en la región, a través del POI.

Andalucía
se mueve con Europa

Andalucía
se mueve con Europa

Logo de la campaña publicitaria.

Story Board del Spot en TV "Andalucía se mueve con Europa".

La emisión de estos anuncios publicitarios tuvo lugar en los meses de marzo, abril, junio y julio de 2005. Puede hablarse, por tanto, de una cierta concentración de la campaña en un espacio reducido de tiempo, con lo que se potencia el impacto de la publicidad. Las cadenas televisivas elegidas han sido Canal Sur, TVE1, La 2 y Antena 3.

Su emisión se ha producido de lunes a domingo, en horarios de máxima audiencia televisiva, dentro de emisiones líderes en sus franjas horarias, como "Aquí no hay quien viva" (Antena 3), "Moranquísmo" (Canal Sur), "Informe Semanal" (TVE1) o "Versión Española" (La 2), así como durante los informativos de estas cadenas de televisión, por lo que el impacto de esta campaña publicitaria ha sido, por tanto, indiscutible. El coste total de la campaña publicitaria en televisión ha alcanzado la cifra de 332.592,45 €.

La distribución de estas emisiones se ha producido tal y como muestra la Tabla 8.

Tabla 8: Emisión del Spot publicitario "Andalucía se mueve con Europa".

Mes	CANAL SUR		TVE (TVE1 y La 2)		ANTENA 3	
	Nº EMISIONES	COSTE TOTAL	MARZO	COSTE TOTAL	MARZO	COSTE TOTAL
Marzo	8	21.210,00 €	9	7.068,75 €	11	6.048,00 €
Abril	40	65.505,00 €	35	49.968,75 €	27	17.160,00 €
Junio	45	92.671,90 €	22	25.000,20 €	21	18.125,25 €
Julio	10	20.044,10 €	4	5.050,50 €	7	4.740,00 €
Total	**103**	**199.431,00 €**	**70**	**87.088,20 €**	**66**	**46.073,25 €**
Coste Total			*332.592,45 €*			

Por su parte, la campaña para prensa se basa en la publicación de carteles y anuncios en los medios de comunicación escritos de las ocho provincias andaluzas, incluidos tanto en prensa diaria como en prensa especializada (El País Andalucía, ABC Andalucía, El Mundo Andalucía, El Correo -edición Sevilla-, Expansión Andalucía, La Voz de Almería, Diario de Córdoba, Diario de Cádiz, Huelva Información, Diario de Sevilla, Ideal –edición Granada-, Sur Málaga y Diario de Jaén).

Han sido 68 los carteles insertados en los meses de marzo, abril y junio de 2005 y el coste de esta campaña ha supuesto un total de 195.177,90 €.

Anuncio de la campaña en prensa.

Asimismo, han sido numerosos los artículos publicados en prensa con la finalidad de dar difusión a las acciones cofinanciadas por la Unión Europea. En 2003, destacan acciones publicitarias realizadas por SEPES en relación al "Parque Empresarial de Huelva", o por el Consorcio Parque de las Ciencias de Granada. En el mismo sentido, se han hecho menciones publicitarias en prensa sobre la realización de tres grandes proyectos, por ACUSAR, en el eje de medio ambiente.

En 2004, se han publicado artículos en la prensa de Granada sobre los fondos adicionales concedidos al Consorcio Parque de las Ciencias de Granada para la ampliación del Parque. Por otra parte, la Empresa Municipal del Cementerio de Granada (EMUCESA) ha realizado un amplio dossier de los anuncios publicados ese año, sobre la restauración de la parte histórica del cementerio.

La campaña en radio ha incluido la realización de una "cuña informativa", manteniendo la misma línea creativa empleada en el resto de medios.

Las emisoras de radio en las que se han emitido cuñas publicitarias han sido cuatro: Onda Cero, Cadena Ser, Canal Sur Radio y Kiss FM.

En 2005, las cuñas publicitarias insertadas en emisoras de radio andaluzas fueron 203, lo que ha supuso un presupuesto de 80.136,48 €.

La distribución por emisoras de radio está recogida en la tabla 9:

Tabla 9: Cuñas de radio por emisora y franja horaria.

EMISORA	FRANJA HORARIA	MARZO-ABRIL	JUNIO	JULIO
ONDA CERO	7.20h-7.30h	4	7	1
ONDA CERO	14.20h-14.30h	6	8	1
ONDA CERO	19.00h-19.30h	6	6	
Total ONDA CERO marzo-abril		16	21	2
CADENA SER	7.50h	9	6	1
CADENA SER	14.05h-14.15h	9	7	1
CADENA SER	20.25h-20.30h	6	7	
Total CADENA SER marzo-abril		24	20	2
CANAL SUR	9.00h-11.00h	13	8	1
CANAL SUR	11.00h-13.00h	12	7	
CANAL SUR	16.00h-19.00h	8	5	1
CANAL SUR	19.00h-20.00h	9	4	
Total CANAL SUR marzo-abril		42	24	2
RADIO KISS FM	8.00h-21.00h		40	10
Total de Cuñas en todas las Emisoras		82	105	16
Total de Cuñas en todas las Emisoras en Marzo-Abril, Junio y Julio			203	

Fuente: Datos proporcionados por la empresa de comunicación iPunto.

Hay que señalar que las cuñas publicitarias han sido emitidas en las franjas horarias más frecuentes entre los oyentes, dentro de programas que son líderes de audiencia, tales como "Hoy por Hoy" (Cadena Ser), "La hora de Andalucía" (Canal Sur Radio), "Herrera en la Onda" (Onda Cero), o los informativos.

Por otra parte, se han instalado MUPIS y columnas promocionales del POI de Andalucía en las estaciones del AVE de Madrid (Puerta de Atocha), Sevilla (Santa Justa) y Córdoba. El número de MUPIS ha alcanzado la cifra de 150 unidades y, en el caso de las columnas, 30. La campaña publicitaria tuvo lugar entre el 14 de junio de 2005 y el 5 de julio de 2005, con un coste de 56.376 €.

La elección del emplazamiento de estos elementos publicitarios resulta muy adecuada, debido al gran tránsito de personas que se produce en estas estaciones cada día.

MUPI en la estación del AVE de Córdoba.

Campaña TV. Público infantil.

El público infantil también ha sido objeto de las campañas publicitarias en TV. Estas telepromociones han sido emitidas en el programa de Canal 2 Andalucía "*La Banda*", el cual destaca por su alta audiencia entre los niños andaluces de entre 4 y 12 años.

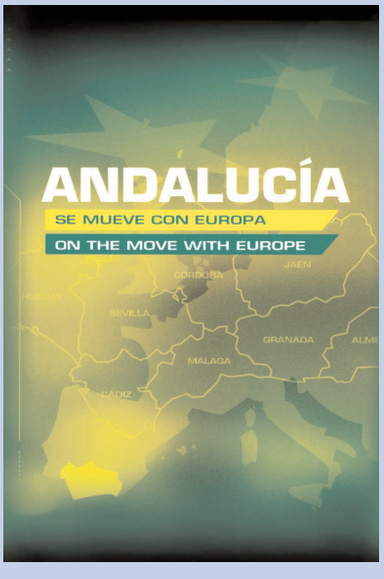
Dos de los presentadores del programa han explicado, de forma pedagógica, los conceptos básicos de la política regional comunitaria y de los Fondos Europeos, utilizando como ejemplos algunas de las actuaciones realizadas en el marco del POI de Andalucía, en sectores tales como medio ambiente, energías renovables o equipamiento informático de centros educativos.

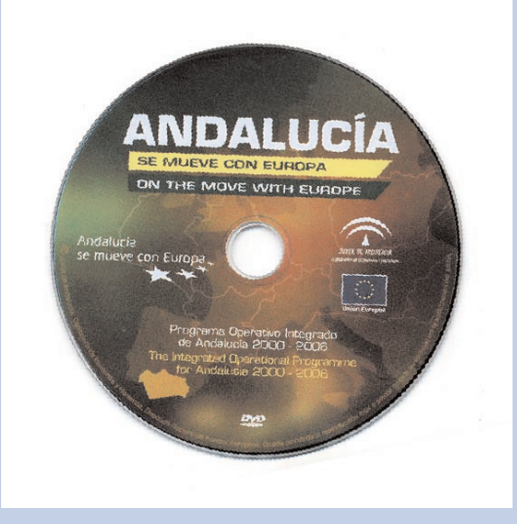
De este modo, se ha pretendido fomentar la concienciación sobre la importancia de la Unión Europea para el progreso de Andalucía entre las capas más jóvenes de la población -que suponen el 12% de la población-, y que se caracterizan por una alta receptividad de la información. De forma colateral, se espera que la población infantil contribuya, asimismo, a la mayor concienciación de sus padres.

Programa "La Banda", de Canal 2 Andalucía.

Vídeo Ejecución del POI de Andalucía.

Con el fin de difundir los resultados de la ejecución del Programa Operativo Integrado de Andalucía, se ha producido un vídeo que recoge las actuaciones desarrolladas en relación con cada uno de los ejes de actuación. De este modo, se pretende promover un mayor conocimiento del POI entre la población andaluza. La presentación de este vídeo coincide con las celebraciones con motivo del vigésimo aniversario del ingreso de España en la Unión Europea.





Vídeo de ejecución del POI.

El material audiovisual cumple con los requisitos básicos en publicidad, puesto que el emblema europeo es visible, tanto en la proyección del vídeo, como en la carátula.

El formato elegido para la producción ha sido el DVD, del que se han producido 1.000 copias. Esto ha supuesto una mejora cuantitativa de las previsiones iniciales, que establecían una cantidad de 300 DVD, pero también de una mejora cualitativa debido a que, originariamente, se había previsto la producción de VHS y DVD. Puede considerarse, por

tanto, que la decisión de sustituir los VHS por DVD ha facilitado la distribución, debido a que en la actualidad este sistema es más difundido.

Las imágenes contenidas en el vídeo han sido recopiladas con ocasión de eventos relevantes celebrados a lo largo del período de ejecución del Programa, tales como la inauguración de la Autovía Huelva-Punta Umbría, encuentros sobre igualdad de género o congresos relacionados con la Ampliación de la UE, así como imágenes relacionadas con el POI y cedidas por distintas televisiones. Contiene un total de 16 proyectos, dos por cada una de las provincias.

Otro elemento cualitativo a destacar es la doble versión lingüística, en español e inglés, lo que contribuye, de modo innegable, a la difusión de las acciones, no sólo dentro de la región andaluza, sino incluso fuera de las fronteras españolas.

La presentación oficial del vídeo se produjo en enero de 2006, con un indiscutible éxito entre las diferentes Delegaciones Provinciales, que han realizado una inmediata demanda de ejemplares para su difusión en las ocho provincias andaluzas.

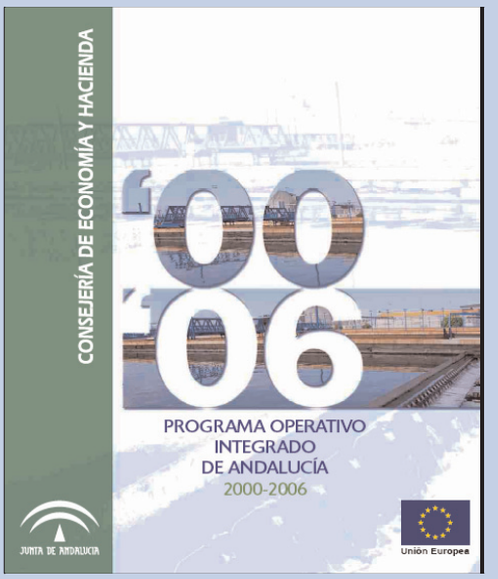
El vídeo ha sido distribuido entre las autoridades del POI de Andalucía, las Comunidades Autónomas, Funcionarios de la Comisión Europea, Agentes Económicos y Sociales, Ayuntamientos de más de 50.000 habitantes, Universidades que albergan Centros de Documentación Europea y otros organismos sectoriales.

Publicación Ejecución del POI de Andalucía.

Como ya se hizo en periodos anteriores, la Junta de Andalucía ha publicado un documento con el fin de mostrar el avance de la ejecución del Programa Operativo Integrado de Andalucía, tanto en términos cuantitativos como cualitativos.

En él se recogen ejemplos de actuaciones cofinanciadas por la Unión Europea, finalizadas o en curso de realización, acercando de este modo las actuaciones del POI a los ciudadanos andaluces.

Esta publicación será actualizada al final del período 2006, dando cabida a las actuaciones no incluidas a fecha de 31 de diciembre de 2004, de cara a su difusión entre la ciudadanía en general y las Instituciones. La tirada de este documento ha sido de 1.500 ejemplares.



Publicación Ejecución del POI de Andalucía.

Realización de Carteles y Hojas Informativas.

Un elevado número de carteles y hojas informativas, en los que se hace alusión a la cofinanciación comunitaria, ha sido editado para dar cobertura a las acciones organizadas, tanto en la fase de programación, como en la campaña publicitaria del POI. En total, se han distribuido 2.000 carteles entre los beneficiarios, y 2.000 entre los gestores, lo que supone una mejora cuantitativa respecto a lo decidido inicialmente, ya que dobla la cantidad prevista. Esta mejora cuantitativa también se ha producido en el caso de las hojas informativas.

Este material de apoyo ha sido utilizado en actos públicos realizados en el marco del Programa Operativo Integrado de Andalucía, tales como el Seminario de Información y Publicidad Objetivo 2 e INTERREG, celebrados en Bruselas en octubre de 2003.

Seminario en Bruselas (10 de noviembre de 2003).

Cartel para actos públicos.

Cartel para beneficiarios del POI de Andalucía.

Cartel para órganos gestores del POI de Andalucía.

Revista Trimestral.

La DGFE edita una publicación trimestral, que recoge la actualidad referente a la política regional en forma de artículos, noticias, avances, etc., y que ha sido bautizada con el nombre de "**Huella**".

Portadas de la revista trimestral "Huella".

La extensión media aproximada de la revista alcanza entre 20 y 30 páginas, con redacción, imágenes, diseños de portada, maquetación, traducción, edición imprenta, manipulación, logística y distribución.

Esta revista va dirigida a beneficiarios potenciales, autoridades regionales y locales, interlocutores económicos y sociales y medios de comunicación, entre otros.

Su distribución se realiza, además de a los diferentes servicios de la Junta de Andalucía, a los Ministerios, a otras Comunidades Autónomas y a la Comisión Europea.

Asimismo, puede accederse a la misma a través de la página web de la Junta de Andalucía:

http://www.juntadeandalucia.es/economiayhacienda/fondos/poia_interreg/POIA/publicaciones/publicaciones.htm

A pesar de que, inicialmente, se había previsto la edición de 8 números, el interés suscitado ha motivado la continuidad de la misma, alcanzando en marzo de 2006 la cifra de 15 números, así como una extensión mayor.

Destaca el número 5 (abril 2004), dedicado íntegramente a la ampliación de la Unión Europea.

En 2003, el número de ejemplares editados se elevó a la cifra de 2.000 ejemplares, y en 2004, a 1.800 ejemplares; una excepción la presenta el número especial de diciembre, del que se imprimieron 6.000 ejemplares.

Además de las ediciones trimestrales, se han realizado ediciones especiales que constituyen un monográfico sobre cada una de las provincias andaluzas. Hasta el momento, se han realizado las ediciones especiales de Málaga (enero 2004), Sevilla (diciembre 2004), Almería (agosto 2005) y Huelva (noviembre 2005).

No obstante, a pesar de la facilidad de acceso a "**Huella**" a través de la página web, con el fin de llegar al mayor número posible de lectores, se recomienda difundir esta publicación a través de "*mailing list*", especialmente a los órganos gestores del Programa Operativo de Andalucía, entre los cuales se ha detectado un porcentaje considerable de desconocimiento de esta publicación.

2.3. Recursos financieros utilizados.

Las diferentes actividades de información y publicidad, de carácter general, llevadas a cabo están siendo financiadas con cargo al Eje de Asistencia Técnica del Programa Operativo Integrado de Andalucía, con un presupuesto inicial en torno a los 2.300.000 €.

En el caso de las medidas de información y publicidad relacionadas con proyectos concretos, la financiación ha sido a cargo de las medidas del POI en las que se encuentren integradas; en particular, en el caso de las medidas a favor de las ayudas públicas a empresas, de las subvenciones globales y del desarrollo del potencial endógeno.

3. Análisis del cumplimiento de la normativa informativa y publicitaria

3. Análisis del cumplimiento de la normativa informativa y publicitaria

3.1. Cumplimiento de la normativa comunitaria por parte de los órganos gestores y los beneficiarios de las ayudas cofinanciadas.

El seguimiento de la normativa comunitaria por parte de los órganos gestores del POI de Andalucía está determinado, como en cualquier otro Programa, por el nivel de conocimiento que éstos tengan de los requisitos establecidos al respecto. Este, a su vez, está influenciado, por un lado, por la disponibilidad y la facilidad en el acceso a este tipo de documentación -tanto hacia los gestores, como desde estos hacia los beneficiarios de las ayudas- y, por otro, por el mayor o menor grado de puesta en práctica efectiva de estas exigencias informativas y publicitarias.

Para su valoración, y como se ha especificado con detalle en el capitulo metodológico, el equipo evaluador ha tenido en cuenta los resultados obtenidos de la explotación de las entrevistas a los órganos gestores y a los beneficiarios de las ayudas, así como de los alcanzados en la revisión de los documentos correspondientes de los proyectos cofinanciados seleccionados (Check-list).

De acuerdo con estos resultados y, en función de las diferentes fases por las que se desarrolla cada proyecto -en base a las cuales se ha diseñado el check-list- cabe destacar los resultados que se presentan a continuación.

3.1.1. Conocimiento de los requisitos informativos y publicitarios de las actuaciones cofinanciadas: Normativa Comunitaria, Plan de Información y Publicidad y Manual de la DG de Fondos Europeos.

La DGFE de la Consejería de Economía y Hacienda de la Junta de Andalucía ha diseñado y distribuido el Plan de Información y Publicidad entre los órganos gestores de las medidas cofinanciadas por el POI de Andalucía.

Situado éste, además, en la página web de la DG -junto con el Manual de Información y Publicidad- ha favorecido que gran parte de los órganos gestores posean un mayor conocimiento de las obligaciones de necesario cumplimiento en este terreno.

Sin entrar a analizar el Plan y el Manual de Información y Publicidad del POI, dado que esta tarea se ha realizado en el capítulo anterior, resulta interesante poner de manifiesto las conclusiones derivadas del trabajo de campo realizado sobre el conocimiento por los gestores de los requisitos, informativos y publicitarios, que han de cumplir las actuaciones cofinanciadas por el POI de Andalucía.

En líneas generales, se ha observado un **adecuado conocimiento** de las medidas a aplicar en esta materia, si bien existe todavía cierto margen de mejora en la gestión de este tipo de acciones.

En particular, el 87% de los gestores encuestados considera que posee suficiente información sobre los requisitos que han de cumplirse en términos de información y publicidad de las ayudas cofinanciadas con fondos europeos. Sin embargo, se han constatado diferencias significativas en función del tipo de Fondo que gestionan. En concreto, destacan

los gestores del FSE como los que mejor conocimiento poseen de la normativa y de los requisitos de difusión, frente a los del FEOGA que encuentran mayores dificultades a la hora de llevar a cabo este tipo de gestión. Esta circunstancia puede estar influenciada, tanto por el mayor volumen de la ayudas y de requerimientos informativos y publicitarios que se exigen a las actuaciones cofinanciadas por el FSE, como por la propia naturaleza de las medidas.

En este sentido, cabe destacar que **el Manual de Información y Publicidad de la DG de Fondos Europeos se ha constituido como un elemento de gran utilidad para dar a conocer a los gestores las obligaciones en este ámbito**, dado que en base a la experiencia de los mismos en la gestión de ayudas cofinanciadas, el Reglamento (CE) 1159/2000 por sí solo no es suficiente. En concreto, el 72% de los gestores que conocen la normativa considera que es necesario ampliar la especificación de algunos aspectos concretos de la normativa puesto que no son suficientes en sí mismos, sobre todo, en lo relacionado con el formato y colocación del emblema y los determinantes para la colocación de vallas y placas.

De hecho, tras la explotación de los resultados de las entrevistas a gestores, se ha comprobado que el conocimiento que éstos tienen del citado Manual (79% lo conoce), supera el porcentaje de gestores que conoce la existencia del propio Plan (63%). Tan sólo el 19% de los gestores entrevistados no conoce ni el Plan ni el Manual de Información.

De nuevo, y en línea con lo comentado anteriormente, sobresalen los gestores del FSE y del FEOGA como los que más y menos acceso tienen al Plan y al Manual, respectivamente. En el caso de la gestión del FSE, el 70% de los gestores, que gestionan estas medidas conoce, además, el *Manual de orientaciones para las actividades de comunicación de las acciones cofinanciadas por el FSE* de la UAFSE.

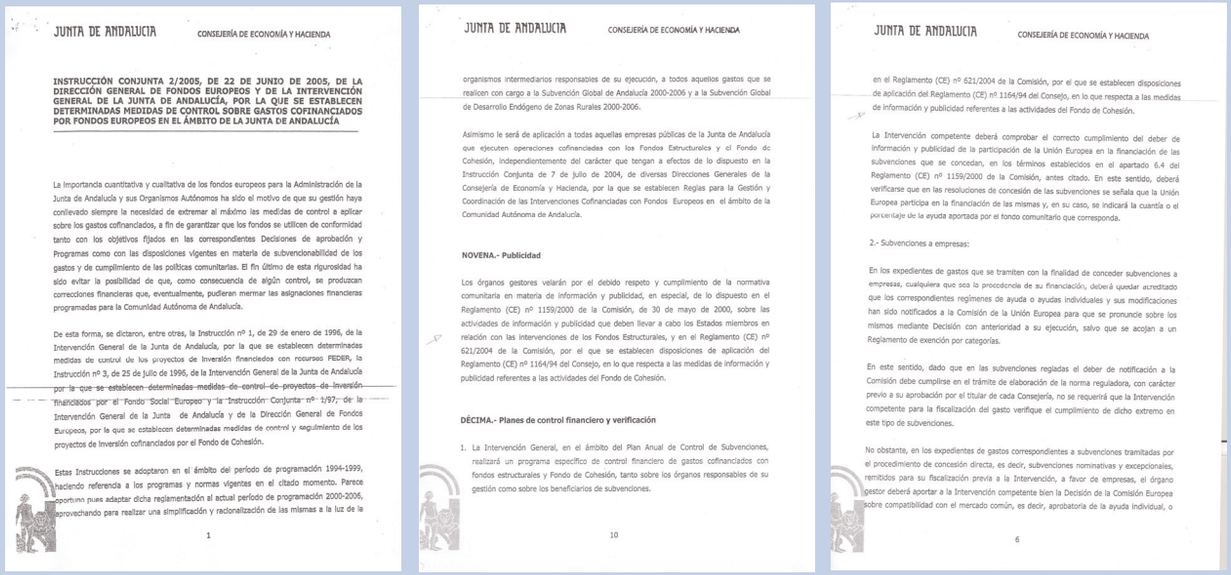
Un análisis más detallado de la información obtenida con las entrevistas ha puesto de manifiesto, entre otros, llamativos resultados derivados del conocimiento o no del Manual, de los que conviene subrayar los siguientes:

- Del 87% de los gestores que conocen dónde deben dirigirse para recibir asesoramiento sobre los mecanismos de información y publicidad de las ayudas comunitarias, el 88% son gestores que poseen el Manual elaborado por la DG de Fondos Europeos.
- Entre los gestores entrevistados que no saben a quién dirigirse en caso de duda, destacan, relativamente, los del FEDER y FEOGA.
- Del 53% de gestores que alguna vez han solicitado información acerca de la gestión de estas actuaciones de difusión, normalmente, éstos han acudido a la DG de Fondos Europeos y/o a la DG de Comunicación Social, de la Consejería de Presidencia de la Junta de Andalucía. A esta última DG acuden con mayor frecuencia, además, aquellos gestores que no conocen bien la normativa europea.
- Asimismo, se ha detectado que un porcentaje considerable de gestores (25%) que se consideran bien informados sobre los requisitos informativos y publicitarios –y que, además, poseen el Manual de Publicidad e Información- consulta a la DG de Comunicación Social, de la Consejería de Presidencia de la Junta de Andalucía, cuestiones relacionadas con la publicación de las ayudas europeas.
- Destacan los órganos encargados de la gestión de fondos FEDER como los que más preguntas plantean.
- Los gestores que poseen el Manual son los que, al mismo tiempo, mantienen una relación más fluida con la DG de Fondos Europeos. En concreto, el 89,5% de los gestores que consideran que existe una buena coordinación con dicha DG conoce el Manual.
- Asimismo, el 83% de los gestores que se considera bien informado en este terreno ha recibido el Manual y/u otro tipo de documentación desde la DG de Fondos Europeos.
- Los gestores que utilizan el Manual están más concienciados sobre la importancia del cumplimiento de este tipo de requisitos en la gestión de los Fondos: más de la mitad de los gestores que ha tenido acceso al Manual (65%) instrumenta algún tipo de acción para verificar el cumplimiento de los requisitos en materia de información y publicidad de las medidas que gestiona.
- El 94% de los gestores que ha asistido a algún curso o jornada, en relación con la gestión de fondos europeos, conoce el Manual.
- La mayor parte de los gestores han tenido acceso al Manual a través de la DG de Fondos Europeos, si bien un porcentaje considerable (41%) lo ha descargado de la Red.

- En esta línea, el acceso o no al Manual condiciona el conocimiento, de los gestores, a los requisitos publicitarios, puesto que del 34% de gestores que conoce la firma de identidad *Andalucía se mueve con Europa*, la mayoría (el 88% de los gestores) tiene acceso al Manual de Información y Publicidad.

- En algunos casos, por ejemplo en la D.G. de Industria, Energía y Minas y en el IAM, se ha detectado que los gestores tenían la versión anterior del Manual de Información y publicidad, al desconocer la existencia de una versión posterior.

En consecuencia, el acceso a cualquiera de los Manuales de Información y Publicidad facilita y determina, de manera significativa, la puesta en práctica de los requerimientos normativos en esta materia. No obstante, la DG de Fondos Europeos ha desarrollado otro tipo de actuaciones, como reuniones especificas con algunos gestores y beneficiarios de ayudas (por ejemplo GIASA) y el envío de **instrucciones conjuntas** a los distintos órganos gestores del POI de Andalucía, para contribuir al mejor cumplimiento de esta normativa.



JUNTA DE ANDALUCIA CONSEJERÍA DE ECONOMÍA Y HACIENDA

INSTRUCCIÓN CONJUNTA 2/2005, DE 22 DE JUNIO DE 2005, DE LA DIRECCIÓN GENERAL DE FONDOS EUROPEOS Y DE LA INTERVENCIÓN GENERAL DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA, POR LA QUE SE ESTABLECEN DETERMINADAS MEDIDAS DE CONTROL SOBRE GASTOS COFINANCIADOS POR FONDOS EUROPEOS EN EL ÁMBITO DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA

La importancia cuantitativa y cualitativa de los fondos europeos para la Administración de la Junta de Andalucía y sus Organismos Autónomos ha sido el motivo de que su gestión haya conllevado siempre la necesidad de extremar al máximo las medidas de control a aplicar sobre los gastos cofinanciados, a fin de garantizar que los fondos se utilicen de conformidad tanto con los objetivos fijados en las correspondientes Decisiones de aprobación y Programas como con las disposiciones vigentes en materia de subvencionabilidad de los gastos y de cumplimiento de las políticas comunitarias. El fin último de esta rigurosidad ha sido evitar la posibilidad de que, como consecuencia de algún control, se produzcan correcciones financieras que, eventualmente, pudieran mermar las asignaciones financieras programadas para la Comunidad Autónoma de Andalucía.

De esta forma, se dictaron, entre otras, la Instrucción nº 1, de 29 de enero de 1996, de la Intervención General de la Junta de Andalucía, por la que se establecen determinadas medidas de control de los proyectos de Inversión financiados con recursos FEDER, la Instrucción nº 3, de 25 de julio de 1996, de la Intervención General de la Junta de Andalucía por la que se establecen determinadas medidas de control de proyectos de Inversión financiados por el Fondo Social Europeo y la Instrucción Conjunta nº 1/97, de la Intervención General de la Junta de Andalucía y de la Dirección General de Fondos Europeos, por la que se establecen determinadas medidas de control y seguimiento de los proyectos de Inversión cofinanciados por el Fondo de Cohesión.

Estas Instrucciones se adoptaron en el ámbito del período de programación 1994-1999, haciendo referencia a los programas y normas vigentes en el citado momento. Parece oportuno pues adaptar dicha reglamentación al actual período de programación 2000-2006, aprovechando para realizar una simplificación y racionalización de las mismas a la luz de la

1

JUNTA DE ANDALUCIA CONSEJERÍA DE ECONOMÍA Y HACIENDA

organismos intermediarios responsables de su ejecución, a todos aquellos gastos que se realicen con cargo a la Subvención Global de Andalucía 2000-2006 y a la Subvención Global de Desarrollo Endógeno de Zonas Rurales 2000-2006.

Asimismo le será de aplicación a todas aquellas empresas públicas de la Junta de Andalucía que ejecuten operaciones cofinanciadas con los Fondos Estructurales y el Fondo de Cohesión, independientemente del carácter que tengan a efectos de lo dispuesto en la Instrucción Conjunta de 7 de julio de 2004, de diversas Direcciones Generales de la Consejería de Economía y Hacienda, por la que se establecen Reglas para la Gestión y Coordinación de las Intervenciones Cofinanciadas con Fondos Europeos en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Andalucía.

NOVENA.- Publicidad

Los órganos gestores velarán por el debido respeto y cumplimiento de la normativa comunitaria en materia de información y publicidad, en especial, de lo dispuesto en el Reglamento (CE) nº 1159/2000 de la Comisión, de 30 de mayo de 2000, sobre las actividades de información y publicidad que deben llevar a cabo los Estados miembros en relación con las intervenciones de los Fondos Estructurales, y en el Reglamento (CE) nº 621/2004 de la Comisión, por el que se establecen disposiciones de aplicación del Reglamento (CE) nº 1164/94 del Consejo, en lo que respecta a las medidas de información y publicidad referentes a las actividades del Fondo de Cohesión.

DÉCIMA.- Planes de control financiero y verificación

1. La Intervención General, en el ámbito del Plan Anual de Control de Subvenciones, realizará un programa específico de control financiero de gastos cofinanciados con fondos estructurales y Fondo de Cohesión, tanto sobre los órganos responsables de su gestión como sobre los beneficiarios de subvenciones.

10

JUNTA DE ANDALUCIA CONSEJERÍA DE ECONOMÍA Y HACIENDA

en el Reglamento (CE) nº 621/2004 de la Comisión, por el que se establecen disposiciones de aplicación del Reglamento (CE) nº 1164/94 del Consejo, en lo que respecta a las medidas de información y publicidad referentes a las actividades del Fondo de Cohesión.

La Intervención competente deberá comprobar el correcto cumplimiento del deber de información y publicidad de la participación de la Unión Europea en la financiación de las subvenciones que se concedan, en los términos establecidos en el apartado 6.4 del Reglamento (CE) nº 1159/2000 de la Comisión, antes citado. En este sentido, deberá verificarse que en las resoluciones de concesión de las subvenciones se señala que la Unión Europea participa en la financiación de las mismas y, en su caso, se indicará la cuantía o el porcentaje de la ayuda aportada por el fondo comunitario que corresponda.

2.- Subvenciones a empresas:

En los expedientes de gastos que se tramiten con la finalidad de conceder subvenciones a empresas, cualquiera que sea la procedencia de su financiación, deberá quedar acreditado que los correspondientes regímenes de ayuda o ayudas individuales y sus modificaciones han sido notificados a la Comisión de la Unión Europea para que se pronuncie sobre los mismos mediante Decisión con anterioridad a su ejecución, salvo que se acojan a un Reglamento de exención por categorías.

En este sentido, dado que en las subvenciones regladas el deber de notificación a la Comisión debe cumplirse en el trámite de elaboración de la norma reguladora, con carácter previo a su aprobación por el titular de cada Consejería, no se requerirá que la Intervención competente para la fiscalización del gasto verifique el cumplimiento de dicho extremo en este tipo de subvenciones.

No obstante, en los expedientes de gastos correspondientes a subvenciones tramitadas por el procedimiento de concesión directa, es decir, subvenciones nominativas y excepcionales, remitidos para su fiscalización previa a la Intervención, a favor de empresas, el órgano gestor deberá aportar a la Intervención competente bien la Decisión de la Comisión Europea sobre compatibilidad con el mercado común, es decir, aprobatoria de la ayuda individual, o

6

Instrucción Conjunta de la DGFE.

3.1.2. Fase de licitación

La primera etapa, de acuerdo con la metodología utilizada en función del desarrollo lógico de los proyectos, es la licitación de las ayudas, cuya forma varía según corresponda la contratación de las mismas. En consecuencia, y como se especifica en la metodología, se han considerado todas las alternativas existentes para la contratación de las actuaciones, esto es, contratación pública, convenios y subvenciones.

Asimismo, cabe precisar que, si bien la normativa no establece, expresamente, la obligatoriedad de comunicar en esta etapa la cofinanciación de la ayuda –para ningún tipo de proyecto-, lo considera como una práctica habitual[1] y, desde luego, muy útil de cara a la consecución de los objetivos perseguidos, sobre todo, el de relevancia o concienciación. De ahí la determinación, por parte del equipo de trabajo, de revisar los procedimientos de publicidad e información seguidos por los gestores del POIA.

En líneas generales, se ha observado que los proyectos hacen referencia, entre los documentos de contratación de las ayudas, a la participación de los Fondos Europeos en el apartado o cláusula de financiación de las mismas.

[1] *"Percepción y concienciación"para el Mejor Entendimiento del Reglamento (CE) 1159/2000. Guía práctica sobre la comunicación relacionada con los Fondos Estructurales (2000-2006).*

Asimismo, normalmente se menciona el obligado cumplimiento de la normativa europea en materia de información y publicidad. En particular, se ha observado que:

- Aproximadamente, el 50% de los proyectos analizados contienen entre su documentación administrativa, alguna referencia a la participación europea en la financiación de los mismos -ya sea a través del emblema de la Unión Europea junto al de la Junta de Andalucía, ya sea por mención expresa-.
- Todos los proyectos de contratación pública analizados han sido anunciados en el BOJA y DOCE, según correspondiera, comunicándose siempre la cofinanciación europea en todos los casos en los que era conocida la participación de la Unión. Es decir, de acuerdo con lo argumentado por los gestores entrevistados, la no mención de dicha participación se ha debido a no tener la certeza de la elegibilidad de las inversiones, en el momento de su publicación.
- No obstante, en algunos casos en los que se preveía una futura participación comunitaria, se ha añadido una referencia a la posibilidad de cofinanciación (por ejemplo, en el proyecto analizado de la DG de Arquitectura y Vivienda).
- El 68% de la muestra analizada especifica –en el BOJA, convenios, pliegos, etc., según corresponda- el fondo estructural correspondiente que cofinancia la ayuda y, además, indica la obligación de cumplimiento de los requisitos específicos en materia de publicidad e información de la Unión Europea, por lo general, en el apartado de las obligaciones del beneficiario de las ayudas. De este porcentaje, el 79% remite, en concreto, al Reglamento 1159/2000 de la Comisión.
- No obstante, no es un comportamiento extendido el incluir una referencia expresa al mensaje ligado a cada uno de los Fondos -FEDER, FSE y FEOGA-, ni a la inclusión de la ayuda o proyecto concreto en el POI de Andalucía. Entre los que sí lo hacen se encuentran, por ejemplo, la DG de Formación para el Empleo y al IAM.
- Aproximadamente la mitad de los proyectos ofertados por contratación pública hacen publicaciones intensivas en los medios de comunicación social, para facilitar la transparencia y mayor demanda de las ayudas. Entre las distintas formas de explicar, al beneficiario último, el origen de las ayudas habría que destacar lo siguiente:
  - La manera más habitual para comunicar la participación conjunta de las ayudas es la inclusión de los emblemas regional y comunitario, incluyendo este último el nombre del Fondo correspondiente.
  - En menor medida, se especifica por escrito que la ayuda está financiada, en parte, por la Unión Europea, incluyendo el porcentaje de cofinanciación –como hace por ejemplo la DG Formación para el Empleo-; si bien esto último no es obligatorio.
- Por último, hay que señalar que siempre se detallan las actividades que se ponen en marcha, los criterios de selección, los mecanismos de evaluación e instancias a las que es necesario dirigirse para mayor información.

No obstante, en esta etapa de licitación de los proyectos, se ha detectado una elevada heterogeneidad a la hora de especificar la cofinanciación comunitaria, en términos de formato y lugar de especificación. Esto puede justificarse por las numerosas dudas que los gestores tienen al respecto, en esta etapa de los proyectos, dado que no existe normativa específica al respecto.

Entre las distintas alternativas encontradas, para manifestar la colaboración de la Unión Europea en la realización de las actuaciones, cabe señalar las siguientes:

- Referencia en el <u>cuerpo del documento</u>, o del anuncio, a la cofinanciación europea.
- Referencia en el <u>apartado específico de financiación</u> de la ayuda:
  - mediante la especificación del Fondo correspondiente y, en algunos casos, con el porcentaje de cofinanciación; o bien,
  - a través del código de participación presupuestaria. Y en algunas ocasiones acompañándolo del texto correspondiente -es decir, aclarando que son ayudas europeas y de la Junta-, y en otros casos no.

- Referencia en el apartado de publicidad y/o de obligaciones del beneficiario de la obligación de cumplimiento de los requisitos publicitarios e informativos asociados a las actuaciones cofinanciadas por Fondos Europeos. En estos casos, no siempre se ha hecho una mención anterior, en el resto del documento, a la participación de la Unión Europea en la financiación de la ayuda.

Como se deduce de lo anterior, no todas estas posibilidades ilustran con igual intensidad la participación conjunta de la Unión y la Junta de Andalucía, sino que algunas contribuyen, en mayor medida, a los objetivos de transparencia y concienciación -cuando el texto utilizado se coloca en lugar visible (título o introducción del proyecto), de forma específica (con referencia expresa a la Unión Europea y/o Fondo correspondiente) y en un lugar adecuado (financiación de la ayuda y obligaciones del beneficiario-.

Asimismo, no todos los gestores –aunque sí la mayoría, como por ejemplo la D.G. de Promoción y Comercialización Turística- incluyen anexos en las ofertas de las ayudas para facilitar a los beneficiarios de las ayudas muestras de cómo deben ser los impresos administrativos, y cómo han de ser el emblema, las vallas, los carteles, etc. que utilicen posteriormente.

En relación con lo anterior, la Tabla 10 presenta una muestra de algunas de las alternativas encontradas en el análisis de la documentación relativa a la oferta de las ayudas en el BOJA, en los documentos de encargo y en los convenios.

En el primer caso (DG de Industria, Energía y Minas), en el texto introductorio de la orden de convocatoria ya se hace referencia a la inclusión de la ayuda en el POI de Andalucía y a su cofinanciación por parte del FEDER. Asimismo, establece entre las obligaciones del beneficiario el hacer constar en toda publicación que hagan la financiación de la Unión Europea y del Fondo en cuestión, de acuerdo con lo establecido por la normativa comunitaria. Asimismo, incorpora en el modelo de solicitud el emblema comunitario, lo que contribuye, a su vez, a que el beneficiario sea consciente del origen de los fondos.

En el segundo ejemplo, la DG de Industrias y Promoción Agroalimentarias comunica, en el BOJA, que las ayudas están cofinanciadas por el Fondo FEOGA, sin hacer mención a las obligaciones del beneficiario en materia de publicidad e información, en el resto del Boletín ni en el documento de encargo asociado.

En el caso siguiente, - ayuda convocada por la DG Tecnología e Infraestructura Deportiva- se hace referencia a la participación europea entre las obligaciones del beneficiario. En ese apartado se especifican los requisitos publicitarios derivados de la adjudicación de la ayuda (se remite al Reglamento (CE) 1159/2000 y se explica la necesidad de colocación de placas), siempre y cuando se les comunique que está cofinanciado por la Unión Europea y, en concreto, por el FEDER[2]. De ese modo, con posterioridad, en los convenios firmados se establece la necesidad de cumplimiento de los requisitos publicitarios especificados en el BOJA y, en particular, de la placa. Para ello, remiten, esta vez, a una página web para acceder a los modelos de placas.

El último caso, el del FSE, ya en el preámbulo sitúa las ayudas en el POI de Andalucía, detallando hasta el Eje y medidas en las que se encuadran las mismas, de acuerdo con los objetivos perseguidos por el Programa. Entre las obligaciones de los beneficiarios, se hace referencia al Reglamento (CE) 1159/2000, en tanto que deberán dar cumplimiento a las diferentes disposiciones, en particular, en lo relativo a la notificación de la concesión a los beneficiarios últimos de las ayudas. Además, establecen la obligatoriedad de remisión a esta DG de cualquier acción publicitaria antes de su ejecución para su inicial aprobación.

[2] *De acuerdo con lo comentado en este apartado no siempre los gestores conocen con seguridad , en el momento de la convocatoria, la participación de la UE. Lo mismo sucede cuando en la publicación en el BOJA se incluyen no sólo la actuación cofinanciada, sino también otras ofertadas por la misma DG.*

Tabla 10. Distintas alternativas a la hora de especificar la cofinanciación de las ayudas en la fase de licitación.

Proyecto Evaluado	Ejemplo
,Ayudas a Empresas Privadas en Materia de Seguridad y Calidad. Medida 1.7 DG de Industria, Energía y Minas	

Las acciones y objetivos anteriores están en consonancia con los objetivos del Programa Industrial para Andalucía y con la finalidad de la acción de Ordenación y Control Industrial dentro del Programa operativo para Andalucía 2000-2006 incluido en el marco de apoyo Comunitario en el que se contempla la disposición de Fondos FEDER de actuaciones de la Junta de Andalucía para el cumplimiento de tales objetivos.

La presente Orden ha sido sometida al trámite de audiencia al Consejo de los Consumidores y Usuarios de Andalucía, conforme a lo dispuesto en el Decreto 514/96, de 10 de diciembre, y a la Confederación de Empresarios de Andalucía.

En su virtud, y de conformidad con lo establecido en los artículos 107 y 108 de la Ley 5/1983, de 19 de julio, General de la Hacienda Pública de la Comunidad Autónoma Andaluza, y las Leyes que la modifican, así como del artículo 18 de la Ley 16/1999, de 28 de diciembre, del Presupuesto de la Comunidad Autónoma de Andalucía para 2000, en ejecución de las competencias que me atribuye la Ley de Gobierno y la Administración de la Comunidad Autónoma,

DISPONGO

Artículo 12. Obligaciones del beneficiario.
Son obligaciones del beneficiario de la subvención:

1. Realizar la actividad o proyecto objeto de la subvención, acreditando, ante el órgano concedente, la aplicación de los fondos en la forma y plazos establecidos en los artículos 10 y 11 de la Orden y en el plazo que establece la Resolución de la concesión.

2. Acreditar el cumplimiento de sus obligaciones tributarias frente al Estado, frente a la Comunidad Autónoma, frente a la Seguridad Social e Impuesto de Actividades Económicas, según lo establecido en el artículo 105.e) de la Ley General de la Hacienda Pública de la Comunidad Autónoma de Andalucía y Orden de 31 de octubre de 1996 de la Consejería de Economía y Hacienda, con independencia de los supuestos de exoneración previstos en la legislación vigente.

3. Facilitar información sobre el desarrollo y resultados obtenidos en la ejecución del proyecto o actividad objeto de la subvención, así como cuanta información le sea requerida por el Tribunal de Cuentas, la Cámara de Cuentas y la Intervención General de la Junta de Andalucía.

4. Comunicar al órgano o entidad concedente la obtención de subvenciones o ayudas para la misma actividad o proyecto subvencionado, procedentes de cualesquiera otras Administraciones o Entes públicos o privados, cualquiera que sea su nacionalidad, en el plazo máximo de 15 días desde la notificación de la misma, así como de toda alteración de los requisitos bajo las que se haya otorgado la subvención.

5. El sometimiento a las actuaciones de comprobación a efectuar por la Consejería de Trabajo e Industria y a las de control financiero que correspondan tanto a la Intervención General de la Junta de Andalucía como al Tribunal de Cuentas y de la Cámara de Cuentas de Andalucía y de los Órganos de Control de la Comisión Europea, así como del Tribunal de Cuentas Europeo.

6. Hacer constar en toda información o publicidad que se efectúe de la actividad objeto de la subvención que la misma está subvencionada por la Junta de Andalucía a través de la Consejería de Trabajo e Industria y por la Unión Europea mediante los Fondos de Desarrollo Regional.

Sevilla, 22 de mayo 2001 BOJA núm. 58

indicando que le ha sido concedida por la Consejería de Empleo y Desarrollo Tecnológico, en la forma que reglamentariamente se establezca.

Asimismo, al tratarse de subvenciones financiadas por fondos comunitarios, el beneficiario deberá cumplir con las disposiciones que sobre información y publicidad se dicten por la Unión Europea.

ANEXO 1

1. Exploración geológico-minera.
1.1. Actuaciones.
Podrán ser objeto de ayuda los relativos a:

- Sondeos.

Artículo 10. Resolución, notificación y publicación.

1. La Comisión de Valoración, a la vista del expediente, emitirá informe que servirá de base al Delegado Provincial correspondiente para dictar Resolución, por delegación del Consejero.

2. De acuerdo con el informe, la Delegación Provincial correspondiente formulará, para cada solicitud, una propuesta de Resolución, que notificará al interesado para que, en plazo máximo de quince días, a contar desde su recibo, formule las alegaciones que estime oportunas, como trámite de audiencia previo a la Resolución.

3. En la Resolución de concesión se hará constar la actuación o proyecto objeto de subvención, el presupuesto de la misma, el plazo de ejecución y de justificación, la cuantía de la subvención concedida y su distribución plurianual si la hubiere, la cuantía o participación que corresponde a la Junta de Andalucía y a los Fondos de Desarrollo Regional, así como que el acuerdo de concesión se adopta por delegación del titular de la Consejería.

4. La Resolución de concesión podrá establecer condiciones técnicas o económicas contenidas en el proyecto, de observancia obligatoria para la realización del mismo, así como la obligación, por parte de los receptores, de referenciar en cuantos estudios, trabajos o actuaciones relacionados con el proyecto que el mismo ha sido subvencionado por la Unión Europea con Fondos de Desarrollo Regional.

CAL-04-046

Sevilla, 11 de abril 2000 BOJA núm. 45 Página núm. 5.777

Registro: Consejería de Empleo y Desarrollo Tecnológico. Unidad Territorial de Sevilla. Catastro Aljarafe de Sevilla. Tomás San Miguel Apoderado. Entrada nº 904 Fecha 29.06.04

ANEXO I

JUNTA DE ANDALUCIA. Consejería de Trabajo e Industria

COMUNIDAD EUROPEA. Fondo Europeo de Desarrollo Regional

SOLICITUD

ATUAIAS PARA EL FOMENTO DE LA SEGURIDAD Y CALIDAD INDUSTRIAL
Orden de 25 de febrero de 2000 (BOJA nº 43 de fecha 11/04/00)

1 | DATOS DEL/DE LA SOLICITANTE Y DEL PROYECTO
APELLIDOS Y NOMBRE: BOTELLA FONTANA, JOSE JAVIER — DNI/PAS.: 28.559.585-P
DOMICILIO: C/ALTABAFE Nº 2 - POLIGONO INDUSTRIAL - CORIA — PROVINCIA: SEVILLA — CÓD. POSTAL: 41100
TELÉFONO: 954770212 — FAX: 954770148 — AUTÓNOMO/A SIN ☐ Asociados/a grupo ☒ Grupo consolidado
APELLIDOS Y NOMBRE / R.L.P. DE LOS REPRESENTADOS:
RAZÓN SOCIAL / C.I.F. PARA PERSONAS JURÍDICAS: GASOLEOS Y SERVICIOS CORIA S.L. C.I.F. B/41988750
TÍTULO DEL PROYECTO: TRABAJAR A IMPLANTAR PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA SEGURIDAD
INVERSIÓN ACTUALIZADA: 84.648,85 €

2 | DOCUMENTACIÓN QUE ADJUNTA (Original o fotocopia compulsada)
☐ Empresas, personas físicas: D.N.I. / N.I.P.
☒ Empresas, personas jurídicas: C.I.F., Estatutos y escritura de constitución inscrita en el Registro Mercantil o Industrial.
☐ Asociaciones y Entidades: Documentación de constitución inscrita en el Registro correspondiente y Estatutos.
☐ Acreditación de la personalidad jurídica.
☒ Declaración expresa responsable de estar al corriente de sus obligaciones tributarias y frente a la Seguridad Social, salvo autorización total o parcial previstas.
☒ Documentación específica Proyecto aprobado por la Autoridad competente o Memoria detallada y cuestionario específico.

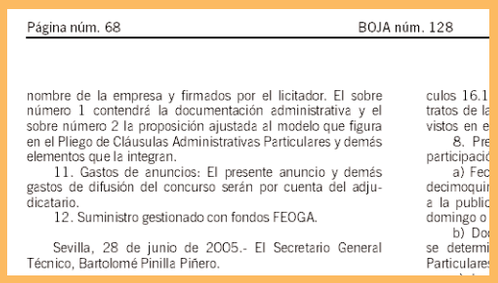
3 | AYUDAS / SUBVENCIONES SOLICITADAS Y/O CONCEDIDAS PARA EL PROYECTO
3.1.- Solicitadas — Fecha / Año — Otras Administraciones / Entes Públicos o Privados — Importe
3.2.- Concedidas — Fecha / Año — Otras Administraciones / Entes Públicos o Privados — Importe
☒ No haber solicitado, ni obtenido ayudas para el proyecto relacionado con esta solicitud.

4 | DATOS BANCARIOS
Código Entidad 2100 — Código Sucursal 0415 — Código Control 20 — nº Cuenta 0200219118

5 | SOLICITUD, DECLARACIÓN, LUGAR, FECHA Y FIRMA
DECLARO que son ciertos cuantos datos figuran en la presente solicitud, me COMPROMETO a cumplir los compromisos que figuran en la Orden arriba mencionada y SOLICITO me conceda la ayuda para el Proyecto de la Seguridad y Calidad Industrial, por importe de 84.648,85 €.
En CORIA DEL RIO a 30 de ABRIL de 2004
Fdo.: JOSE JAVIER BOTELLA FONTANA
Rfa. Instancia
ILMO/A. SR/A. DIRECTOR/A GENERAL DE INDUSTRIA, ENERGÍA Y MINAS.

Proyecto Evaluado	Ejemplo

"Laboratorios Agroalimentarios". Medida 7.2 DG de Industrias y Promoción Agroalimentarias



Página núm. 68 BOJA núm. 128

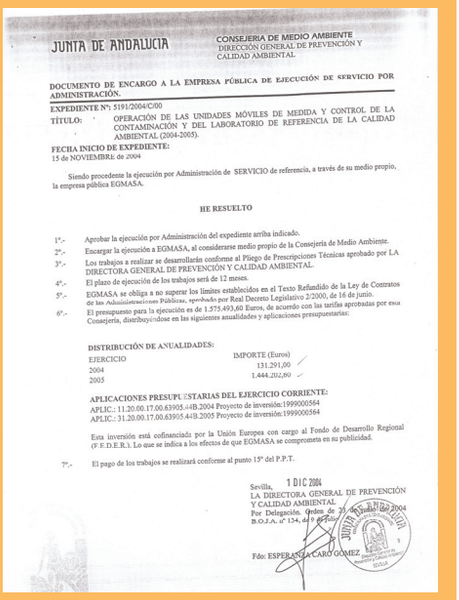
nombre de la empresa y firmados por el licitador. El sobre número 1 contendrá la documentación administrativa y el sobre número 2 la proposición ajustada al modelo que figura en el Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares y demás elementos que la integran.

11. Gastos de anuncios: El presente anuncio y demás gastos de difusión del concurso serán por cuenta del adjudicatario.

12. Suministro gestionado con fondos FEOGA.

Sevilla, 28 de junio de 2005.- El Secretario General Técnico, Bartolomé Pinilla Piñero.

culos 16.1
tratos de la
vistos en e
8. Pre
participació
a) Fec
decimoquin
a la public
domingo o
b) Doc
se determi
Particulares



JUNTA DE ANDALUCIA

CONSEJERIA DE MEDIO AMBIENTE
DIRECCIÓN GENERAL DE PREVENCIÓN Y CALIDAD AMBIENTAL

DOCUMENTO DE ENCARGO A LA EMPRESA PÚBLICA DE EJECUCIÓN DE SERVICIO POR ADMINISTRACIÓN.

EXPEDIENTE Nº: 5191/2004/C/00

TÍTULO: OPERACIÓN DE LAS UNIDADES MÓVILES DE MEDIDA Y CONTROL DE LA CONTAMINACIÓN Y DEL LABORATORIO DE REFERENCIA DE LA CALIDAD AMBIENTAL (2004-2005).

FECHA INICIO DE EXPEDIENTE:
15 de NOVIEMBRE de 2004

Siendo procedente la ejecución por Administración de SERVICIO de referencia, a través de su medio propio, la empresa pública EGMASA.

HE RESUELTO

1º.- Aprobar la ejecución por Administración del expediente arriba indicado.
2º.- Encargar la ejecución a EGMASA, al considerarse medio propio de la Consejería de Medio Ambiente.
3º.- Los trabajos a realizar se desarrollarán conforme al Pliego de Prescripciones Técnicas aprobado por LA DIRECTORA GENERAL DE PREVENCIÓN Y CALIDAD AMBIENTAL.
4º.- El plazo de ejecución de los trabajos será de 12 meses.
5º.- EGMASA se obliga a no superar los límites establecidos en el Texto Refundido de la Ley de Contratos de las Administraciones Públicas, aprobado por Real Decreto Legislativo 2/2000, de 16 de junio.
6º.- El presupuesto para la ejecución es de 1.575.493,60 Euros, de acuerdo con las tarifas aprobadas por esta Consejería, distribuyéndose en las siguientes anualidades y aplicaciones presupuestarias:

DISTRIBUCIÓN DE ANUALIDADES:

EJERCICIO	IMPORTE (Euros)
2004	131.291,00
2005	1.444.202,60

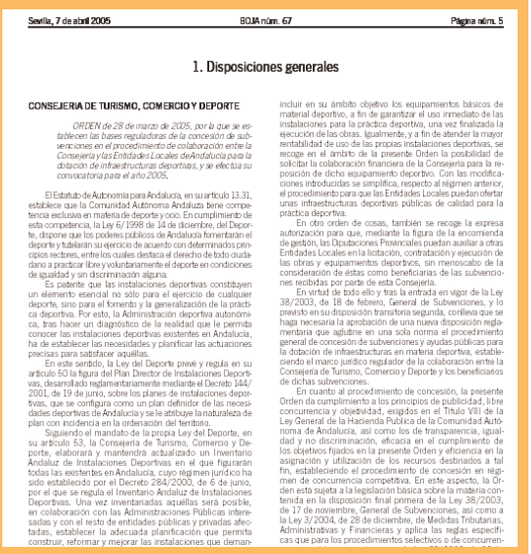
APLICACIONES PRESUPUESTARIAS DEL EJERCICIO CORRIENTE:
APLIC.: 11.20.00.17.00.63905.44B.2004 Proyecto de inversión:1999000564
APLIC.: 31.20.00.17.00.63905.44B.2005 Proyecto de inversión:1999000564

Esta inversión está cofinanciada por la Unión Europea con cargo al Fondo de Desarrollo Regional (F.E.D.E.R.). Lo que se indica a los efectos de que EGMASA se comprometa en su publicidad.

7º.- El pago de los trabajos se realizará conforme al punto 15º del P.P.T.

Sevilla, 1 DIC 2004
LA DIRECTORA GENERAL DE PREVENCIÓN Y CALIDAD AMBIENTAL
Por Delegación, Orden de 25 de junio de 2004 B.O.J.A. nº 134, de 9 de julio
Fdo: ESPERANZA CARO GOMEZ

Red Básica de Instalaciones Deportivas. Medida 5.10 DG de Tecnología e Infraestructura Deportiva.



Sevilla, 7 de abril 2005 BOJA núm. 67 Página núm. 5

1. Disposiciones generales

CONSEJERIA DE TURISMO, COMERCIO Y DEPORTE

ORDEN de 28 de marzo de 2005, por la que se establecen las bases reguladoras de la concesión de subvenciones en el procedimiento de colaboración entre la Consejería y las Entidades Locales de Andalucía para la dotación de infraestructuras deportivas, y se efectúa su convocatoria para el año 2005.

El Estatuto de Autonomía para Andalucía, en su artículo 13.31, establece que la Comunidad Autónoma Andaluza tiene competencia exclusiva en materia de deporte y ocio. En cumplimiento de esta competencia, la Ley 6/1998 de 14 de diciembre, del Deporte, dispone que los poderes públicos de Andalucía fomentarán el deporte y tutelarán su ejercicio de acuerdo con determinados principios rectores, entre los cuales destaca el derecho de todo ciudadano a practicar libre y voluntariamente el deporte en condiciones de igualdad y sin discriminación alguna.

Es patente que las instalaciones deportivas constituyen un elemento esencial no sólo para el ejercicio de cualquier deporte, sino para el fomento y la generalización de la práctica deportiva. Por esto, la Administración deportiva autonómica, tras hacer un diagnóstico de la realidad que le permita conocer las instalaciones deportivas existentes en Andalucía, ha de establecer las necesidades y planificar las actuaciones precisas para satisfacer aquellas.

En este sentido, la Ley del Deporte prevé y regula en su artículo 50 la figura del Plan Director de Instalaciones Deportivas, desarrollado reglamentariamente mediante el Decreto 144/2001, de 19 de junio, sobre los planes de instalaciones deportivas, que se configura como un plan definidor de las necesidades deportivas de Andalucía y se le atribuye la naturaleza de plan con incidencia en la ordenación del territorio.

Siguiendo el mandato de la propia Ley del Deporte, en su artículo 53, la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, elaborará y mantendrá actualizado un Inventario Andaluz de Instalaciones Deportivas en el que figurarán todas las existentes en Andalucía, cuyo régimen jurídico ha sido establecido por el Decreto 284/2000, de 6 de junio, por el que se regula el Inventario Andaluz de Instalaciones Deportivas. Una vez inventariadas aquellas será posible, en colaboración con las Administraciones Públicas interesadas y con el resto de entidades públicas y privadas afectadas, establecer la adecuada planificación que permita construir, reformar y mejorar las instalaciones que demanden incluir en su ámbito objetivo los equipamientos básicos de material deportivo, a fin de garantizar el uso inmediato de las instalaciones para la práctica deportiva, una vez finalizada la ejecución de las obras. Igualmente, y a fin de atender la mayor rentabilidad de uso de las propias instalaciones deportivas, se recoge en el ámbito de la presente Orden la posibilidad de solicitar la colaboración financiera de la Consejería para la reposición de dicho equipamiento deportivo. Con las modificaciones introducidas se simplifica, respecto al régimen anterior, el procedimiento para que las Entidades Locales puedan ofertar unas infraestructuras deportivas públicas de calidad para la práctica deportiva.

En otro orden de cosas, también se recoge la expresa autorización para que, mediante la figura de la encomienda de gestión, las Diputaciones Provinciales puedan auxiliar a otras Entidades Locales en la licitación, contratación y ejecución de las obras y equipamientos deportivos, sin menoscabo de la consideración de éstas como beneficiarias de las subvenciones recibidas por parte de esta Consejería.

En virtud de todo ello y tras la entrada en vigor de la Ley 38/2003, de 18 de febrero, General de Subvenciones, y lo previsto en su disposición transitoria segunda, conlleva que se haga necesaria la aprobación de una nueva disposición reglamentaria que aglutine en una sola norma el procedimiento general de concesión de subvenciones y ayudas públicas para la dotación de infraestructuras en materia deportiva, estableciendo el marco jurídico regulador de la colaboración entre la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte y los beneficiarios de dichas subvenciones.

En cuanto al procedimiento de concesión, la presente Orden da cumplimiento a los principios de publicidad, libre concurrencia y objetividad, exigidos en el Título VIII de la Ley General de la Hacienda Pública de la Comunidad Autónoma de Andalucía, así como los de transparencia, igualdad y no discriminación, eficacia en el cumplimiento de los objetivos fijados en la presente Orden y eficiencia en la asignación y utilización de los recursos destinados a tal fin, estableciendo el procedimiento de concesión en régimen de concurrencia competitiva. En este aspecto, la Orden está sujeta a la legislación básica sobre la materia contenida en la disposición final primera de la Ley 38/2003, de 17 de noviembre, General de Subvenciones, así como a la Ley 3/2004, de 28 de diciembre, de Medidas Tributarias, Administrativas y Financieras y aplica las reglas específicas que para los procedimientos selectivos o de concurren-

g) Hacer constar en toda información o publicidad que se efectúe de las actuaciones objeto de la subvención, que las mismas están subvencionadas por la Junta de Andalucía, Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Para ello, en la resolución de concesión de la subvención o en el convenio de colaboración, en su caso, se comunicará al beneficiario la publicidad que, dependiendo de la naturaleza de la misma, debe realizar del mismo, facilitándose el diseño homologado de los instrumentos publicitarios y el período obligatorio del mantenimiento de esta actividad. Asimismo y en los supuestos de cofinanciación con el FEDER, deberá cumplirse con las disposiciones que sobre información y publicidad establece la Unión Europea, concretamente con el Reglamento (CE) núm. 1159/2000 de la Comisión, de 30 de mayo de 2002.

h) Cuando el proyecto subvencionado consista en inversiones físicas en la entidad y sea cofinanciado con el FEDER se deberá instalar, durante al menos un año desde la ejecución del proyecto, una placa conmemorativa, de conformidad con lo establecido en el referido Reglamento (CE) núm. 1159/2000 de la Comisión.

i) Proceder al reintegro de los fondos percibidos en los supuestos contemplados en el artículo 17 de la presente Orden, así como en el caso de incumplimiento de las normas medioambientales al realizar el objeto de la subvención, de acuerdo con lo dispuesto en la letra f) del artículo 112 de la Ley General de la Hacienda Pública de la Comunidad Autónoma de Andalucía.

j) Acreditar el disponer de los libros contables, registros diligenciados y demás documentos debidamente auditados en los términos exigidos por la legislación mercantil y sectorial aplicable al beneficiario en cada caso, así como los estados contables y registros específicos, con la finalidad de garantizar el adecuado ejercicio de las facultades de comprobación y control.

k) Conservar los documentos justificativos de la aplicación de los fondos recibidos, incluidos los documentos electrónicos, en cuanto puedan ser objeto de las actuaciones de comprobación y control, durante el plazo de prescripción de los mismos.

Proyecto Evaluado

Red Básica de Instalaciones Deportivas. Medida 5.10 DG de Tecnología e Infraestructura Deportiva.

Ejemplo

CONVENIO DE COLABORACIÓN ENTRE LA CONSEJERÍA DE TURISMO, COMERCIO Y DEPORTE DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA Y EL AYUNTAMIENTO (CÓRDOBA), PARA LA CONSTRUCCIÓN PISTA DE ATLETISMO Y CAMPO DE FÚTBOL CÉSPED ARTIFICIAL.

Convocatoria 2005

En Sevilla, a

REUNIDOS

De una parte, Don Paulino Plata Cánovas, Consejero de Turismo, Comercio y Deporte de la Junta de Andalucía, en representación de la Consejería de la que es titular y,

De otra parte, Doña , Titular del AYUNTAMIENTO DE , en representación del mismo.

Actuando ambos en el ejercicio de las competencias que respectivamente tienen atribuidas; el primero de los mismos, por el artículo 39. 1 de la Ley 6/1983, de 21 de julio, del Gobierno y la Administración de la Comunidad Autónoma y el artículo 2 del Decreto 240/2004, de 18 de mayo, por el que se establece la estructura orgánica de la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte; y el segundo, de conformidad con lo dispuesto en la Ley 7/1985, de 2 de abril, reguladora de las Bases del Régimen Local, y por el texto refundido de las disposiciones legales vigente en materia de Régimen Local, aprobado por Real Decreto Legislativo 781/1986, de 18 de abril.

Las partes se reconocen mutuamente en la calidad con la que cada una interviene, así como la capacidad legal suficiente para el otorgamiento de este Convenio, y a tal efecto

EXPONEN

1º.- Que el artículo 13.31 del Estatuto de Autonomía para Andalucía atribuye a la Comunidad Autónoma Andaluza competencia exclusiva en materia de Deporte y Ocio.

2º.- Que la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte de la Junta de Andalucía, de acuerdo con el Decreto del Presidente 11/2004, de 24 de abril, sobre reestructuración de Consejerías, es el órgano administrativo competente en materia de deporte, y está interesada en cualquier esfuerzo o iniciativa que suponga cooperar en la dotación de infraestructuras deportivas que persiga una finalidad pública o sea de interés social, y que permita equilibrar territorialmente las infraestructuras deportivas.

3º.- Que el artículo 10.2 de la Ley 7/1985, de 2 de abril, reguladora de Bases del Régimen Local, establece la procedencia de la coordinación de competencias de las entidades locales con las restantes Administraciones Públicas, cuando las actividades o los servicios locales trasciendan el interés propio de las correspondientes entidades, incidan o condicionen relevantemente los de dichas Administraciones o sean concurrentes o complementarios de las de éstas.

4º.- Que a tal fin la Orden de 28 de marzo de 2005, por la que se establecen las bases reguladoras de la concesión de subvenciones en el procedimiento de colaboración entre la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte y las Entidades Locales de Andalucía para la dotación de infraestructuras deportivas, y se efectúa su convocatoria para el año 2005 (BOJA nº 67, de 7 de abril de 2005), en desarrollo de los artículos 6.g) y 50.4 de la Ley del Deporte, regula el procedimiento de colaboración entre esta Consejería y las Entidades Locales Andaluzas para la dotación de infraestructuras deportivas, elemento esencial para la generalización de la práctica deportiva entre todos los ciudadanos de nuestra Comunidad.

5º.- Que el Convenio que hoy se suscribe al amparo de la citada Orden lleva a efecto la voluntad de las Administraciones intervinientes de posibilitar el acceso de los ciudadanos de la

- 1 -

Dirección General de Tecnología e Infraestructuras Deportivas informe anual del uso de las instalaciones, número de usuarios, competiciones celebradas, etc... no asumiendo, en ningún caso, la Junta de Andalucía ningún tipo de vínculo jurídico de carácter funcionarial o laboral con dicho personal.

Octava.- Durante el período de ejecución de las obras, deberá figurar un cartel de obras, según Anexo III, donde se hará constar la colaboración de ambas Administraciones en la construcción de las mismas, con indicación de la financiación correspondiente a cada parte, colocado, con carácter permanente hasta la recepción de las obras, en sitio visible junto a la instalación deportiva.

Al finalizar las obras, atendiendo a las características de la actuación, se colocará una placa de cofinanciación en lugar visible y con garantías de durabilidad, según modelo Anexo III.

La misma obligación existirá en los supuestos de cofinanciación con el FEDER.

Novena.- En caso de incumplimiento por la Entidad Local de las obligaciones asumidas sobre cofinanciación se estará al procedimiento establecido en el artículo 17 de la Orden de 28 de marzo de 2005, de la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, el artículo 112 de la Ley 5/1989, de 19 de julio, General de la Hacienda Pública de la Comunidad Autónoma de Andalucía, así como a lo dispuesto en el Título II de la Ley 38/2003, de 17 de noviembre, General de Subvenciones, en los casos en que proceda el Reintegro, y en el caso que proceda compensación al artículo 37.4 de la Ley General de Hacienda Pública de la Comunidad Autónoma de Andalucía.

Décima.- 1º.- Se crea una Comisión de Seguimiento en la que, además de las competencias previstas en el artículo 27.4 de la Orden, se expondrán las incidencias que pudieran sobrevenir en la aplicación del presente Convenio sobre interpretación, resolución y efectos del mismo, proponiendo soluciones que serán resueltas por el titular de la Dirección General de Tecnología e Infraestructuras Deportivas. Asimismo, la citada Comisión velará por el grado de cumplimiento de los compromisos que asumen las Administraciones intervinientes. Dicha Comisión estará integrada por:

- Dos representantes de la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte de la Junta de Andalucía, y otro funcionario de la citada Consejería designado a tal efecto por el titular de dicha Delegación Provincial.
- Dos representantes DEL AYUNTAMIENTO DE , designados por el mismo.

2º.- La Comisión estará presidida por uno de los representantes de la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Será convocada con la periodicidad necesaria para llevar a cabo un control y seguimiento oportuno del Convenio firmado. En todo caso se podrá convocar a instancias de una de las partes, notificando la convocatoria con quince (15) días de antelación.

3º.- En caso de no llegarse a un consenso sobre las cuestiones referidas, se levantará Acta de Desacuerdo y a partir de ese momento los acuerdos que adopte la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte con arreglo al ordenamiento jurídico vigente, previo informe de su Asesoría Jurídica serán inmediatamente ejecutivos. Estos acuerdos pondrán fin a la vía administrativa y contra los mismos habrá lugar a recurso contencioso-administrativo.

Decimoprimera- El presente Convenio de Colaboración, en virtud de lo expresado en el artículo 3.1.c), del Real Decreto Legislativo 2/2000, de 16 de junio, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley de Contratos de las Administraciones Públicas, y demás disposiciones concordantes de aplicación en la materia, queda fuera del ámbito de aplicación de dicha normativa, rigiéndose por las normas peculiares contenidas en el mismo y por la Orden de 28 de marzo de 2005, por la que se establecen las bases reguladoras de la concesión de subvenciones en el procedimiento de colaboración entre la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte y las Entidades locales de Andalucía para la dotación de

- 4 -

CONVENIO DE COLABORACIÓN ENTRE LA CONSEJERÍA DE TURISMO, COMERCIO Y DEPORTE DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA Y EL AYUNTAMIENTO (CÓRDOBA), PARA LA CONSTRUCCIÓN PISTA DE ATLETISMO Y CAMPO DE FÚTBOL CÉSPED ARTIFICIAL.

Convocatoria 2005

En Sevilla, a

REUNIDOS

De una parte, Don Paulino Plata Cánovas, Consejero de Turismo, Comercio y Deporte de la Junta de Andalucía, en representación de la Consejería de la que es titular y,

De otra parte, Doña , Titular del AYUNTAMIENTO DE , en representación del mismo.

Actuando ambos en el ejercicio de las competencias que respectivamente tienen atribuidas; el primero de los mismos, por el artículo 39. 1 de la Ley 6/1983, de 21 de julio, del Gobierno y la Administración de la Comunidad Autónoma y el artículo 2 del Decreto 240/2004, de 18 de mayo, por el que se establece la estructura orgánica de la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte; y el segundo, de conformidad con lo dispuesto en la Ley 7/1985, de 2 de abril, reguladora de las Bases del Régimen Local, y por el texto refundido de las disposiciones legales vigente en materia de Régimen Local, aprobado por Real Decreto Legislativo 781/1986, de 18 de abril.

Las partes se reconocen mutuamente en la calidad con la que cada una interviene, así como la capacidad legal suficiente para el otorgamiento de este Convenio, y a tal efecto

EXPONEN

1º.- Que el artículo 13.31 del Estatuto de Autonomía para Andalucía atribuye a la Comunidad Autónoma Andaluza competencia exclusiva en materia de Deporte y Ocio.

2º.- Que la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte de la Junta de Andalucía, de acuerdo con el Decreto del Presidente 11/2004, de 24 de abril, sobre reestructuración de Consejerías, es el órgano administrativo competente en materia de deporte, y está interesada en cualquier esfuerzo o iniciativa que suponga cooperar en la dotación de infraestructuras deportivas que persiga una finalidad pública o sea de interés social, y que permita equilibrar territorialmente las infraestructuras deportivas.

3º.- Que el artículo 10.2 de la Ley 7/1985, de 2 de abril, reguladora de Bases del Régimen Local, establece la procedencia de la coordinación de competencias de las entidades locales con las restantes Administraciones Públicas, cuando las actividades o los servicios locales trasciendan el interés propio de las correspondientes entidades, incidan o condicionen relevantemente los de dichas Administraciones o sean concurrentes o complementarios de las de éstas.

4º.- Que a tal fin la Orden de 28 de marzo de 2005, por la que se establecen las bases reguladoras de la concesión de subvenciones en el procedimiento de colaboración entre la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte y las Entidades Locales de Andalucía para la dotación de infraestructuras deportivas, y se efectúa su convocatoria para el año 2005 (BOJA nº 67, de 7 de abril de 2005), en desarrollo de los artículos 6.g) y 50.4 de la Ley del Deporte, regula el procedimiento de colaboración entre esta Consejería y las Entidades Locales Andaluzas para la dotación de infraestructuras deportivas, elemento esencial para la generalización de la práctica deportiva entre todos los ciudadanos de nuestra Comunidad.

5º.- Que el Convenio que hoy se suscribe al amparo de la citada Orden lleva a efecto la voluntad de las Administraciones intervinientes de posibilitar el acceso de los ciudadanos de la

- 1 -

Proyecto Evaluado	Ejemplo

Escuela Consorcios. Medida 4.8 DG Formación para el Empleo

1. Disposiciones generales

CONSEJERIA DE EMPLEO

ORDEN de 10 de mayo de 2005, por la que se establecen las bases reguladoras y la convocatoria para el año 2005 de las subvenciones destinadas a Consorcios Escuela de Formación para el Empleo participados por la Junta de Andalucía.

PREAMBULO

La creciente importancia que la Formación Profesional de los Recursos Humanos está adquiriendo en el marco de las políticas activas de empleo, como elemento dinamizador de la empleabilidad e inserción laboral para la creación de empleo estable, precisa establecer iniciativas que favorezcan y potencien desde la Administración andaluza, el desarrollo de una oferta formativa de calidad, que facilite una mayor y mejor adaptación entre las acciones de formación y las necesidades del mercado de trabajo.

Es por ello que la Comunidad Autónoma Andaluza ha desarrollado, en el ámbito competencial de la Formación para el Empleo, el Programa de Consorcios Escuela de Formación para el Empleo que, respondiendo a unos criterios de calidad y eficiencia, constituye un modelo formativo de excelencia, mediante el que se da una respuesta integral a las demandas formativas de las actividades económicas más relevantes del mercado laboral de la Comunidad Andaluza y se mejoran las oportunidades de acceso al trabajo de la población desempleada.

Desde el año 1991 la Junta de Andalucía, a través de la Consejería de Empleo ha constituido en colaboración con Entidades Locales 14 Consorcios Escuela, que vienen a constituir la denominada «Red de Consorcios Escuela de Formación para el Empleo de la Junta de Andalucía».

Los Centros así constituidos son Centros de Formación para el Empleo altamente especializados y orientados al desarrollo de un sector de la actividad económica singularmente relevante en el entorno geográfico en el que se ubican especializándose, por un lado, en sectores de la actividad económica tradicionalmente relevantes en Andalucía como el mármol en Fines (Almería), la madera en Encinas Reales y Villa del Río (Córdoba), la joyería en Córdoba, la artesanía en Gelves (Sevilla), la soldadura en San Fernando (Cádiz); la hostelería y el turismo en toda Andalucía con centros en Islantilla (Huelva), Cádiz, Baeza (Jaén), Málaga, Benalmádena (Málaga) y Mijas (Málaga) o la rehabilitación del patrimonio histórico, artístico y cultural en Granada.

Por otra parte, se han constituido dos Consorcios en actividades emergentes como son el medioambiente y el desarrollo sostenible y el sector de las Nuevas Tecnologías de la información y la comunicación, situado el primero en Almonte (Huelva), y el segundo en el Parque Tecnológico de Andalucía, en Málaga.

Con la implantación de este modelo formativo de excelencia, la Comunidad Autónoma Andaluza viene a dar respuesta a uno de los objetivos de la Estrategia Europea del Empleo y del Plan Nacional de Acción para el Empleo, cual es el de ofrecer calidad y productividad en el trabajo mediante la incorporación de una mano de obra cada vez más cualificada y polivalente.

El Plan Operativo Integrado de la Comunidad Autónoma de Andalucía, que se integra en el Marco Comunitario de Apoyo para las intervenciones estructurales en las regiones españolas del Objetivo núm. 1 del período 2000-2006, aprobado por decisión de la Comisión de 29 de diciembre de 2000, prevé entre sus líneas de actuación el Eje 4B, cuya función es la de desarrollar políticas activas ofreciendo a los desempleados posibilidades de inserción y reinserción efectiva en el mercado laboral utilizando, en consonancia con la Estrategia Europea del Empleo, un enfoque preventivo, interviniendo especialmente en los colectivos de jóvenes. Dentro de este Eje, la medida 8B «Ofrecer vías de inserción profesional a los jóvenes», plantea entre sus actuaciones la creación de «Centros de Formación Profesional Ocupacional altamente especializados y orientados al desarrollo de un sector de la actividad económica singularmente relevante en el entorno geográfico en el que se ubican».

Otra de las medidas reguladas en el Plan Operativo Integrado de la Comunidad Autónoma de Andalucía es la medida 1A del Eje 4A «Construcción, reforma y equipamiento de centros educativos y de formación», que prevé entre sus actuaciones la mejora de las estructuras educativas y formativas soporte de la actividad económica andaluza.

Por otra parte, el modelo de Consorcios Escuela de Formación para el Empleo responde plenamente a los objetivos planteados en materia de Formación por el VI Acuerdo de Concertación Social de Andalucía firmado el pasado 25 de enero de 2005.

Las características propias de cada uno de los sectores de actividad en los que desarrollan la formación los Consorcios, su ubicación geográfica así como las virtudes que ha venido demostrando el desarrollo de este modelo formativo, singular en todo el territorio nacional, convierten al procedimiento ordinario de concesión de subvenciones mediante la comparación entre las solicitudes y su prelación, en un procedimiento muy difícil de llevar a la práctica, ya que la actividad formativa desarrollada por cada uno de los Consorcios está perfectamente adaptada a las carencias y necesidades de formación del sector respectivo, sin que sea posible su comparación con el resto.

En este contexto, se ha optado como procedimiento de concesión por el establecido en el artículo 31.1 párrafo segundo de la Ley 3/2004, de 28 de diciembre, de Medidas Tributarias, Administrativas y Financieras, en el que se contempla la posibilidad de conceder, a solicitud del interesado, subvenciones en atención a la mera concurrencia de una determinada situación en el perceptor, sin que sea necesario establecer en tales casos la comparación de solicitudes ni la prelación entre las mismas.

La presente Orden viene a dar respuesta a las necesidades de agilidad y eficiencia administrativa en los procedimientos de concesión de subvenciones a los Consorcios Escuela de Formación para el Empleo, con el objeto de mejorar la eficacia de los recursos aplicados al Programa y favorecer el desarrollo territorial del modelo formativo de Consorcios Escuela en la Comunidad Autónoma de Andalucía.

Por todo ello, previa consulta al Consejo Andaluz de Formación Profesional y en virtud de lo establecido en el artículo 107 de la Ley 5/1983, de 19 de julio de la Hacienda Pública de la Comunidad Autónoma de Andalucía, y a propuesta de la Dirección General de Formación para el Empleo del Servicio Andaluz de Empleo,

DISPONGO

CAPITULO I

Disposiciones generales

Artículo 1. Objeto.

La presente Orden tiene por objeto establecer las bases reguladoras y la convocatoria para la concesión de subvenciones a los Consorcios Escuela de Formación para el Empleo

Sevilla, 2 de junio 2005 **BOJA**

subvención y de la aplicación de los fondos recibidos, de acuerdo con lo establecido en la presente Orden.

g) La participación, cuando proceda, de la Unión Europea en la cofinanciación de las subvenciones concedidas, y en su caso, la cuantía o porcentaje de subvención aportada por el instrumento comunitario que corresponda.

3. En la notificación de concesión de subvención a los beneficiarios se señalará, cuando proceda, que la Unión Europea participa en la financiación de la misma y, en su caso, se indicará la cuantía o el porcentaje de la subvención aportada por el instrumento comunitario que corresponda.

4. La resolución dictada pondrá fin a la vía administrativa, frente a la misma podrá interponerse recurso contencioso-administrativo en la forma y plazos previstos por la Ley 29/1998, de 13 de julio, reguladora de la Jurisdicción Contenciosa-Administrativa, sin perjuicio de interponer recurso potestativo de reposición conforme lo dispuesto en los artículos 116 y 117 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común, conforme a la nueva redacción dada por la Ley 4/1999, de 13 de enero.

. 106 **Sevilla, 2 de junio 2005**

nes que sobre información y publicidad se dicten por la Unión Europea.

En este contexto, en todos los elementos informativos y publicitarios elaborados por el beneficiario, la publicidad deberá ajustarse a lo descrito en el Manual de Diseño Gráfico de la Junta de Andalucía aprobado por el Decreto 245/1997, de 15 de octubre (BOJA núm. 130, de 8 de noviembre de 1997), modificado por el Decreto 126/2002 de 17 de abril (BOJA núm. 49), así como en el Reglamento (CE) 1159/2000 de la Comisión de 30 de mayo de 2000 (DOCE núm. 130, de 31 de mayo de 2000). En cualquier caso, cualquier acción publicitaria deberá ser aprobada por la Dirección General de Formación para el Empleo del Servicio Andaluz de Empleo antes de su difusión.

Fuente: Elaboración propia

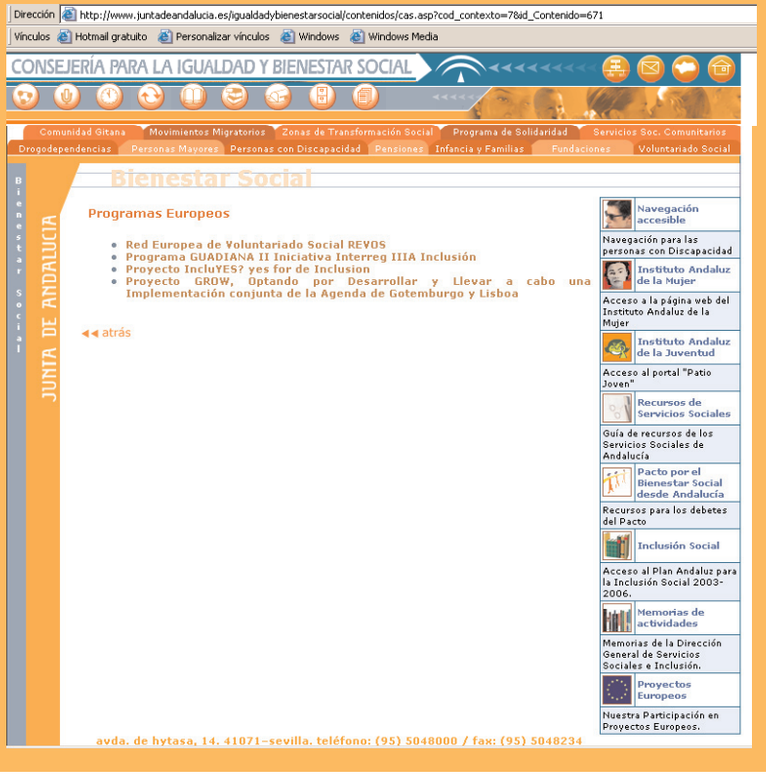
No obstante, en relación con la forma de comunicar la participación europea en las ayudas, así como en lo relativo a las obligaciones derivadas de su concesión, cabe destacar –además de la heterogeneidad ya señalada-, la generalizada mejora paulatina que se ha observado en el tiempo, al comparar los expedientes de los primeros años del periodo con los más recientes. Esta mejora suele concretarse, no sólo en la mayor y mejor comunicación de la cofinanciación de la ayuda, sino especialmente en la inclusión -como obligación del beneficiario- del deber de cumplimiento de la normativa en publicidad, en la que, además, se especifica, cada vez más, el reglamento en cuestión (Reglamento (CE) 1159/2000).

Por otra parte, la colaboración con organismos intermedios para llegar a los beneficiarios últimos de las ayudas, durante la fase de licitación de las mismas, no está muy sistematizada entre los gestores de la Junta. Aunque algunos casos examinados, como el IFAPAPE –y sobre todo en los proyectos cofinanciados por el FSE- colaboran con institutos de formación y empleo y otros organismos, como ocurre en este ejemplo concreto, en el que el órgano gestor trabaja, activamente, con el Instituto Andaluz de la Mujer y con sus delegaciones repartidas entre todas las provincias de la región.

Por lo general, son las **delegaciones provinciales** las que juegan un papel determinante en el acceso, tanto a los beneficiarios, como a los beneficiarios últimos de las ayudas. En una comunidad autónoma de dimensiones tan elevadas como Andalucía, su posición intermedia permite, aunque no sea siempre con el formato adecuado, que no se rompa la cadena informativa desde la Consejería correspondiente en Sevilla hasta las distintas provincias donde se desarrollan los proyectos del POI de Andalucía.

Por el contrario, la publicación de las ayudas en la Web, con el objetivo de favorecer la más completa difusión de las convocatorias, es una práctica habitual. Esta circunstancia pone de manifiesto la elevada utilización de las nuevas tecnologías. No obstante, el procedimiento varía de unas Consejerías a otras. Por un lado, algunas direcciones generales tan solo publican en la Web la oferta cofinanciada durante el periodo en que los procedimientos se encuentran abiertos, mientras que otras mantienen activa información al respecto en todo momento. Algunas de ellas incorporan, además, el emblema en su página principal con, en algunos casos, un enlace a las paginas de la Comisión a través de la bandera europea, y otras incluso ponen a disposición de los beneficiarios los modelos de vallas y/o placas que habrán de usar durante y después de la ejecución de los proyectos (Tabla 11).

Tabla 11. Publicación de las convocatorias en las páginas web de la Junta.

Proyecto Evaluado	Ejemplo
"Servicios Sociales comunitarios" Medida 5.9 Dirección General de Servicios Sociales e Inclusión	

Proyecto Evaluado	Ejemplo

"Drogodependientes"
Medida 4.11
Consejería de Igualdad y Bienestar Social.

5. Fomento del empleo de drogodependientes en proceso de incorporación social, "ARQUIMEDES", con esta iniciativa se propone incentivar el empleo estable o la contratación temporal, de manera que garantice la práctica laboral como medida importante de apoyo a la socialización y de ruptura con la exclusión. A través de este programa se favorece la contratación de drogodependientes mediante la concesión de subvenciones que van dirigidas a:
   - Corporaciones Locales y las Entidades dependientes de las mismas
   - Entidades sin ánimo de lucro
   - Empresarios privados

Referencia normativa: **Orden de 21 de enero de 2004**

Descarga del Modelo de Solicitud

ANVERSO ANEXO 1

JUNTA DE ANDALUCIA
CONSEJERÍA PARA LA IGUALDAD Y BIENESTAR SOCIAL

UNIÓN EUROPEA
Fondo Social Europeo

SOLICITUD

SUBVENCIÓN DIRIGIDA AL FOMENTO DEL EMPLEO DE DROGODEPENDIENTES Y PERSONAS AFECTADAS POR EL JUEGO PATOLÓGICO EN PROCESO DE INCORPORACIÓN SOCIAL

Orden de ..... (BOJA nº ..... de fecha .....) **EJERCICIO:** .....

1	DATOS DEL/DE LA SOLICITANTE Y DEL/DE LA REPRESENTANTE LEGAL			
APELLIDOS Y NOMBRE / ENTIDAD				NIF / CIF
DOMICILIO				
LOCALIDAD	PROVINCIA	C. POSTAL	TELÉFONO	FAX

"OPTIMA"
Medida 4.18
IAM

Subvenciones Optima

Orden de 27 de enero de 2006 (BOJA nº 31 de 15 de febrero de 2006), por la que se regulan las bases y el procedimiento de concesión de subvenciones por el Instituto Andaluz de la Mujer a empresas que desarrollen su actividad en la Comunidad Autónoma de Andalucía para la realización de acciones positivas a favor de la igualdad de oportunidades de mujeres y hombres.

Texto de la Orden.

Anexo 1 Anexo 2 Anexo 3

Subvenciones concedidas en la convocatoria de 2005

Convocatoria año 2006: El plazo de presentación de solicitudes es del 10 de marzo al 10 de abril de 2006

Imprimir Restablecer Salir

ANVERSO ANEXO 1

Instituto Andaluz de la Mujer
CONSEJERÍA PARA LA IGUALDAD Y BIENESTAR SOCIAL

UNIÓN EUROPEA
Fondo Social Europeo

SOLICITUD

SUBVENCIÓN A EMPRESAS PARA LA REALIZACIÓN DE ACCIONES POSITIVAS A FAVOR DE LA IGUALDAD DE OPORTUNIDADES DE MUJERES Y HOMBRES

Orden de ..... de ..... de ..... (BOJA nº ..... de fecha .....) **EJERCICIO:** .....

1	DATOS DEL/DE LA REPRESENTANTE LEGAL			
APELLIDOS, NOMBRE Y CARGO				DNI/NIF
DOMICILIO A EFECTOS DE NOTIFICACIÓN				
MUNICIPIO	PROVINCIA	CÓD. POSTAL	TELÉFONO	FAX

2	DATOS DE LA EMPRESA
NOMBRE O RAZÓN SOCIAL	CIF

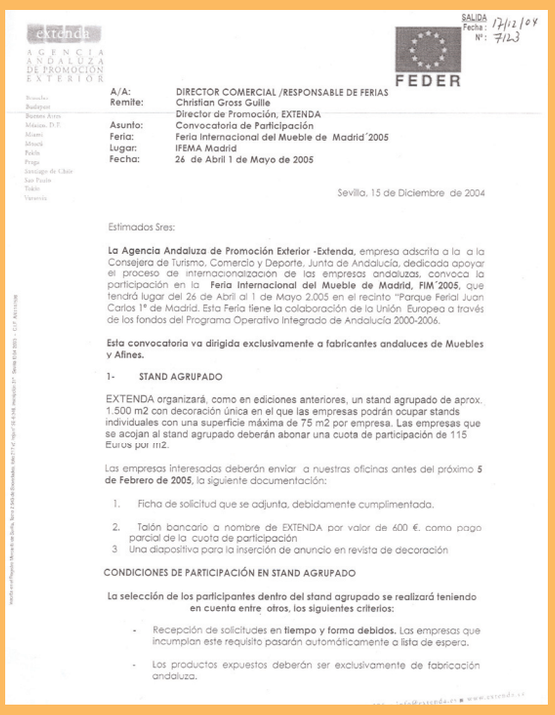
Proyecto Evaluado	Ejemplo
"Red Básica de Instalaciones Deportivas" Medida 5.10 Dirección General de Tecnología e Infraestructura Deportiva.	

En determinados casos, y de manera progresiva, -sobre todo en las ayudas a empresas- los gestores aprovechan las ventajas de las nuevas tecnologías para la realización de **mailings,** a través de los cuales se comunica a los posibles beneficiarios de las ayudas cofinanciadas su posibilidad de acceso a las mismas, dada su relación directa con sus intereses. Dado que este procedimiento puede realizarse en la medida que se dispone de las bases de datos necesarias, esta práctica es más frecuente entre las Direcciones Provinciales y las empresas públicas andaluzas como, por ejemplo, la empresa pública EXTENDA (Agencia Andaluza de Promoción Exterior) (Tabla 12).

De forma complementaria, para optimizar el acceso de los beneficiarios a las actuaciones del POI, los gestores estiman de utilidad la publicación de folletos y trípticos en relación con las ayudas, dado que una vez puestos a disposición del público en las Consejerías y centros correspondientes (institutos, cámaras de comercio, corporaciones locales, centros especializados, etc.) suponen una oportunidad adicional para comunicar y publicitar las actuaciones. En particular, en las ayudas cofinanciadas por el FSE es donde más se emplean este tipo de instrumentos -en línea con la necesidad que tienen de realización de campañas de sensibilización, de acuerdo con lo establecido por la normativa- (Tabla 13).

Tabla 12. Ejemplo de mailing como instrumento en la oferta de las ayudas.

DG de Comercio y EXTENDA



extenda
AGENCIA ANDALUZA DE PROMOCIÓN EXTERIOR

FEDER

SALIDA
Fecha: 17/12/04
Nº: 7123

A/A: DIRECTOR COMERCIAL /RESPONSABLE DE FERIAS
Remite: Christian Gross Guille
Director de Promoción, EXTENDA
Asunto: Convocatoria de Participación
Feria: Feria Internacional del Mueble de Madrid´2005
Lugar: IFEMA Madrid
Fecha: 26 de Abril 1 de Mayo de 2005

Sevilla, 15 de Diciembre de 2004

Estimados Sres:

La Agencia Andaluza de Promoción Exterior -Extenda, empresa adscrita a la a la Consejera de Turismo, Comercio y Deporte, Junta de Andalucía, dedicada apoyar el proceso de internacionalización de las empresas andaluzas, convoca la participación en la **Feria Internacional del Mueble de Madrid, FIM´2005**, que tendrá lugar del 26 de Abril al 1 de Mayo 2.005 en el recinto "Parque Ferial Juan Carlos 1º de Madrid. Esta Feria tiene la colaboración de la Unión Europea a través de los fondos del Programa Operativo Integrado de Andalucía 2000-2006.

Esta convocatoria va dirigida exclusivamente a fabricantes andaluces de Muebles y Afines.

1- STAND AGRUPADO

EXTENDA organizará, como en ediciones anteriores, un stand agrupado de aprox. 1.500 m2 con decoración única en el que las empresas podrán ocupar stands individuales con una superficie máxima de 75 m2 por empresa. Las empresas que se acojan al stand agrupado deberán abonar una cuota de participación de 115 Euros por m2.

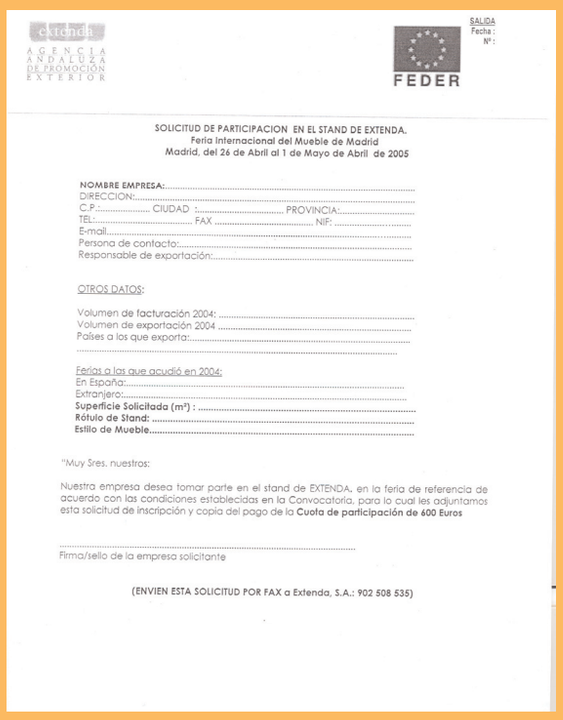
Las empresas interesadas deberán enviar a nuestras oficinas antes del próximo **5 de Febrero de 2005**, la siguiente documentación:

1. Ficha de solicitud que se adjunta, debidamente cumplimentada.
2. Talón bancario a nombre de EXTENDA por valor de 600 €, como pago parcial de la cuota de participación
3. Una diapositiva para la inserción de anuncio en revista de decoración

CONDICIONES DE PARTICIPACIÓN EN STAND AGRUPADO

La selección de los participantes dentro del stand agrupado se realizará teniendo en cuenta entre otros, los siguientes criterios:

- Recepción de solicitudes en **tiempo y forma debidos.** Las empresas que incumplan este requisito pasarán automáticamente a lista de espera.
- Los productos expuestos deberán ser exclusivamente de fabricación andaluza.



extenda
AGENCIA ANDALUZA DE PROMOCIÓN EXTERIOR

FEDER

SALIDA
Fecha:
Nº:

SOLICITUD DE PARTICIPACION EN EL STAND DE EXTENDA.
Feria Internacional del Mueble de Madrid
Madrid, del 26 de Abril al 1 de Mayo de Abril de 2005

NOMBRE EMPRESA:.....
DIRECCION:.....
C.P.:..... CIUDAD :..... PROVINCIA:.....
TEL:..... FAX ..... NIF: .....
E-mail.....
Persona de contacto:.....
Responsable de exportación:.....

OTROS DATOS:

Volumen de facturación 2004: .....
Volumen de exportación 2004 .....
Países a los que exporta:.....
.....

Ferias a las que acudió en 2004:
En España:.....
Extranjero:.....
Superficie Solicitada (m²) : .....
Rótulo de Stand: .....
Estilo de Mueble.....

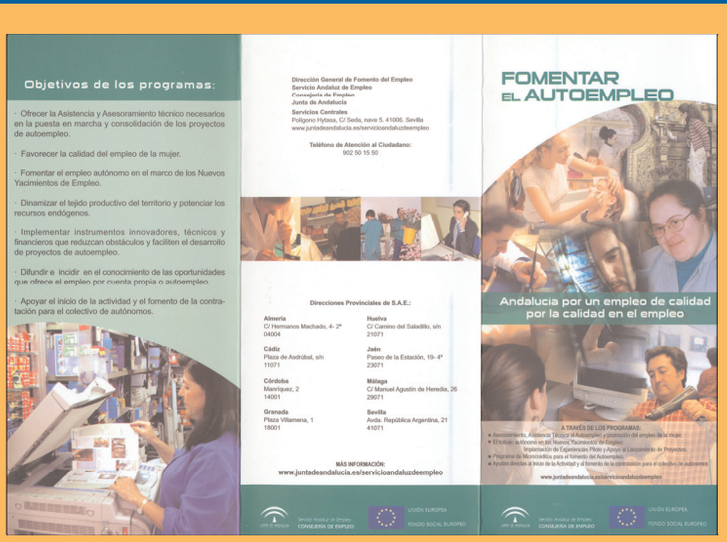
"Muy Sres. nuestros:

Nuestra empresa desea tomar parte en el stand de EXTENDA, en la feria de referencia de acuerdo con las condiciones establecidas en la Convocatoria, para lo cual les adjuntamos esta solicitud de inscripción y copia del pago de la **Cuota de participación de 600 Euros**

.....
Firma/sello de la empresa solicitante

(ENVIEN ESTA SOLICITUD POR FAX a Extenda, S.A.: 902 508 535)

Tabla 13. Edición de trípticos y folletos.

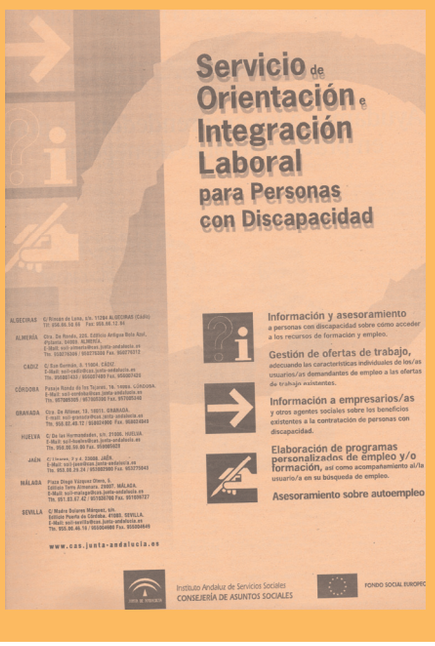
Proyecto Evaluado	Ejemplo
"Autoempleo". Medida 1.8. DG Fomento del Empleo.	

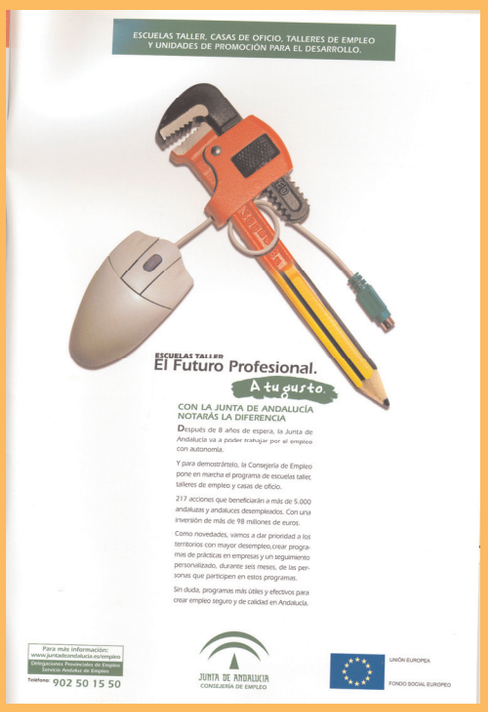
Proyecto Evaluado	Ejemplo
"Redes de Distribución Eléctrica en el ámbito rural". Medida 6.8. DG de Industria, Energía y Minas.	

Del mismo modo, gran parte de los gestores (95% de los gestores en proyectos de contratación pública) utilizan anuncios en diferentes medios de comunicación, principalmente en radio y prensa, para publicitar las ayudas y proyectos concretos haciendo referencia, como en los demás instrumentos, a la participación europea en la financiación de las mismas.

Como muestra la Tabla 14, la manera de hacer referencia a la cofinanciación europea de las actuaciones es mediante la inclusión del emblema comunitario junto al regional. Sin embargo, se ha observado que, en el caso de anuncios en prensa de Órdenes en el BOJA, ni se hace mención a la participación de la Unión Europea de forma expresa, ni aparece el emblema europeo junto al regional.

Tabla 14. Anuncios en prensa y revistas para la oferta de ayudas cofinanciadas.

Proyecto Evaluado	Ejemplo
"SOIL"· Medida 4.10 Periódico ABC.	

Proyecto Evaluado	Ejemplo
"Ayudas al empleo." Medida 4.7. Revista de empleo del Servicio Andaluz de Empleo.	
"Mejora sistema abastecimiento municipios del consorcio sur de Córdoba." Medida 3.1 Diario Oficial de Córdoba.	

ESCUELAS TALLER, CASAS DE OFICIO, TALLERES DE EMPLEO Y UNIDADES DE PROMOCIÓN PARA EL DESARROLLO.

ESCUELAS TALLER
El Futuro Profesional.
A tu gusto.

CON LA JUNTA DE ANDALUCÍA NOTARÁS LA DIFERENCIA

Después de 8 años de espera, la Junta de Andalucía va a poder trabajar por el empleo con autonomía.

Y para demostrártelo, la Consejería de Empleo pone en marcha el programa de escuelas taller, talleres de empleo y casas de oficio.

217 acciones que beneficiarán a más de 5.000 andaluces y andaluces desempleados. Con una inversión de más de 98 millones de euros.

Como novedades, vamos a dar prioridad a los territorios con mayor desempleo,crear programas de prácticas en empresas y un seguimiento personalizado, durante seis meses, de las personas que participen en estos programas.

Sin duda, programas más útiles y efectivos para crear empleo seguro y de calidad en Andalucía.

Para más información: www.juntadeandalucia.es/empleo
Delegaciones Provinciales de Empleo
Servicio Andaluz de Empleo
Teléfono 902 50 15 50

JUNTA DE ANDALUCIA
CONSEJERÍA DE EMPLEO

UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO

DIARIO CÓRDOBA
Martes, 25 de junio del 2002

DEPORTES | BALONCESTO

BREVES

EBA
Miguel Gómez Lloguda la Liga de Verano de Alcoy
El base cordobés Miguel Gómez, que formó parte de la pasada temporada del Don Benito, se fuga EBA, ha disputado la Liga de Verano de Alcoy (Alicante). Con este club cordobés ha terminado en la segunda posición. El Unicaja ha sido campeón. A.R.

FETES
Dani Gama es convocado por la FEB
El joven pontanés del Caja San Fernando cadete, Dani Gama, ha sido convocado por la FEB para que tome parte en la concentración en Guadalajara los días 5 y 21 de julio, en la selección de su categoría. Con España disputará dos choques ante Grecia, Alemania y Francia. A.R.

JUVENILES
Cordobeses triunfan en Caja San Fernando
Los jugadores cordobeses Juan Manuel Martínez y Miguel Jiménez han finalizado la primera posición del Campeonato de España infantil masculino para el club San Fernando de Sevilla. El FC Barcelona fue el campeón por tercer consecutivo al vencer la final en la final. A.R.

LIGA LEB-2

Pedro Camacho abandona la junta directiva del Cajasur

El ex portavoz granate asegura que "el club es un enfermo terminal sin remedio"

Asegura que "Rosa Aguilar es la principal culpable de todo lo que está sucediendo"

ANTONIO RAYA

El reinado 4 de julio está cada vez más cerca y los problemas se le siguen acumulando a Andrés López. No tiene apoyos económicos suficientes para salir en la LEB-2, la FEB le impide inscribirse en la EBA. Los jugadores comienzan a marcharse y algunos directivos optan por abandonar la nave.

Si hace dos meses se anunciaba de la junta directiva Juan Martínez, ahora ha hecho lo propio el histórico Pedro Camacho. El ex portavoz cajista asegura sentirse "quemado por culpa de los politicos, el público y la prensa. Este club es un enfermo terminal que ya no tiene remedio". Camacho, que dice que no quería que su dimisión saliera a la luz en estos momentos, afirma que "mientras los actuales políticos mantengan su actitud populista, no hay nada que hacer. La alcaldesa, Rosa Aguilar, es la principal culpable de todo esto". Según el ex presidente del CD Cornisa "en mi decisión ha influido la falta de estructuras del club. En muchas ocasiones los periodistas se les comunicaban noticias antes que a mí, que era el portavoz".

Por su parte, Andrés López ha apuntado que "confío en que progrese pronto. Estoy convencido de que todo ha sido un calentón. Nos ha dicho que seguirá colaborando aunque esté fuera".

El Cajasur se está quedando sin apenas directivos. | JUAN MANUEL VACAS

Antonio Bioque.

LIGA EBA

La renovación de Bioque en Montilla se complica

A.R.

■ La renovación de Antonio Bioque como técnico del Milar Montilla parece que va a complicarse más de lo que en un principio esperaban los directivos de este club cordobés. Cuando parecía que sólo faltaba la firma de ambas partes para sellar el acuerdo, el técnico carpeño le ha manifestado a los miembros de la directiva montillana que está sopesando muy seriamente la posibilidad de abandonar este club, según ha reconocido el presidente de este histórico conjunto, Pedro Jiménez.

Se espera que Bioque dé hoy la respuesta definitiva. Algunos clubes de la Comunidad valenciana como el Alcora de Castellón se han interesado por los servicios del técnico que ha llevado al CB Montilla a alcanzar las cotas más altas de sus 18 años de historia. No obstante, está confirmado que Bioque no ha comenzado a negociar aún con nadie.

AVELEDO Y LUQUE

En otro orden de cosas, los pivots José Manuel Aveledo y Miguel Ángel Luque han llegado a un principio de acuerdo para renovar por una temporada más con el Milar. Ambos jugadores reconocen que su predisposición para seguir en Montilla "es total, aunque hay que negociar aún algunos flecos con la directiva".

Luque ha promediado en la presente campaña 14'1 puntos, 6'2 rebotes y 18'8 de valoración en 28'4 minutos. En la segunda mitad de la temporada se consolidó como el valor más sólido del equipo y ahora se ha ganado el derecho a ser el jugador mejor pagado de la plantilla. Por su parte, Aveledo ha promediado 10'2 puntos, 7'5 rebotes y 11'6 de valoración en 23 minutos.

La Junta Convoca

CONCURSO

Objeto:
"Obra de Conducción para aumento de la Capacidad en las Redes Generales del Consorcio Sur de Córdoba. Tramo: Casilla del Monte-Montilla."
Expediente: H-CO6261/OEJO.

Tipo de Licitación:
Presupuesto: Diez Millones Quinientos Diecinueve Mil Ciento Sesenta y Cuatro Euros con Veinticinco Céntimos (10.519.164,21 Euros), I.V.A. incluido.

Organo de Contratación Convocante:
Consejería de Obras Públicas y Transportes
Gestión de Infraestructuras de Andalucía, S.A.
C/ Rioja14-16, 41001 Sevilla.
Tel. 95 500 74 00 Fax: 95 500 74 77.

Clasificación Requerida:
Grupo E, Subgrupo 1, Categoría f.

Presentación de Ofertas:
- Lugar: GIASA
- Fecha: Hasta las 12:00 h. del 19 de Julio de 2002.

Apertura Oferta Económica:
- Lugar: GIASA
- Fecha: El día 26 de Julio de 2002 a las 10:00h.

Sevilla, 25 de Junio de 2002.

El Director Gerente
GIASA, Gestión de Infraestructuras
CONSEJERÍA DE OBRAS PÚBLICAS Y TRANSPORTES

La Junta Convoca

CONCURSO

Objeto:
"Obra de Conducción para aumento de la Capacidad en las Redes Generales del Consorcio Sur de Córdoba. Tramo: Ramal Puente Genil-Jauja."
Expediente: H-CO6260/OEJO.

Tipo de Licitación:
Presupuesto: Setecientos Veintisiete Mil Trescientos Diecisiete Euros con Noventa y Siete Céntimos (726.317,97 Euros). I.V.A. incluido.

Organo de Contratación Convocante:
Consejería de Obras Públicas y Transportes
Gestión de Infraestructuras de Andalucía, S.A.
C/ Rioja14-16, 41001 Sevilla.
Tel. 95 500 74 00 Fax: 95 500 74 77.

Clasificación Requerida:
Grupo E, Subgrupo 1, Categoría e.

Presentación de Ofertas:
- Lugar: GIASA
- Fecha: Hasta las 12:00 h. del 19 de Julio de 2002.

Apertura Oferta Económica:
- Lugar: GIASA
- Fecha: El día 26 de Julio de 2002 a las 10:00h.

Sevilla, 25 de Junio de 2002.

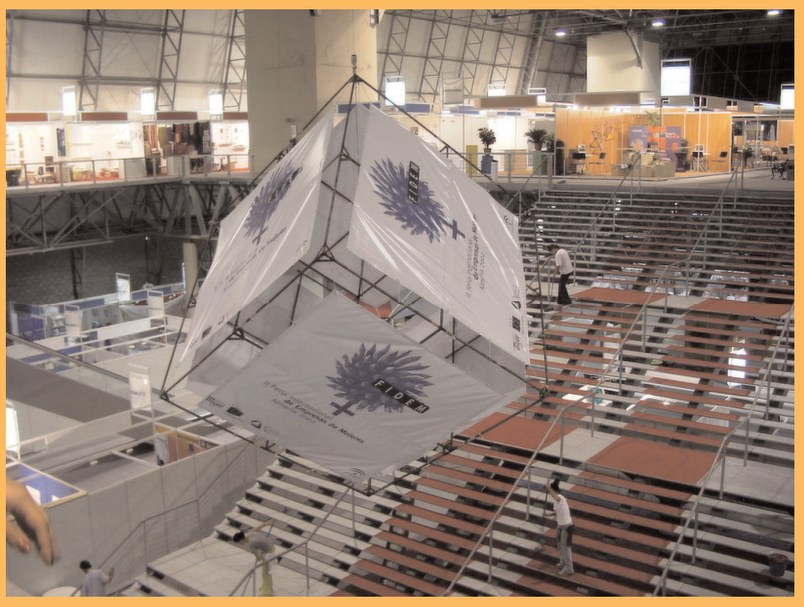
El Director Gerente
GIASA, Gestión de Infraestructuras
CONSEJERÍA DE OBRAS PÚBLICAS Y TRANSPORTES

Por último, algunos gestores subrayan la celebración de jornadas, foros e incluso ferias como instrumento de captación de solicitudes, en tanto que suponen una oportunidad única y muy adecuada para llegar a los beneficiarios potenciales de las actuaciones cofinanciadas, es decir, de informarles de la oportunidad a la que tienen acceso y de dar conocer que estas ayudas son posibles gracias al apoyo europeo. Tanto es así, que entre algunos gestores se ha configurado como una práctica casi habitual –como, por ejemplo, en las ayudas a empresas de la D.G. de Industria, Energía y Minas, las ayudas a mujeres del Instituto Andaluz de la Mujer, las ayudas para la inserción de drogodependientes de la Consejería de Igualdad y Bienestar Social drogodependientes o las ayudas a empresas de la DG de Industrias y Promoción Agroalimentarias- (Tabla 15).

Tabla 15. Ejemplos de eventos informativos sobre actuaciones cofinanciadas.

Órgano Gestor	Ejemplo
Dirección General de Infancia y Familia.	
Consejería de Igualdad y Bienestar Social.	

Órgano Gestor	Ejemplo
DG de Industrias y Promoción Agroalimentarias. Servicio Industrias agrarias.	
DG de Desarrollo Rural.	

Órgano Gestor	Ejemplo
Instituto Andaluz de la Mujer.	 

3.1.3. Fase de Ejecución

Con posterioridad a la licitación de los proyectos, y con carácter previo a la ejecución de los mismos, se efectúa la contratación de las actuaciones. Por lo general, se observa que en los convenios, subvenciones y resoluciones de las contrataciones públicas -una vez revisados los expedientes seleccionados- se menciona la cofinanciación europea de las ayudas (63% de los proyectos), así como el Fondo, en particular. En menor medida, se incorpora el emblema comunitario junto al regional (15% de los proyectos) y se indica la cuantía concreta (38,5% de los proyectos).

Entre los proyectos de contratación pública cabe destacar que, en gran parte de los casos analizados, si bien inicialmente, en la licitación, se había hecho referencia a la participación europea, a continuación, en el anuncio de adjudicación publicado en el BOJA, esta alusión desaparece. Esta circunstancia no incumple ninguna normativa, pero llama la atención, dado que en la licitación se ha configurado como un procedimiento habitual entre los órganos gestores.

Por consiguiente, de nuevo, conviene aclarar que la normativa europea no establece ningún requisito específico a la hora de contratar las ayudas europeas, si bien con el objetivo de contribuir a los objetivos perseguidos en materia de información y publicidad se sobreentiende[1] que en la notificación a los beneficiarios se debe aclarar y facilitar toda la información posible, de forma que el beneficiario de las ayudas no tenga dudas sobre el origen y funcionamiento de las mismas (transparencia) y perciba los beneficios derivados de la participación conjunta (concienciación). En este sentido, el Manual de Información y Publicidad lo establece, por tanto, como un instrumento obligatorio (págs.36-38).

Por el contrario, la normativa es muy firme ante la necesidad y forma de difundir, entre el conjunto de la población, tanto la puesta en marcha de los proyectos, como las fases más importantes de su desarrollo. Para ello, la Tabla 16 pone de relieve cuáles son los requisitos obligatorios, establecidos en materia de información y publicidad, para las actuaciones cofinanciadas con fondos europeos, dado que, de acuerdo con los comentarios obtenidos de las entrevistas con los órganos gestores, se desprende que un porcentaje importante de éstos no saben cuáles son las obligaciones inherentes a sus actividades cofinanciadas –al margen del formato adecuado-.

Tabla 16. Instrumentos obligatorios en función del tipo de proyecto

Herramienta	Infraestructura (Coste Total< 3 M. €)	Infraestructura (Coste Total > 3 M. €)	PYME	Social	Agrícola
Vallas		✔			
Placas		✔	✔*		
Carteles			✔	✔	✔
Publicaciones				✔	
Notificación**					

*Nota: * Sólo durante un año*
*** El Reglamento no lo considera una obligación sino una práctica habitual*

Fuente: Guía práctica sobre la comunicación relacionada con los Fondos Estructurales, 2000-2006 (Comisión)

Es decir, para los proyectos de **inversiones en infraestructuras** cuyo coste total supere los 3 millones de euros se colocarán, obligatoriamente, vallas que, a los seis meses de la finalización de los mismos se sustituirán por una placa, que habrá de colocarse en lugar visible. No obstante, en este tipo de proyectos, en el caso de que el gestor decida poner una valla, cuando el coste sea inferior al limite determinado, será obligatorio que la valla adopte el formato establecido al respecto.

En cambio, para las **ayudas otorgadas a PYMES,** tan sólo es obligatorio la colocación de una placa, en lugar visible y durante un año, así como con algunos póster, de forma que el conjunto de trabajadores y toda persona que acuda a la empresa perciba que la empresa está recibiendo fondos europeos para su inversión.

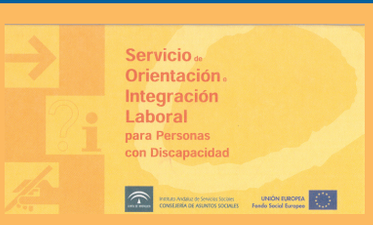
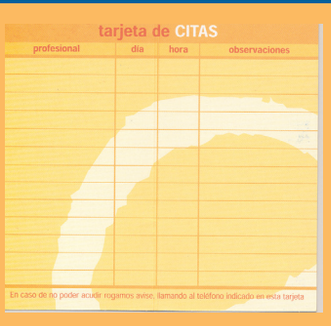
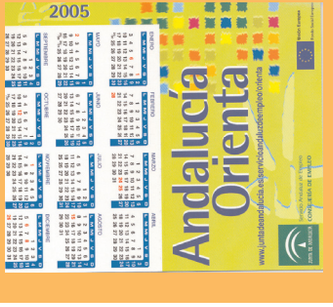
Por otra parte, en el caso de **proyectos de formación y empleo** se exige la realización de campañas de sensibilización -con el fin de dar a conocer el papel desempeñado por la Unión Europea- y la colocación de carteles que indiquen la participación comunitaria en cada centro en el que se desempeñen este tipo de actividades.

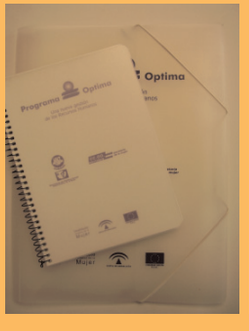
Tras la explotación de los resultados del Check-List sobre el cumplimiento de estas exigencias, se observa que en torno al **85% de los proyectos analizados ha cumplido con las obligaciones reglamentarias, en lo que respecta a la utilización de los instrumentos adecuados. Incluso se ha advertido una utilización aún mayor de la exigida, fruto, generalmente, del desconocimiento por parte de los gestores sobre lo que han de hacer en cada momento –aún conociendo el Manual de Información y Publicidad-, por lo que prefieren emplear los máximos medios que estén a su alcance, aunque no sean obligatorios,** circunstancia que, a su vez, también se traduce en que el formato utilizado no sea siempre el adecuado.

[1] *Guía práctica de la Comisión sobre la comunicación relacionada con los Fondos Estructurales, 2000-2006.*

Entre los gestores que se distinguen por la realización de un mayor número de actividades, para dar difusión a los proyectos, sobresalen los órganos encargados de gestionar actuaciones cofinanciadas por el FSE –motivados por el carácter más personal de este tipo de ayudas-. La significativa edición de material informativo, esto es, marcapáginas, tarjetas de citas, alfombrillas de ratón, mochilas, diverso material de papelería (bolígrafos, cuadernos, carpetas, agendas, etc.), entre otros, les permite transmitir con mayor facilidad y, con mayores garantías, la idea de participación conjunta de la Unión Europea y la Junta de Andalucía (Tabla 17).

Tabla 17. Modelos de material divulgativo.

Órgano Gestor	Ejemplos
Consejería de Igualdad y Bienestar Social	    
DG Intermediación e Inserción Laboral	   

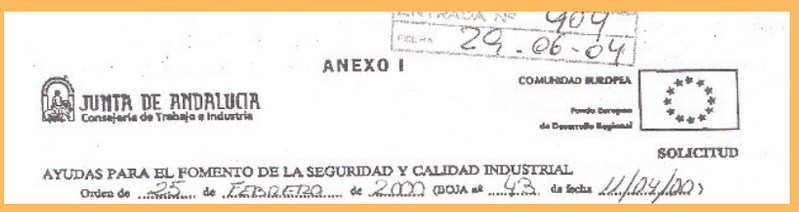
Órgano Gestor	Ejemplos
DG Formación para el Empleo	
Instituto Andaluz de la Mujer	  
Consejería de Educación	
D.G. Política Interior	 

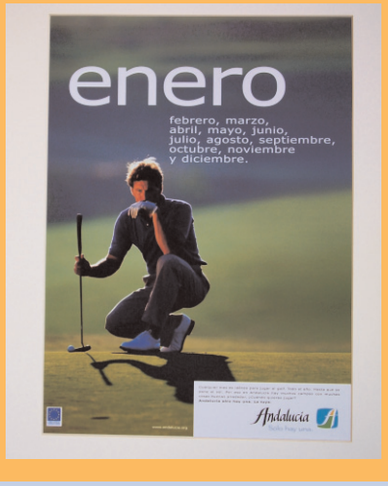
En lo referente al cumplimiento de las disposiciones de homogeneidad establecidas por la normativa (formato del emblema, de las vallas, placas, etc.), no todos los gestores y beneficiarios entrevistados se han ajustado a lo dispuesto en cuanto a la presentación del material informativo y publicitario.

En la actualidad, el formato del emblema comunitario se configura como el principal problema común, entre los gestores, a la hora de hacer publicidad de las ayudas (al igual que ocurría en la fase de licitación de las mismas). No obstante, cabe destacar –en este ámbito también- la comprobación de una mejora paulatina y de una constante evolución en cuanto al cumplimiento de la normativa, cuando se ha comparado la documentación del principio del periodo con la utilizada por los gestores a día de hoy.

Como muestra la Tabla 18, la confusión más frecuente es la omisión del recuadro blanco alrededor del emblema cuando éste está sobre un fondo de color (74% de los casos que no se ajustan a la normativa), junto con las equivocaciones en la edición del texto que ha de acompañar a la bandera –es decir, dado que en lugar de incluir la referencia a la Unión Europea (obligatorio) se hace referencia a la Comunidad Europea (42%), o bien se pone únicamente el Fondo (opcional)-. En menor medida, se han encontrado fallos relacionados con el número y colocación de las estrellas y con el tamaño y los colores utilizados (23%).

Tabla 18. Dificultades relacionadas con el emblema europeo.

Identificación del Error	Ejemplo
Referencia a la Comunidad Europea en lugar de a la Unión Europea.	 ANEXO I JUNTA DE ANDALUCIA Consejería de Trabajo e Industria COMUNIDAD EUROPEA Fondo Europeo de Desarrollo Regional SOLICITUD AYUDAS PARA EL FOMENTO DE LA SEGURIDAD Y CALIDAD INDUSTRIAL Orden de 25 de FEBRERO de 2000 (BOJA nº 43 de fecha 11/04/00)
Omisión del término "Unión Europea" sobre FSE.	
Referencia inadecuada al Fondo participante –en el caso en el que intervengan varios Fondos, ha de ponerse sólo el emblema, es decir, la bandera y las palabras Unión Europea-.	

Identificación del Error	Ejemplo
Alineación inadecuada de las estrellas -deben ser verticales-. Omisión del recuadro blanco alrededor del emblema, puesto que está colocado sobre fondo de color.	
Referencia inadecuada del Fondo participante –debe indicarse el Fondo en concreto, no Fondos Estructurales o FFEE-.	
Emblema incompleto -el emblema comunitario está formado por la bandera y las palabras Unión Europea y, en su caso, por el fondo correspondiente, pero nunca la bandera sola-.	
Tamaño del emblema inadecuado -debe ser rectangular, no cuadrado-. Texto del emblema incorrecto –ha de indicar Unión Europea y no Comunidad Europea-.	 

Fuente: Elaboración propia

En lo que se refiere a la firma de identidad "Andalucía se mueve con Europa", solamente el 11% proyectos lo han utilizado. Esto se debe, tanto al desconocimiento del mismo por parte de gran parte de los gestores, como al hecho de considerar que la utilización de este "claim" -que es visto, principalmente, como un elemento a utilizar en las campañas institucionales- no les concierne. No obstante, cabe señalar que el Manual de Información y Publicidad solamente recomienda su uso, y no obliga a su utilización.

Por otro lado, al igual que sucede con el emblema, la edición del texto correspondiente en las vallas, para indicar la cofinanciación europea de las actuaciones, es otro obstáculo añadido con el que se encuentran los órganos gestores entrevistados. La Tabla 19 recoge, a continuación, una muestra de las distintas maneras en las que no se debe especificar la participación europea, de acuerdo con lo establecido por la normativa europea; es decir, aquellos que no incluyen, junto a la bandera, el texto "Este proyecto está cofinanciado por la Unión Europea" y el fondo correspondiente, en su caso; y no dedican el 25% de la valla a este cometido.

Tabla 19. Dificultades en relación con las vallas.

Identificación del Error	Ejemplo
No se ha reservado el 25% de la valla, ni se ha incluido el texto correspondiente.	
No se ha reservado el 25% de la valla.	

Identificación del Error	Ejemplo
No se ha reservado el 25% de la valla, ni se ha incluido el texto correspondiente.	
No se ha reservado el 25% de la valla, ni se ha incluido el texto correspondiente.	

Fuente: Elaboración propia

Se ha detectado que, en estos casos de duda sobre el formato -como los citados anteriormente-, los órganos gestores solicitan, con mayor frecuencia, el asesoramiento de la DG de Comunicación Social, de la Consejería de Presidencia. Sin embargo, se ha comprobado que los modelos facilitados por esta DG no siempre se adecuan plenamente a lo prefijado por el Reglamento (CE) 1159/2000.

En relación con los proyectos de formación y empleo, cofinanciados por el FSE, siempre, de una forma u otra (Tabla 20), se hace referencia a la inversión europea en la puesta en marcha de las actividades. En las Unidades Territoriales de la Consejería de Empleo y en sus centros propios se colocan placas a la entrada de los centros de educación. Asimismo, en los centros participantes se emplean carteles y se cuelgan notas en los paneles de información en el interior de los centros. Además, suele aparecer el emblema comunitario en los horarios y en los papeles de firmas de asistencia que han de firmar los alumnos diariamente.

Tabla 20. Muestra de placas y carteles de las actividades cofinanciadas por el FSE.

Órgano Gestor	Ejemplo
"UTEDLT" Medida 5.6 DG. Intermediación e Inserción Laboral	
"Escuela Consorcio de Artesanos de GELVES" Medida 4.8 DG. Formación para el Empleo	  
"Centro Andalucía Orienta de Cáritas" Medida 4.9 DG. Intermediación e Inserción Laboral	 

Órgano Gestor	Ejemplo
"Convenio de colaboración con la CEA (Confederación de Empresarios Andaluces) "Secretaría General Técnica de la Consejería de Educación	

Fuente: Elaboración propia

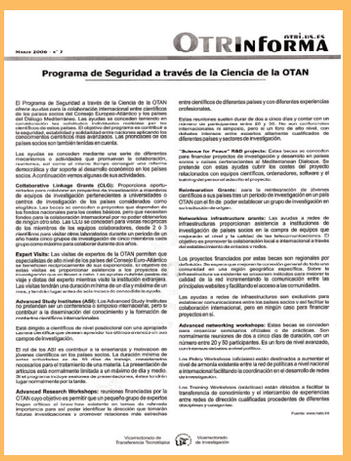
En estos casos de ayudas del FSE -al igual que sucede con las ayudas a empresas en los que los beneficiarios han de colocar carteles (inversiones) o placas (proyectos de infraestructuras)- algunos órganos gestores, con el fin de homogeneizar y garantizar el cumplimiento de los requisitos comunitarios, en esta materia, proporcionan a los beneficiarios modelos de placas y carteles comunes –e incluso la propia placa, en ocasiones (por ejemplo, la DG de la Red de Espacios Naturales y Servicios Ambientales, la DG de Formación para el Empleo, la Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía), o como el Servicio Andaluz de Empleo (SAE), que facilita a los beneficiarios de sus actuaciones un *Manual de identidad* con los requisitos publicitarios en términos de imagen.

En esta línea, la empresa GIASA ha puesto en su página de Internet, a disposición de los beneficiarios de las ayudas que concede, los modelos de vallas y placas en función de que las ayudas concedidas estén o no cofinanciadas con fondos europeos.

Por último, en cuanto a la utilización de los medios de comunicación, para dar a conocer el desarrollo y evolución de los proyectos europeos, en el 80% de los proyectos analizados los órganos gestores han aprovechado esta oportunidad para informar de las actuaciones a la población en su conjunto, sobre todo, a través de la prensa y la radio. La Tabla 21 presenta algunos ejemplos de las publicaciones realizadas en los medios impresos (prensa nacional, local, especializada) e Internet.

Tabla 21. Anuncios de proyectos cofinanciados por el POIA indistintos medios.

Órgano Gestor	Ejemplo
DG de Promoción y Comercialización Turística	

Órgano Gestor	Ejemplo
DG de Carreteras	
DG de Universidades	
Instituto Andaluz de la Mujer	 

LA VOZ DE CÁDIZ - Ciudadanos - cádiz - Pág. 2 09/12/2004

La A-381 dinamiza la estructura industrial y comercial de la provincia

El desarrollo turístico de **Medina Sidonia, Alcalá de los Cazules y Los Barrios** recibe un fuerte impulso con la culminación de esta autovía en los próximos días

OTRIinFORMA

Mayo 2006 - nº 7

Programa de Seguridad a través de la Ciencia de la OTAN

Transportes Urbanos de Sevilla, S.A.M.

www.tussam.es

Guía del Transporte Urbano de Sevilla

902 459 954

Transportes Urbanos de Sevilla, S.A.M. - Avda. de Andalucía, 11 - 41007 Sevilla

Transportes Urbanos de Sevilla, S.A.M.

www.tussam.es

Política de privacidad
Aviso Legal

Atrás

TUSSAM RECIBE EL DISTINTIVO "ÓPTIMA" POR PROMOVER LA IGUALDAD DE OPORTUNIDADES DE MUJERES Y HOMBRES EN LA EMPRESA

TUSSAM recibió el 15 de diciembre de 2004 el distintivo del Programa Óptima, impulsado por el Instituto Andaluz de la Mujer y las centrales sindicales CCOO y UGT, ***y con el apoyo del Fondo Social Europeo***, cuyo objetivo es implantar una política de igualdad de oportunidades en la gestión de recursos humanos de las empresas, es decir, conseguir la igualdad de oportunidades a través de la aplicación de una serie de herramientas que consigan la consolidación de la mujer en el mercado laboral.

De esta manera, TUSSAM ha impulsado durante el último año acciones positivas enmarcadas a cumplir este fin, elaborando también un plan de acción que fomenta la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres en las relaciones laborales y que continuará aplicándose.

La entrega del distintivo tuvo lugar el 15 de Diciembre de 2004, en el transcurso de unas jornadas andaluzas que se celebraron en el Parador Hotel Atlántico de Cádiz, y que fueron inauguradas a partir de las 10.30 horas por la consejera para la Igualdad y Bienestar Social de la Junta, Micaela Navarro, y la directora del Instituto Andaluz de la Mujer, Ana Soledad Ruiz. Durante estas jornadas, TUSSAM explicó a los presentes la experiencia desarrollada en el seno de la empresa municipal de transportes.

En el Plan de Acción Positiva desarrollado por TUSSAM se contemplan como objetivos generales integrar la igualdad de oportunidades en la gestión de los recursos humanos y reducir los desequilibrios existentes de participación de mujeres y hombres en la empresa. Así, se establecen también unos objetivos específicos que pasan por informar a la plantilla sobre el compromiso de TUSSAM en materia de igualdad de oportunidades, sensibilizar a la misma en este ámbito, aumentar la presencia de mujeres en determinados sectores de la empresa en los que su representación es baja o nula, propiciar la participación de las mujeres en los procesos de formación continuados y promociones de carrera profesional, y promover la conciliación de la vida familiar y laboral.

volver a conócenos

3.1.4. Tras la realización del proyecto

La mayor parte de las acciones a las que se dirige la normativa comunitaria, en esta materia, se desarrollan durante el periodo de funcionamiento de los proyectos, si bien la obligación de cumplir los reglamentos abarca más allá de la fase de ejecución de los mismos.

Dentro de las actuaciones de publicidad que se efectúan tras la realización del proyecto, el caso más significativo, entre las medidas cofinanciadas por los Fondos Estructurales, es el de las inversiones en infraestructuras, particularmente aquellas con un coste superior a los 3 millones de euros –FEDER y FSE–, o superior a los 500.000? –IFOP–, que conllevan la obligación de instalar una placa. En este tipo de ayudas, la exposición de las vallas publicitarias no debe exceder los 6 meses desde el término de las obras, debiendo ser sustituidas por placas conmemorativas permanentes en las infraestructuras accesibles al público en general.

Tras la explotación de los resultados, cabe destacar el **generalizado cumplimiento** de la normativa en lo relativo a la colocación de las placas y su contenido. Sin embargo, el periodo de tiempo establecido para la sustitución de la valla no siempre es respetado, de manera que, por lo general, se superan los 6 meses establecidos por la Comisión.

En lo relativo al contenido de las placas, son muchas las dudas que surgen a los gestores al respecto. Esto ha llevado a la mayoría de ellos a apuntar a la idoneidad de diseñar un modelo único, que pueda ser utilizado para todas las obras.

No obstante, ante la falta de un patrón único, algunos de los gestores han decidido elaborar sus propias placas y suministrarlas a las diferentes delegaciones provinciales y beneficiarios, e incluso, en alguno de los casos, directamente al beneficiario último, para evitar posteriores problemas y lograr una mayor homogeneidad entre los diferentes expedientes de una misma actuación. Este es el caso, por ejemplo, de la Dirección General de Tecnología e Infraestructura Deportiva, de la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, a cuyos modelos de placas se puede acceder desde la página web, o de la Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía y de la DG de la Red de Espacios Naturales y Servicios Ambientales.

Por otra parte, se han detectado dificultades referentes a la instalación de la placa en las infraestructuras accesibles al público en general. En primer lugar, en ciertas obras de infraestructura no es posible colocar la placa en un lugar visible para los usuarios, como en el caso de las autovías, en las que, por la velocidad a la que circulan los usuarios, no es fácil percibir la presencia de la misma. En segundo lugar, en ocasiones se producen problemas de interpretación del concepto "infraestructuras accesibles al público en general", como ocurre en las obras de construcción y mejora de instalaciones en puertos, utilizadas únicamente por personal empleado en el área portuaria. Ante este tipo de problemática, para evitar un posible incumplimiento de la normativa comunitaria, se opta, generalmente, por la instalación de la placa conmemorativa, a pesar de que no vaya a tener un efecto publicitario o, al menos, un efecto publicitario para el público en general.

La colocación de las placas –temporales y permanentes-, localizadas, por lo general, en lugares muy accesibles al público ha contribuido notablemente al objetivo de la Comisión de aumentar la visibilidad de la acción comunitaria a favor del desarrollo regional.

Como muestra del general cumplimiento de los requisitos establecidos en relación con las placas, en la Tabla 22 se ofrecen diversos ejemplos que dan muestra de la heterogeneidad de modelos, pero su uniformidad en cuanto a una localización adecuada.

Tabla 22. Placas temporales (ayudas a empresas) y placas permanentes (grandes infraestructuras).

Placas

"Fabricación de Piezas de Polietileno" (Medida 7.55). DG Desarrollo Rural.

"Construcción de Nueva Planta Industrial Instalaciones y Maquinaria"(Medida 1.53). Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía.

"Centro de Visitantes El Lobo" (Medida 3.6). DG de la Red de Espacios Naturales y SS. Ambientales.

Placas

"Centro de Visitantes La Resinera" (Medida 3.6). DG de la Red de Espacios Naturales y SS. Ambientales.

"Programa de Arquitectura Religiosa" (Medida 5.8). DG de Fomento y Promoción Cultural

"Ampliación o Modernización" (Medida 7.8). DG de Industrias y Promoción Agroalimentarias

En numerosos proyectos se han realizado publicaciones en **medios de comunicación,** con el fin de difundir la realización de las actuaciones cofinanciadas. Este es el caso de los anuncios en prensa de la "A-381 Autovía Jerez-Los Barrios", que ha publicitado, tanto la finalización de las diferentes fases, como la consecución del Galardón "2003 IRF Global Road Achievement Award".

Por otra parte, la Junta de Andalucía distribuye notas de prensa para dar a conocer detalles de las actuaciones llevadas a cabo, como en el caso de la construcción de la Ronda Oeste de Córdoba.

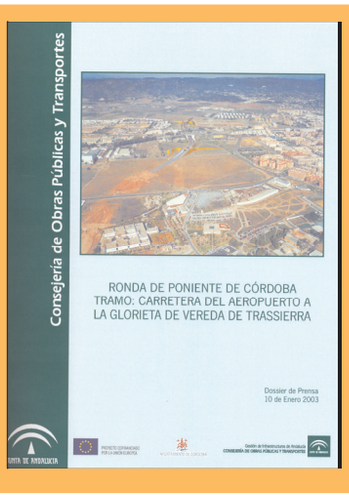
Además, la revista de información de política regional "HUELLA", recoge información sobre la finalización de proyectos de gran interés. Un ejemplo de ello es, entre otros, la rehabilitación de las antiguas escombreras de las Salinas de San José (Tabla 23).

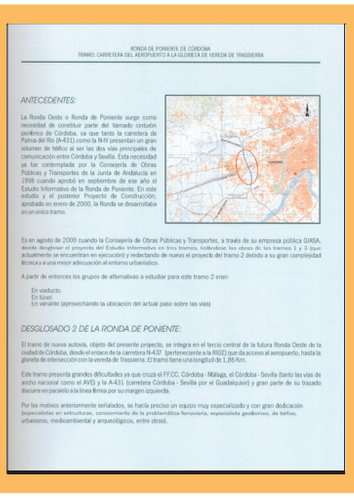
Tabla 23: Publicaciones en Medios de Comunicación.

Publicaciones en Medios de Comunicación

"A-381 Autovía Jerez-Los Barrios" (Medida 6.1). Consejería de Obras Públicas y Transportes.DG de Carreteras.

"Ronda Oeste de Córdoba" (Medida 6.1). Consejería de Obras Públicas y Transportes. DG de Carreteras.

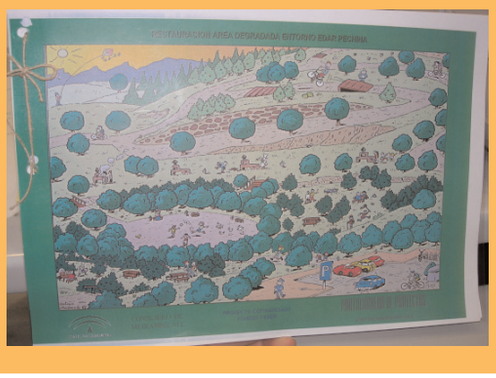
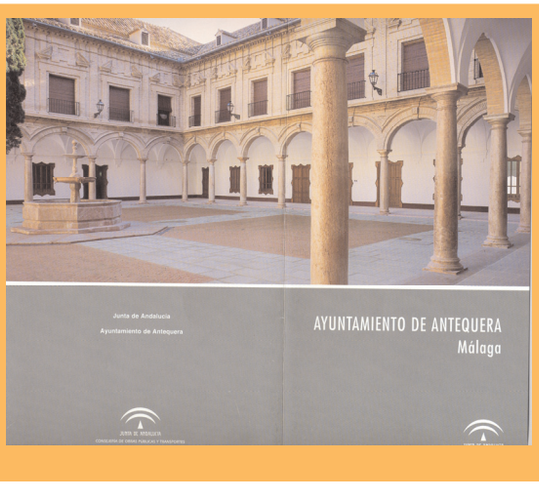
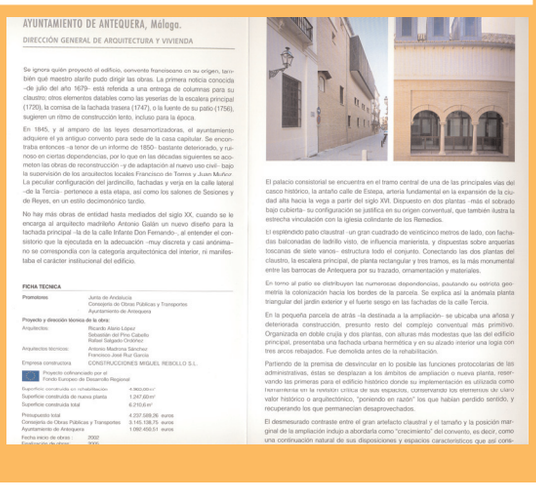




"Restauración de zonas afectadas por actividades industriales - rehabilitación de las antiguas escombreras de las Salinas de San José-" (Medida 3.8). Consejería de Medio Ambiente. DG de Prevención y Calidad Ambiental.

Además de las publicaciones en los medios de comunicación, es frecuente otro tipo de acciones para dar a conocer determinadas intervenciones, especialmente las de mayor relevancia social (Tabla 24). Entre ellas, se encuentran los CDs, cuadernillos, libros, etc. Ejemplos de ellos son el cuadernillo publicitario sobre la restauración del área degradada del entorno de la EDAR de Pechina y el CD sobre la regeneración ambiental de la antigua escombrera de Las Salinas de San José, ambos publicados por la Consejería de Medio Ambiente, ambos dentro de la Medida 3.8.

Tabla 24: Publicaciones.

Publicaciones
"Restauración de zonas afectadas por actividades industriales", Medida 3.8, FEDER . Consejería de Medio Ambiente. DG De Prevención y Calidad Ambiental.
 
"Reforma y Ampliación del Ayuntamiento de Antequera", Medida 5.1 FEDER. Consejería de Obras Públicas y Transportes. DG de Arquitectura y Vivienda.
 

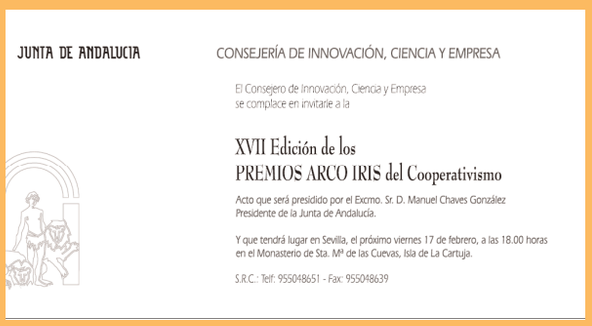
Los Proyectos Estrella ocupan un lugar central en la producción de material publicitario, como por ejemplo la "A-381 Autovía Jerez-Los Barrios", puesto que se ha realizado como material publicitario un CD, publicaciones de temática medioambiental, o material de papelería variado.

Por su parte, la celebración de actos públicos sirve para difundir información de ciertos proyectos (Tabla 25). Un ejemplo de este tipo de eventos es la entrega del Premio Arco Iris.

Tabla 25: Actos Públicos y Material Promocional.

Actos Públicos y Material Promocional

"Ayuda gran empresa para promoción y desarrollo industrial", Medida 1.1 FEDER. Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa. Dirección General de Economía Social y Emprendedores.


JUNTA DE ANDALUCIA

CONSEJERÍA DE INNOVACIÓN, CIENCIA Y EMPRESA

El Consejero de Innovación, Ciencia y Empresa
se complace en invitarle a la

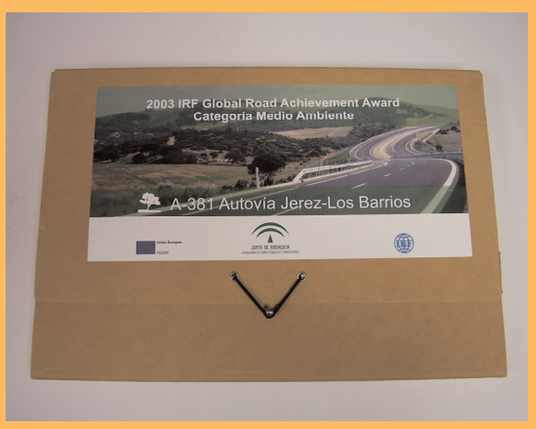
XVII Edición de los
PREMIOS ARCO IRIS del Cooperativismo

Acto que será presidido por el Excmo. Sr. D. Manuel Chaves González
Presidente de la Junta de Andalucía.

Y que tendrá lugar en Sevilla, el próximo viernes 17 de febrero, a las 18.00 horas
en el Monasterio de Sta. Mª de las Cuevas, Isla de La Cartuja.

S.R.C.: Telf: 955048651 - Fax: 955048639

Medida 6.1 "Autovía A-381 Jerez-Los Barrios", Medida 6.1 FEDER. Consejería de Obras Públicas y Transportes. DG de Carreteras.



3.1.5. Control y seguimiento de las actuaciones de información y publicidad realizadas

La correcta aplicación de las disposiciones reglamentarias sobre información y publicidad requiere la implantación de mecanismos de revisión interna y la realización de las oportunas tareas de gestión y control ordinario. La existencia de **procedimientos de control** posibilita la comprobación de las actuaciones efectuadas y su adecuación, tanto a la normativa vigente, como a los principios de una buena gestión.

A su vez, la **función de seguimiento** permite identificar los problemas existentes y las dificultades detectadas, así como su incidencia en el cumplimiento de las obligaciones.

La DGFE, encargada de la ejecución de las intervenciones estructurales de la Política Regional Comunitaria en Andalucía, es responsable del respeto de las obligaciones en materia de información y publicidad, de acuerdo con lo estipulado en el apartado 2 del artículo 46 del Reglamento (CE) 1260/1999. De este modo, el Plan de Información y Publicidad del POI de Andalucía especifica que "*La Autoridad de Gestión del programa velará por el cumplimiento de la normativa y comunicará a la Comisión los responsables designados para la coordinación de las actividades correspondientes a esta materia.*

La concepción de las actuaciones de información y publicidad y la coordinación, seguimiento y ejecución por parte de la Junta de Andalucía corresponde a la Dirección General de Fondos Europeos de la Consejería de Economía y Hacienda.

No obstante, el Plan también puntualiza que "*La autoridad intermedia y todos los beneficiarios finales que participan en este Programa Operativo, cada uno en el ámbito de sus respectivas competencias, son responsables de la ejecución de las actuaciones de publicidad señaladas.*"

Efectivamente, desde esta Unidad, se ha procurado realizar una intensa labor que está siendo reforzada con diversas asistencias técnicas para supervisar y verificar los dispositivos de gestión y control de las actuaciones cofinanciadas por el POI, con el fin de corregir posibles irregularidades.

De hecho, gracias a estas tareas de control y revisión de expedientes –en las que se comprueban diversos aspectos, además de los relacionados con el cumplimiento de las disposiciones del Reglamento (CE) 1159/2000 (controles del artículo 4 y demás auditorias)- los gestores han aprendido y mejorado, sustancialmente, la aplicación de esta normativa, tal y como señalaron la práctica totalidad de los gestores entrevistados.

Sin embargo, cabe destacar la implantación de otros procedimientos alternativos que son de utilidad a los objetivos específicos de control. Así, la organización de seminarios y el envío de diversa documentación, desde la DG de Fondos Europeos, está facilitando el trabajo de los organismos involucrados en lo relativo a las exigencias de publicidad.

De esta forma, el 74,5% de los gestores manifestó haber recibido algún tipo de documentación relacionada desde la DGFE. Entre los que afirmaron no haber obtenido ningún tipo de documentación al respecto (19% de los gestores entrevistados) pertenecen, en general, a la Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa (DG. de Universidades, DG. de Industria, Energía y Minas) y a la Consejería de Medio Ambiente.

Asimismo, habría que señalar que el 17% de los gestores ha recibido información, sobre estos aspectos, de la DG de Comunicación Social, de la Consejería Presidencia, y el 60% de los gestores del FSE ha recibido el Manual de Comunicación elaborado por la UAFSE.

Por otra parte, a fecha de marzo de 2006, el 34% de los gestores[1] ha asistido a alguna jornada y/o curso relacionado con la gestión y seguimiento de los Fondos Europeos, si bien, es necesario precisar que lo reducido de esta cifra se debe, fundamentalmente, -o al menos está en gran parte influenciado- al continuo cambio o rotación de los puestos de trabajo de los funcionarios dentro de la Administración. Esto hace que no todos los gestores, que en la actualidad se ocupan de la gestión de los Fondos Estructurales, hayan podido participar en alguna de las jornadas organizadas, en los últimos años, por la DGFE.

[1] *Resultado obtenido de la explotación de las encuestas a gestores realizadas durante los meses de febrero y marzo de 2006. Es decir, sin considerar la multitudinaria asistencia de gestores a la jornada específica de Información y Publicidad celebrada en abril de ese mismo año (véase Capítulo 2).*

No obstante, este porcentaje aumentaría de forma significativa de considerarse la jornada específica en materia de información y publicidad, celebrada el pasado mes de abril de 2006, -a la que asistieron gestores de la Junta, representantes de varias CCAA y en la que participaron expertos en la materia de la Comisión, del Ministerio y de diferentes países, entre otros-.

A pesar de lo anterior, existe la opinión generalizada entre los gestores entrevistados de que no es necesario el establecimiento de medidas *exhaustivas* de control y evaluación de las actividades de Información y Publicidad que realizan de las actuaciones cofinanciadas. La seguridad de que cumplen holgadamente con el Reglamento, teniendo en cuenta los recursos de que disponen, explica este comportamiento. Muestra de ello es el convencimiento generalizado que tienen del mayor y, sobre todo, creciente, conocimiento adquirido sobre las medidas que han de aplicar en este terreno, con respecto a dos o tres años atrás; máxime, como señalan, dado que no disponen de recursos humanos suficientes y que, por lo tanto, las tareas en este ámbito son asumidas entre los diferentes miembros de las DG –sólo un 25,5% de ellas dispone de una persona específica responsable de esta materia-.

Las medidas aplicadas por los órganos gestores para controlar el cumplimiento de las medidas de información por parte de los beneficiarios son numerosas. Cabe destacar que el 55% de los gestores llevan a cabo medidas concretas, de diferente índole, de control interno.

Con el fin de comprobar la instalación de placas, vallas y carteles, son frecuentes las visitas "in situ" por parte de los técnicos a las instalaciones que han recibido cofinanciación europea. En otros casos, se solicitan fotos como prueba de la instalación de estos instrumentos. En el supuesto de detectar deficiencias, ya sea en el contenido o el emplazamiento de las vallas o placas, se les solicita la corrección de las mismas. Estas prácticas son habituales en la Consejería de Obras Públicas y Transportes, así como en GIASA, entre otras.

En relación con esta línea de actuaciones, se envían notificaciones a los beneficiarios, tanto para recordarles la obligación de realizar ciertas medidas –en el caso de la DG del Libro, de la Consejería de Cultura- como para avisarles de la detección del incumplimiento de las mismas –por ejemplo, desde la DG de Industria, Energía y Minas, de la Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa-.

Cabe señalar que ciertas Direcciones Generales ejercen un control activo con respecto a la corrección de las placas, vallas y carteles. En este sentido, los gestores proporcionan modelos, tanto a las Delegaciones Provinciales, como a los beneficiarios finales para, de este modo, garantizar su adecuación a la normativa, tal y como es habitual en la DG de Tecnología e Infraestructura Deportiva -la cual permite el acceso a estas maquetas a través de la página web de la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte-. Del mismo modo, algunos de los beneficiarios solicitan el "visto bueno" de la Junta de Andalucía, a través del Servicio correspondiente, antes de proceder a su instalación. En ocasiones, las propias Direcciones Generales solicitan la supervisión del Servicio de Publicaciones de la misma Consejería, o incluso, solicitan la aprobación por parte de la Dirección General de Comunicación Social, de la Consejería de Presidencia. No obstante, ha podido comprobarse que, en ciertos casos, los modelos supervisados por esta Consejería, a pesar de adaptarse a la normativa referente a la Identidad Corporativa de la Junta de Andalucía, no se ajustan a las obligaciones comunitarias en materia de información y publicidad.

El control ejercido por los órganos gestores incluye, en ocasiones, medidas coercitivas tales como las amenazas de sanción y/o la condición de ligar los pagos a la comprobación del cumplimiento, por parte de sus técnicos, de los requisitos informativos y publicitarios -véase, por ejemplo, la colocación de vallas y placas en los lugares en los que se desarrollan las actuaciones cofinanciadas-. En este sentido, el Instituto Andaluz de la Mujer (IAM) ha incorporado una referencia especifica en las certificaciones de los expedientes para confirmar que se cumplen los requisitos normativos al respecto (Tabla 26).

En consecuencia, la verificación del cumplimiento de las medidas cofinanciadas se realiza mediante las inspecciones realizadas a las distintas Consejerías, a partir de las cuales se han ido corrigiendo aquellos aspectos que no se ajustaban adecuadamente a la normativa vigente. No obstante, la falta de medios económicos y de dotación de recursos humanos dificulta la realización de acciones de control más exhaustivas, según la opinión de los gestores. Asimismo, hay que señalar que algunos de los gestores no son todavía conscientes del rol que les corresponde en cuanto a responsables de velar por el cumplimiento de la normativa.

En todo caso, hay que destacar el trabajo más intenso desarrollado por los órganos gestores de los proyectos del Fondo Social Europeo en cuanto a la recopilación de las diferentes muestras de folletos, carteles y demás material publicitario que editan sus centros dependientes.

Tabla 26: Documentos de control y seguimiento.

Instrumento	Valoración
Datos del Expediente: Conserjería/OA: INSTITUTO ANDALUZ DE LA MUJER Centro Directivo: INSTITUTO ANDALUZ DE LA MUJER Nº Expediente Contable: **SERVICIOS** Denominación: **DISEÑO DE CREDENCIAL, BLOC DE APUNTES, BLOC PONENCIAS DE LAS JORNADAS ÓPTIMA** Tipo (Obras, Suministros, Servicios, etc.....): Fondo Europeo: **FONDO SOCIAL EUROPEO** Programa: 32 G Código de Operación: **DM200418310007, DM200418310006** Importe: **3.610** Tabla de Comprobación: 1. Se ha verificado la realidad de la prestación de los bienes y servicios confinanciados y de los gastos a declarar. — SI [X] NO [ ] 2. Los gastos son subvencionables de acuerdo con la Decisión de aprobación y con el Contenido del Programa. — SI [X] NO [ ] 3. Los gastos son subvencionables de acuerdo con las normas nacionales y comunitarias aplicables, en especial el Reglamento (CE) nº 448/2004, de 10 de marzo. — SI [X] NO [ ] 4. La licitación y la adjudicación, si procede, han sido objeto de publicación en los Diarios Oficiales (Cumplimiento de la Directiva 89/665/CEE en materia de contratación pública) — SI [ ] NO [X] 5. Competencia: En aso de ayudas, está amparada en un régimen de ayudas o aprobación de ayuda individual o en un reglamento de exención por categorías y se respetan las normas sobre acumulación de Ayudas. — SI [ ] NO [X] 6. El expediente ha tenido en cuenta la política de Igualdad de género. — SI [X] NO [ ] 7. El expediente precisa la adopción de medidas de prevención ambiental. — SI [ ] NO [X] En caso afirmativo, ha obtenido la declaración o informe preceptivo. — SI [ ] NO [ ] 8. Se ha cumplido con las normas de información y publicidad (Reglamento (CE) nº 1159/2000, de la Comisión, de 30 de mayo. — SI [X] NO [ ]	El IAM ha incorporado un check-list en las certificaciones en el que se hace referencia, en el último punto, al cumplimiento o no de los requisitos informativos y publicitarios asociados a los Fondos Europeos.
JUNTA DE ANDALUCIA CONSEJERÍA DE CULTURA Dirección General del Libro y del Patrimonio Bibliográfico y Documental *Servicio del Libro, Bibliotecas y Centros de Documentación* Fecha: Sevilla, 1 de diciembre de 2005 Su referencia: Nuestra referencia: SLBCD/DB/ Asunto: Abono de la subvención de construcción de bibliotecas 2005 **Escrito dirigido a los Ayuntamientos que se detallan en listado adjunto** SALIDA — JUNTA DE ANDALUCIA — CONSEJERÍA DE CULTURA — – 5 DIC. 2005 1053 Tal y como le comunicamos en nuestro escrito de 8 de noviembre de 2005 se le ha concedido una subvención para la construcción de bibliotecas públicas municipales. A tales efectos, le dirijo este escrito para recordarle el procedimiento vigente respecto al abono y publicidad de la subvención: **1. Abono de la subvención:** a) Abono inicial del 25 % de la subvención, a la presentación de la firma del acta de comprobación del replanteo, lo cual habrá de tener lugar en un plazo no superior a un mes desde la fecha de formalización del contrato. La justificación de que el importe ha sido aplicado a su destino se realizará mediante la presentación de las correspondientes certificaciones de obras, hasta alcanzar el valor de dicho importe. b) Abono de hasta el 70 % de la subvención, en firme, con la presentación de las correspondientes certificaciones de obras. c) Abono del 5 % restante de la subvención, en firme, con la presentación del acta de recepción final de las obras, las certificaciones de obras no presentadas en la fase anterior hasta completar el importe total de la inversión y un certificado del representante de la Entidad local de que el importe total de la subvención ha sido destinado al objeto para el que se concedió. **2. Publicidad de la subvención.** En el recinto donde radiquen las obras el promotor está obligado a colocar, en lugar visible, un cartel en el que deberá figurar el símbolo de la Junta de Andalucía y la financiación de la Consejería de Cultura, según modelo que será facilitado por la Dirección General del Libro y del Patrimonio Bibliográfico y Documental. Para municipios de menos de 20.000 habitantes (financiados con fondos FEDER) habrá que cumplir lo dispuesto en las normas y publicidad prevista en el Reglamento (CE) nº 1159/2000 de la Comisión de 30 de mayo de 2000. **Para más información pueden dirigirse al teléfono: 955036733 (preguntar por Magdalena)** LA JEFA DEL SERVICIO DEL LIBRO, BIBLIOTECAS Y CENTROS DE DOCUMENTACIÓN Fdo.: Isabel Ortega Vaquero	Desde el Servicio del Libro, Bibliotecas y Centros de Documentación de la Consejería de Cultura se envía una carta recordatoria, a los beneficiarios de las ayudas cofinanciadas, sobre las condiciones de abono y publicidad de las actuaciones.

3.2. El desarrollo de medidas de iniciativa propia

Las tareas de comunicación desarrolladas por la DG de Fondos Europeos, junto con las realizadas por los órganos gestores del Programa, se han visto reforzadas y complementadas por las actividades y acciones de difusión y publicidad emprendidas por algunos gestores y beneficiarios de las actuaciones, lo que supone un importante **efecto multiplicador.**

Además de los instrumentos de información y publicidad mencionados por la normativa europea, se han desarrollado una serie de medidas de iniciativa propia por algunos de los gestores.

La normativa comunitaria en materia de información y publicidad, regula el contenido y utilización de los instrumentos considerados de uso obligatorio, tales como vallas y placas –en el caso de infraestructuras- o carteles –en el caso de ayudas a empresas-. No obstante, la utilización de instrumentos de información y publicidad de iniciativa propia no exime del cumplimiento de la normativa. En este sentido, ha podido comprobarse un amplio acatamiento de las disposiciones en esta materia (se incluye siempre el logo comunitario, seguido del texto adecuado en la práctica totalidad de los casos), llegando a alcanzar un cumplimiento mayor que las medidas obligatorias.

Esto puede explicarse debido a una necesidad mayor de información en el caso de utilización de instrumentos de publicidad no convencionales, cuya utilización suele ocasionar dudas vinculadas a su novedad, y que conlleva un conocimiento en profundidad de los requisitos, tanto de contenido como de diseño.

Las medidas de iniciativa propia se caracterizan por su vistosidad y originalidad, por lo que el impacto obtenido, relativo a la difusión de la fuente de financiación europea, es elevado.

Hay que señalar que las medidas de iniciativa propia pertenecientes al Fondo Social Europeo son las más numerosas. Esto es motivado por la naturaleza de este tipo de actuaciones, que requieren un mayor número de instrumentos publicitarios, ya sea para dar a conocer las acciones, como para dar soporte a las mismas. Entre los instrumentos vinculados a estas medidas destacan, por ejemplo, el material de papelería: cuadernos, tarjetas de citas, carpetas, marcapáginas y alfombrillas para el ratón, etc. utilizados, entre otros, por la Consejería de Igualdad y Bienestar Social (Tabla 27).

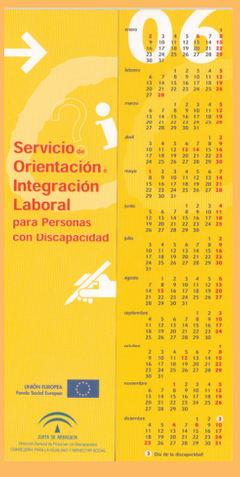
Tabla 27: Medidas de iniciativa propia referentes al material de papelería.

FSE: Material de Papelería

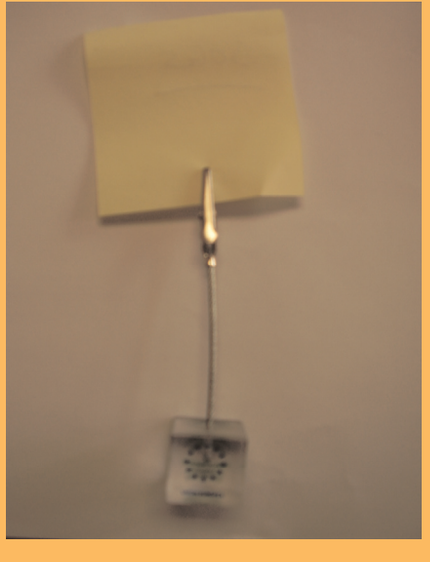
"SOIL"
Consejería de Igualdad y Bienestar Social.

FSE: Material de Papelería

"SOIL"
Consejería de Igualdad y Bienestar Social.



Consejería de Empleo. DG de Formación para el Empleo



Por su parte, la Consejería de Empleo ha distribuido diverso material de papelería –agendas, bolígrafos o sujetapapeles- para difundir sus medidas. Asimismo, los uniformes, carnets de estudiantes o placas identificativas de mesa, utilizadas en las medidas de esta Consejería, hacen clara referencia a la cofinanciación comunitaria mediante la utilización del emblema comunitario (Tabla 28).

El Instituto Andaluz de la Mujer se ha decantado, por su parte, por los bolsos y mochilas como instrumento de difusión de sus actividades, en el marco de los proyectos VIVEM y OPTIMA.

Tabla 28: Otras medidas de iniciativa propia en actuaciones cofinanciadas por el FSE.

FSE: Otras medidas propias

"Andalucía Orienta"
Consejería de Empleo. DG de Intermediación e Inserción Laboral

"Escuelas Consorcios", (Medida 4.8).
Consejería de Empleo. DG. Formación para el Empleo).

Instituto Andaluz de la Mujer

A pesar de la mayor profusión de medidas de iniciativa propia en el marco del FSE, también destacan ciertos instrumentos utilizados en actuaciones de FEDER y de FEOGA.

Los instrumentos publicitarios de esta índole, utilizados en medidas cofinanciadas por FEDER, destacan por su singularidad (Tabla 29). Ejemplo de ello es la utilización de un autobús habilitado como *Sala Itinerante de Emergencias de Andalucía* –en el marco de la Medida "Sistema de gestión de Emergencia 112 Andalucía"-. Asimismo, durante la inauguración de la Autovía Huelva-Punta Umbría ha sido utilizado un globo aerostático, que mostraba de un modo muy visible la participación comunitaria en este proyecto.

El material de papelería y de documentación ha sido igualmente utilizado en algunas de las medidas de FEDER, tales como calendarios –en el caso de la Consejería de Gobernación, para el proyecto apenas mencionado del "Sistema de Emergencia 112 Andalucía"-, o carpetas de documentación, -en el marco de la noticia estrella "A381 Autovía Jerez-Los Barrios"-.

Por otra parte, la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte ha utilizado medidas propias de publicidad dentro de la Medida 1.10 "Campañas de Publicidad". En esta ocasión se han creado lonas publicitarias para promocionar el turismo en Andalucía durante la celebración de la Feria de San Isidro, en Madrid, así como Mupis luminosos en la campaña de promoción turística de Andalucía en el extranjero.

Tabla 29: Medidas de iniciativa propia en actuaciones cofinanciadas por el FEDER.

FEDER

"Sistema de Gestión Emergencia 112 Andalucía" (Medida 2.7).
Consejería de Gobernación. DG de Política Interior

Autovía Huelva-Punta Umbría" y "Autovía A-381 Jerez-Los Barrios".
Consejería de Obras Públicas y Transportes. DG de Carreteras

FEDER

"Campañas de Publicidad", (Medida 1.10).
Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. D.G. de Promoción y Comercialización Turística).

Por último, destaca la utilización de adhesivos identificativos para el material adquirido a través de financiación comunitaria, en medidas de FEOGA, FEDER y FSE (Tabla 30). Estos adhesivos, que tienen la finalidad de identificar el equipamiento cofinanciado, incluyen claramente el logo comunitario, ya sea junto al emblema de la Junta de Andalucía, como en solitario.

Las Consejerías que han utilizado este recurso son Agricultura y Pesca e Igualdad y Bienestar Social, así como el Instituto Andaluz de Investigación y Formación Agraria y Pesquera.

Tabla 30: Otras medidas de iniciativa propia en actuaciones cofinanciadas por FEDER, FEOGA y FSE.

Adhesivos identificativos

IFAPAPE. Instituto Andaluz de Investigación). Medida 4.16 "Cursos de mujeres".

"Construcción de Centros de Servicios Sociales Comunitarios"(Medida 5.9) FEDER. Consejería para la Igualdad y el Bienestar Social. DG de Servicios Sociales e Inclusión.

Adhesivos identificativos

Consejería de Agricultura y Pesca. DG de Industrias y Promoción Agroalimentarias. Medida 7.8 "Laboratorios Agroalimentarios".

Hay que señalar, por tanto, que las medidas de iniciativa propia en el ámbito de las actividades cofinanciadas cumplen, de forma generalizada, con los requisitos establecidos por la normativa comunitaria. En este sentido, se ha podido comprobar la mención a la financiación de la UE en todas ellas, mediante la utilización del logo de la Unión Europea, y sólo se han detectado ciertas deficiencias en el diseño del emblema comunitario, tales como la no-indicación del término "Unión Europea", que es de uso obligatorio.

3.3 Orientaciones/requisitos normativos en materia de información y publicidad para el próximo periodo de programación 2007-2013.

Desde los primeros años del actual periodo de programación, la Comisión Europea ha dirigido parte de sus esfuerzos a concienciar a los diferentes países miembros, sobre la importancia que ha de concederse a la información y publicidad de las ayudas cofinanciadas con fondos europeos –si bien desde 1975, y aún más desde 1993, ya se establecían medidas publicitarias, aunque con pobres resultados en términos de homogeneidad-.

De esta manera, y con el propósito de conseguir una mayor homogeneidad y un mayor grado de coordinación entre las instituciones, la normativa europea para el actual periodo de programación estableció una serie de directrices informativas y publicitarias como un requisito más en la gestión de las ayudas comunitarias –Reglamentos (CE) 1260/1999 y 1159/2000-.

Fruto de esta nueva normativa, y con la intención de facilitar el cumplimiento de la misma, se han publicado varios documentos de referencia –entre otros, la "*Guía Práctica sobre la comunicación relacionados con los Fondos Estructurales, 2000-2006" de la Comisión*"-, y se ha creado un *Equipo de Información de Fondos Estructurales* (2002) - aproximadamente con 50 responsables de 23 países miembros- para trabajar y avanzar, conjuntamente, en este terreno y orientar así a todos los organismos implicados en el cumplimiento de los objetivos establecidos en este terreno al respecto. En particular:

- Informar a los beneficiarios finales y potenciales, así como al resto de organismos intermedios, de las posibilidades que ofrece la Unión Europea, conjuntamente con, en este caso, la Junta de Andalucía ➡ **Transparencia**
- Informar a la opinión pública sobre el papel y la efectividad de la intervención conjunta ➡ **Visibilidad**

Realizando estas tareas, de información y publicidad, con el formato más homogéneo posible ➡ **Identidad Corporativa Europea**

Sin embargo, en términos generales[1], no ha sido hasta mediados del periodo cuando se ha empezado a hacer un especial hincapié, desde las distintas Administraciones nacionales y regionales, en la consecución de estos requisitos –como ahora se pretende, de nuevo, enfatizar con el *Libro Blanco de la Comisión sobre la política europea de comunicación*-.

En consecuencia, y para reforzar el interés y el cumplimiento de los principales objetivos de esta normativa, la Comisión está preparándose para el próximo período 2007-2013, si bien, ya ha adelantado algunos preceptos que merecen ser destacados (Esquema 8):

- **1.** Los Estados miembros y Autoridades de Gestión correspondientes, en este caso la DG de Fondos Europeos de la Junta de Andalucía, serán de nuevo los responsables de que la información y publicidad de los Programas Operativos llegue a los beneficiarios y a la población en general (articulo 68 del Reglamento por el que se establecen las disposiciones relativas al Fondo Europeo de Desarrollo Regional, al Fondo Social Europeo y al Fondo de Cohesión para el próximo periodo).

- **2.** El Plan de Información y Publicidad ya no deberá aparecer en el Complemento del Programa de los Programas Operativos (puesto que éste desaparece) y, en consecuencia:

- **3.** La Autoridad de gestión deberá elaborar un Plan de Información y Publicidad único para cada uno de los Programas Operativos que gestione, si bien existe la posibilidad de aunar en un sólo Plan de Información y Publicidad varios Programas Operativos, siempre que éstos estén cofinanciados por los mismos Fondos.

- **4.** En el primer caso, elaboración de un Plan único por Programa, el Plan ha de ser enviado a la Comisión en los tres primeros meses de aprobación del Programa Operativo pertinente. En el segundo caso, el Plan de Información y Publicidad ha de enviarse a la Comisión antes del 31 de diciembre de 2007.

- **5.** No obstante, los requisitos de contenido establecidos para los Planes de Información y Publicidad no variarán en términos generales.

- **6.** Asimismo, permanecen las acciones de seguimiento de los Planes, es decir:

  - Presentación en los Comités de Seguimiento de las principales fases de la programación informativa y publicitaria acometidas, con ejemplos concretos.

  - La Autoridad de Gestión debe velar por que las medidas informativas y publicitarias sean recogidas en los informes anuales y final de ejecución, y demás informes para la Comisión, junto con la evaluación de dichas actividades (prevista su entrega para el año 2010).

  - Para ello, podrán utilizarse, de forma conveniente y proporcionada, las ayudas provenientes del Eje de Asistencia Técnica.

- **7.** De acuerdo con el **Articulo 9,** los eslóganes que han de acompañar al emblema europeo para difundir el objetivo de los distintos FFEE entre la ciudadanía son:

  - *Aquí Europa está invirtiendo en tu futuro* (Fondo Europeo de Desarrollo Regional y Fondo de Cohesión).

  - *Empleos y nuevas oportunidades para todos* (Fondo Social Europeo).

[1] *En la Jornada Europea sobre Información y Publicidad de los FFEE de la Comunidad de Madrid, que tuvo lugar en Madrid (Marzo 2005), Mr. Luigi Nigri (experto de la Comisión en publicidad de las actuaciones cofinanciadas por Fondos Estructurales) dejó patente la importancia de estos temas en la evolución futura de la Unión Europea, así como el paulatino incremento de forma generalizada por los países miembros en el cumplimiento de la normativa publicitaria, en los últimos años.*

- **8.** Diferenciar y clarificar las responsabilidades de la Autoridad de Gestión de las correspondientes a los beneficiarios de las ayudas.

- **9.** La **Autoridad de Gestión** debe informar a la opinión pública, con los medios de comunicación más adecuados para cada caso, de la aprobación del Programa Operativo, de sus principales logros y de su finalización. Para ello, además se establecen, como requerimientos obligatorios, los siguientes:

  - Elaboración de, al menos, una campaña audiovisual en la que se resuman los principales logros obtenidos con el/los Programas/s Operativo/s –dependiendo de si existe un único Plan por Programa Operativo o si uno engloba a varios-.

  - Cada 9 de mayo la bandera europea ondeará, durante una semana, en todos aquellos lugares que reciban ayudas europeas, así como en los centros donde se impartan cursos cofinanciados por el FSE.

  - Y, en particular, debe asegurarse que los beneficiarios de proyectos cofinanciados por el FSE son conscientes de recibir estas ayudas.

- **10.** Los **Beneficiarios** de ayudas cofinanciadas con fondos europeos tienen, por otra parte, mayores responsabilidades:

  - Se elimina la restricción presupuestaria para la obligatoriedad de colocación de vallas. Es decir, para el próximo periodo los beneficiarios colocarán una valla en todos los lugares en los que se lleven a cabo proyectos en infraestructuras, y no sólo en aquellos en los que la inversión exceda de los 0,5 millones de euros (en caso del IFOP) o de los 3 millones de euros (para el resto de fondos) como hasta ahora.

  - Igualmente, para el próximo periodo, la colocación de la placa en sustitución de las vallas, será permanente, visible y de un tamaño adecuado. Sin embargo, ésta habrá de sustituirse 6 meses después de la finalización del proyecto.

  - Las vallas y placas contendrán el emblema europeo y el eslogan correspondiente, -de acuerdo con lo establecido en el artículo 9-, ocupando para ello al menos, el 25% de las vallas y de las placas.

  En el caso de los proyectos cofinanciados por el FSE deberá:

  - Comunicarle al beneficiario último, de forma clara y explicita, que el proyecto del que está participando pertenece a un Programa Operativo y que está cofinanciado por el FSE.

  - Los diplomas deben reflejar la cofinanciación del FSE.

  - Las medidas publicitarias que se realicen al efecto, deben incluir el emblema comunitario y el eslogan del FSE (artículo 9).

- **11.** Creación de una **Red de trabajo** con la finalidad de poder facilitar el intercambio de experiencias y buenas prácticas en materia publicitaria de los distintos Fondos. Por consiguiente:

  - Cada autoridad de gestión señalará a una o varias personas responsables en estos aspectos para que informen a su vez a la Comisión.

  - La Comisión se encargará y responsabilizará de la coordinación de esta red de trabajo, compuesta por las diferentes personas designadas por las autoridades de gestión competentes.

Esquema 8. Cambios en la normativa europea sobre publicidad para el próximo período.

PERIODO 2000-2006 → **PERIODO 2007-2013**

MANTENIMIENTO	VARIACIÓN	INCORPORACIÓN
• Plan de Información y Publicidad • Persona de contacto con Bruselas	• 3 nuevos slogans (FSE, FEDER y F. Cohesión) • Mayor importancia al Seguimiento y evaluación de las acciones realizadas. • Acciones más adecuadas según público destinatario (benef., potenciales benef., público) • Clarificar las distintas responsabilidades de: – Autoridad de Gestión. – Beneficiarios	• Nuevos requisitos mínimos para la Autoridad de Gestión • Vallas para todos los proyectos de infraestruc.: Eliminación criterio 3 millones de Euros • Redes de trabajo

Fuente: Elaboración propia

4. Alcance de las actuaciones informativas y publicitarias en cumplimiento de los objetivos específicos comunitarios

4. Alcance de las actuaciones informativas y publicitarias en cumplimiento de los objetivos específicos comunitarios.

El objetivo principal de este trabajo consiste en la valoración del alcance que las actuaciones publicitarias e informativas, desarrolladas dentro del Plan de información y Publicidad del POI de Andalucía, han tenido -en términos de calidad y efectividad- en el cumplimiento del doble objetivo perseguido por éste. En consecuencia, y una vez analizada la calidad de los instrumentos publicitarios empleados (capítulo anterior), en este capítulo lo que se pretende es:

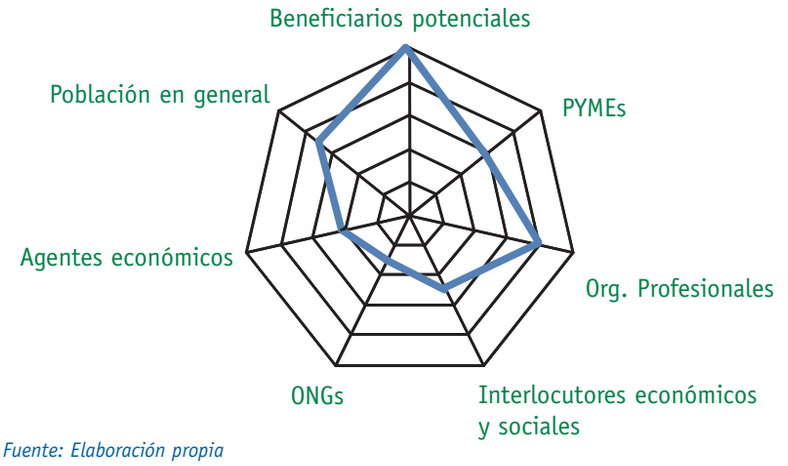
- Evaluar el Plan en términos de **transparencia,** para lo cual se ha tenido en cuenta la valoración que han realizado los gestores del impacto de estas actividades sobre los Beneficiarios.
- Evaluar el Plan en términos de obtención de una **concienciación pública;** esto es, del posible impacto del Plan sobre la ciudadanía andaluza (resultados obtenidos a partir de la encuesta realizada a la opinión pública).

4.1. Valoración de las actuaciones informativas y publicitarias realizadas en términos de Transparencia

En primer lugar, para valorar en qué grado han contribuido las diferentes actividades y procedimientos realizados al cumplimiento de los requisitos normativos para favorecer la transparencia en la comunicación de las posibilidades que la Unión Europea ofrece a todos los ciudadanos de la región andaluza -sean o no beneficiarios directos de las ayudas- se ha considerado, básicamente, la opinión directa de los distintos órganos gestores del Programa.

Una primera aproximación del alcance obtenido por los distintos instrumentos utilizados, en este período, es el análisis del público objetivo para el que fueron diseñados cada uno de ellos. El Gráfico 1 pone de manifiesto cómo la mayor parte de las medidas de información y publicidad se han dirigido a los beneficiarios potenciales de las ayudas; resultado lógico, por otra parte, por encima de organizaciones empresariales y empresas. No obstante, el gráfico también señala la movilización de ONGs y otros agentes económicos a través de las diferentes acciones adoptadas. Asimismo, cabe destacar el significativo volumen de actividades que, al tiempo que han permitido informar a los destinatarios de las ayudas, han hecho posible dar a conocer las ayudas a la población.

Gráfico 1. Grado de Alcance de las medidas informativas y publicitarias realizadas, según la opinión de los gestores.



Fuente: Elaboración propia

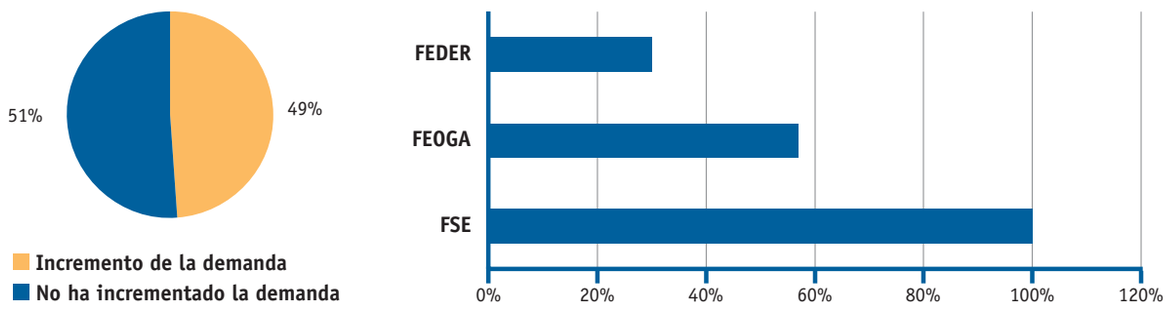
Este hecho determina que proyectos concretos -cuyo volumen, por lo general, es más reducido, y que benefician a un volumen más limitado de personas o de espacios determinados- tengan una repercusión global mucho menor, a diferencia de aquellos otros proyectos cuyos beneficios se extienden a amplios segmentos de la población y/o del territorio, a los que va asociada una mayor diversidad de medidas informativas y publicitarias.

Sin embargo, el impacto que, finalmente, hayan tenido estas actuaciones de difusión e información sobre los beneficiarios es otra cuestión. Una alternativa posible para valorar la eficacia de las actividades realizadas, en relación con este objetivo de transparencia de las ayudas comunitarias, es conocer:

- los efectos que este tipo de actuaciones han tenido sobre la demanda de las ayudas, y
- la opinión de los gestores sobre los medios utilizados que, según su experiencia, han tenido una mayor repercusión.

De acuerdo con la opinión de, aproximadamente, la mitad de los gestores entrevistados, la aplicación de estas actuaciones –no sólo en los proyectos analizados, sino en su quehacer habitual- ha derivado en una mayor demanda de las ayudas por parte de los beneficiarios (Gráfico 2). En particular, en el caso de los proyectos del FSE, las actividades informativas desarrolladas son más directas y superiores en número que en el caso de actuaciones cofinanciadas por otros Fondos -debido a la mayor necesidad de realización de actuaciones de esta índole para informar al ciudadano, en los proyectos del FSE, que en los dirigidos a las empresas, dado que éstas están más acostumbradas a la búsqueda de información para recibir ayudas-.

Gráfico 2. Porcentaje de gestores que consideran que las medidas publicitarias e informativas ha repercutido en un incremento de la demanda.

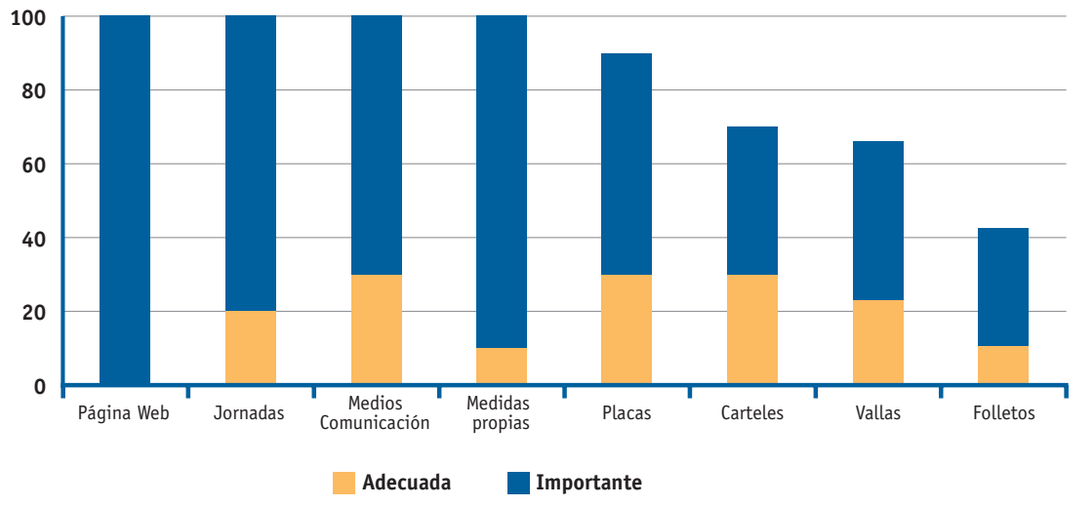


Fuente: Elaboración propia

En este sentido, habría que destacar que el 83% de los gestores entrevistados afirma, no sólo haber aumentado el número de medidas informativas y publicitarias a lo largo de este periodo, sino que, además, ha sido cada vez más estricto en el cumplimiento de los requisitos establecidos por la normativa europea.

Tal y como establecen los Reglamentos, en función del tipo de proyecto y la cuantía de los mismos, se exigen un mínimo de medidas a poner en práctica para llevar a cabo la publicidad de las actuaciones cofinanciadas. El Gráfico 3 pone de relieve cuáles son los instrumentos que, en opinión de los gestores que los utilizan, logran un mayor impacto sobre sus destinatarios. Como se observa en dicho gráfico, la Web, las jornadas y las medidas propias son las que consiguen mayores resultados generales. Entre los instrumentos con menores logros, *los gestores comentaron que el menor impacto de las vallas se debía a que, en ocasiones, se sitúan en lugares de poco tránsito, pero donde se realiza la actuación.*

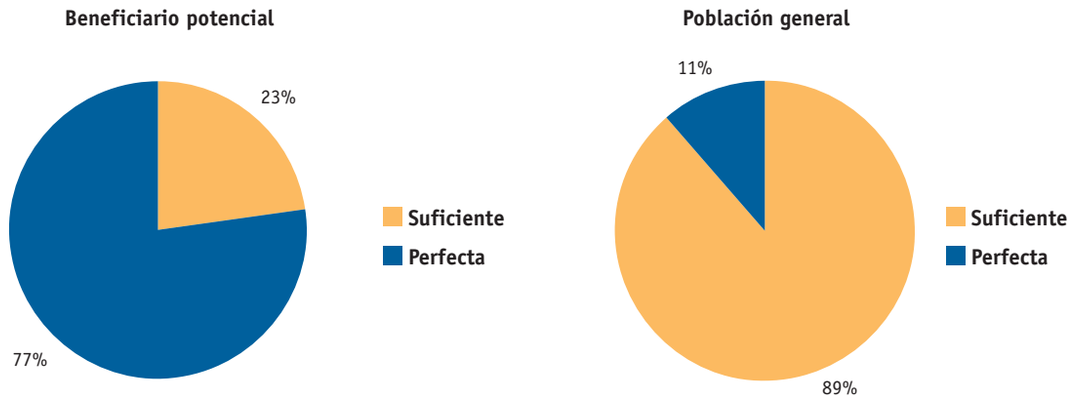
Gráfico 3. Valoración de los gestores del grado de repercusión de los distintos instrumentos.



Fuente: Elaboración propia

Por último y, en base a lo anterior, los gestores consideran que los destinatarios de las ayudas, teniendo en cuenta las actividades que realizan, son totalmente conscientes del tipo de ayudas que están recibiendo. Para el resto de ciudadanos andaluces, a pesar de poner a su disposición suficiente información, el efecto conseguido estimado es mucho menor (Gráfico 4).

Gráfico 4. Alcance de las actuaciones sobre beneficiarios potenciales y población andaluza, según los gestores.



Fuente: Elaboración propia

4.2. Valoración de las actuaciones informativas y publicitarias realizadas en términos de concienciación de la opinión pública

Las actividades desarrolladas para favorecer la visibilidad de la participación comunitaria en el conjunto de la sociedad no sólo dependen, tal y como se ha visto a lo largo del informe, de las desarrolladas por los órganos gestores del POI, sino también de las realizadas desde la DG de Fondos Europeos de la Junta de Andalucía.

En particular, como se ha puesto de manifiesto -sobre todo, en el capítulo 2 y en el epígrafe anterior- en términos relativos, el impacto promocional de las actuaciones aplicadas por los órganos gestores se ha concentrado más intensivamente en los colectivos directamente afectados por los proyectos, mientras que las diseñadas por la Autoridad de Gestión han tenido como principal objetivo la población en general.

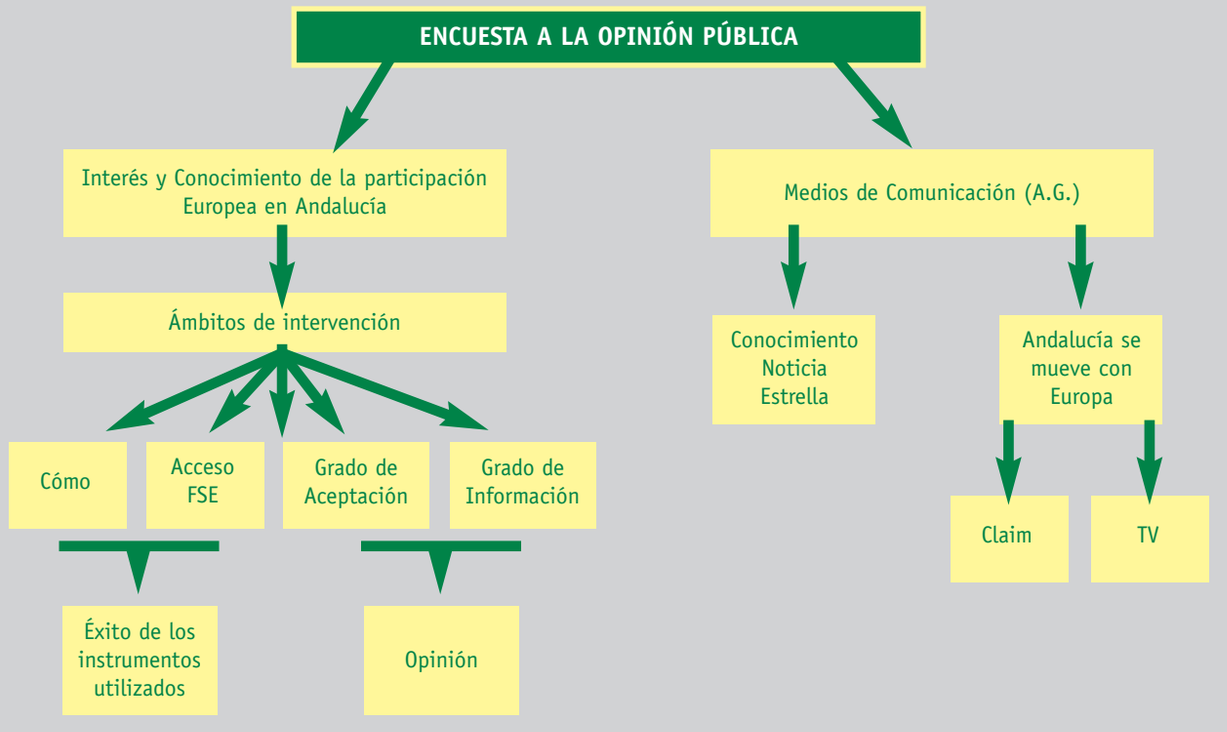
No obstante, el 57,5% de los gestores del POI de Andalucía entrevistados cree que, gracias a las medidas informativas y publicitarias que se realizan, se logra **considerablemente** el reconocimiento del papel y del apoyo que ofrecen los Fondos Europeos a Andalucía, y un 40% de los gestores piensa que se alcanza en un grado **suficiente.**

Para comprobar estos resultados y valorar, de manera aproximada, el éxito de las actuaciones informativas y publicitarias realizadas –dadas las limitaciones existentes para su cuantificación- el equipo evaluador, en consenso con la DG de Fondos Europeos, ha diseñado una encuesta a la población andaluza (véanse capitulo metodológico y anexo III).

El Esquema 9 muestra, a grandes rasgos, cuáles son los principales objetivos que se persiguen con la encuesta. Por un lado, conocer el grado de interés y nivel de conocimiento que tiene la población andaluza sobre las intervenciones europeas en la región y, en concreto, qué ámbitos son los que más se conocen, de qué forma han adquirido dicho conocimiento, cuál es la opinión que les merece la intervención europea y hasta qué punto se consideran informados al respecto. De esta forma, se pretende obtener información relevante acerca del éxito de los instrumentos utilizados y de la opinión que los andaluces tienen sobre los beneficios que genera la intervención, en favor de su calidad de vida.

Asimismo, se ha preguntado acerca del conocimiento de la población por algunos aspectos de la campaña publicitaria e informativa, realizada por la DGFE.

Esquema 9. Grandes objetivos de la Encuesta a la opinión pública



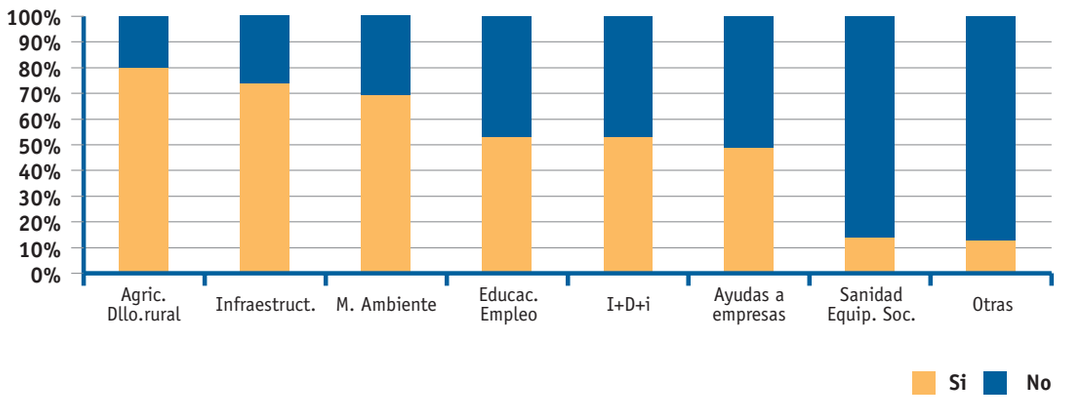
Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con los resultados obtenidos de la encuesta a la población, una vez depurados y relativizados los datos -y con la prudencia con la que éstos han de ser valorados- se ha denotado un elevado interés y conocimiento global, por parte de los andaluces encuestados, sobre la inversión que Europa hace en Andalucía, así como un elevado grado de aceptación y concienciación positiva sobre los beneficios que esta intervención genera, en términos de calidad de vida de sus ciudadanos.

En concreto, cabe destacar los siguientes resultados:

- El 68% de los encuestados afirma que le interesan mucho/bastante las noticias relacionadas con la Unión Europea. Tan sólo un 30% manifiesta poco interés.
- El 78% de la población encuestada sabe que Europa está invirtiendo en Andalucía, porcentaje que asciende hasta el 86% en el caso de haber manifestado un gran interés en aspectos relativos a la Unión Europea.
- En lo relativo al conocimiento que tienen los andaluces sobre los ámbitos concretos en los que Europa está invirtiendo dentro de su región, (Gráfico 5) sobresalen la Agricultura (80%), las Infraestructuras (74%) y los proyectos relacionados con el Medio Ambiente (69%). En menor medida, en torno al 50% de los ciudadanos que conocen que Europa está invirtiendo en la región, perciben que se está actuando a favor de la educación y del empleo, de la Investigación, Desarrollo e Innovación y que se está apoyando a las empresas.

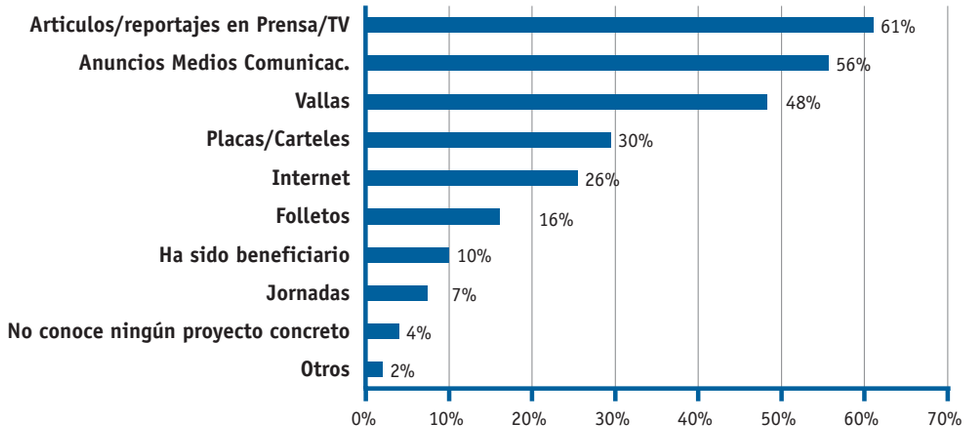
Gráfico 5. Nivel de conocimiento de la población de los ámbitos en los que invierte la Unión Europea en Andalucía.



Fuente: Elaboración propia

- En este sentido, y para obtener más información acerca del mayor o menor éxito de los instrumentos informativos y publicitarios empleados, el Gráfico 6 muestra cómo los artículos y anuncios en los medios de comunicación constituyen las principales vías de acceso para que los ciudadanos tengan información sobre los proyectos concretos que se están realizando.
- Con mayor grado de detalle, el 58% de los ciudadanos que sabe que Europa está invirtiendo en infraestructuras en Andalucía, se ha enterado a través de las vallas publicitarias.
- Asimismo, se ha detectado, entre los ciudadanos andaluces que conocen que Europa está invirtiendo en educación y empleo en la región, el desconocimiento generalizado de cómo acceder a dichas ayudas. Las ayudas para la formación y el autoempleo son las más conocidas, frente a lo que ocurre con las ayudas específicas a mujeres (Tabla 31).

Gráfico 6. De qué modo han tenido conocimiento los ciudadanos de proyectos concretos cofinanciados con fondos europeos.



Fuente: Elaboración propia

Tabla 31. Porcentaje de ciudadanos que sabe donde dirigirse en caso de querer solicitar una ayuda del FSE cofinanciada por la Unión Europea.

Ámbito	Sí	No	No conocía ayudas
Ayudas para la formación	33,3%	52,4%	11,9%
Ayudas para el empleo	28,6%	50,0%	19,1%
Ayudas para la creación de negocios	31,0%	46,4%	19,1%
Ayudas para los jóvenes	25,0%	53,6%	20,2%
Ayudas para la incorporación de la mujer al mercado de trabajo	21,4%	50,0%	25,0%

Fuente: Elaboración Propia.

- Por otro lado, cabe destacar que un 24% de los andaluces encuestados considera estar muy bien o bastante informado, y un 64% afirma tener poca información sobre los asuntos relacionados con la Unión Europea.
- De una forma u otra, aproximadamente el 60% de los encuestados considera muy importante para el progreso de Andalucía la participación conjunta de la Administración con la Unión Europea.

- Esta percepción global positiva se confirma cuando se les ha preguntado su opinión acerca de su valoración sobre si estas actuaciones generan beneficios a favor de la calidad de vida de los andaluces. En concreto, el 74,8% cree que son muchos/bastantes los beneficios que estas ayudas originan.

- En cuanto a la acción publicitaria elaborada por la DG de Fondos de la Junta de Andalucía, se seleccionó un par de noticias estrella (la de la Autovía Jerez-Los Barrios y la del Parque de las Ciencias de Granada), para preguntar a la población si sabía que, para ambas construcciones, había contribuido la Unión Europea. Un 28,8% de los encuestados afirmó conocer dicha participación en alguno de los dos proyectos.

- Por otra parte, un 8% de los entrevistados ha visto en televisión el anuncio "Andalucía se mueve con Europa" sobre el POI, aunque un porcentaje superior -el 27,8% de los encuestados- ha oído o visto alguna vez este eslogan diseñado por la DGFE. Además, el 18,75% de los que han visto el anuncio se han fijado en el emblema europeo al final del mismo.

Por último, y con la finalidad de obtener mayor información acerca del perfil del ciudadano que conoce y se interesa por este tipo de noticias relacionados con la Unión Europea, se les preguntó también a los encuestados por algunos rasgos básicos personales -relativos a su edad, educación y situación laboral-. Aunque no conviene dar cifras exactas[1], se pueden destacar algunos resultados interesantes (Gráfico 7):

- Por grupos de edad, se observa que las personas entre 40-65 años son las que más conocen la participación europea en la región, así como son las que se consideran más interesadas e informadas sobre estos temas.

- De acuerdo con el nivel educativo de los individuos entrevistados, cuanto más elevada es su formación, mejores resultados se han obtenido.

- En función de su situación laboral, los estudiantes y parados son los mayores conocedores de la actividad europea en Andalucía.

- Si se tiene en cuenta el perfil de los encuestados a la hora de diferenciar los medios e instrumentos a través de los cuales han sido conscientes de la participación europea en la región (Gráfico 7) se obtienen resultados curiosos:

- Entre los estudiantes, y por consiguiente ciudadanos más jóvenes, con un buen nivel de estudios, Internet constituye una mayor fuente de acceso a la información –principalmente entre los menores de 25 años-. También es un importante medio de acceso para los parados.

- Los artículos y anuncios en medios de comunicación son efectivos entre los empresarios y, más aún, entre los parados, con estudios secundarios. Para este último grupo -parados- sobresale, además, la efectividad que tienen, sobre ellos, los folletos, trípticos y similares.

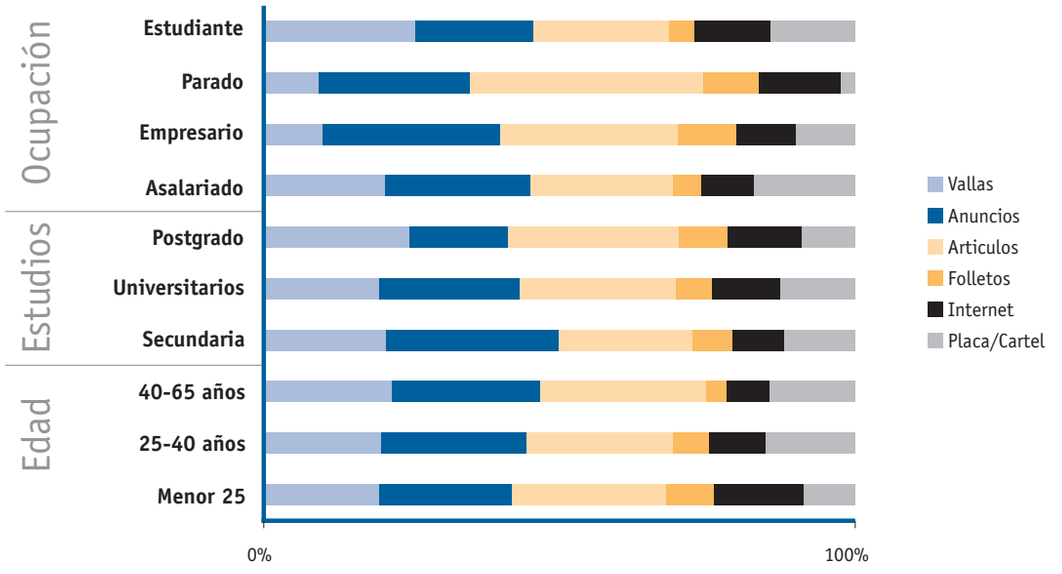
- Los estudiantes de postgrado y estudios universitarios, seguidos de los ocupados, son los colectivos sobre los que tienen mayor incidencia las vallas.

- Por otra parte, cuanto mayor edad y nivel de estudios poseen los ciudadanos más elevada es la consideración que éstos tienen acerca de los beneficios y la importancia derivados de la participación europea en Andalucía, al mismo tiempo que más informados se consideran.

- Por último, en cuanto al acceso y conocimiento de las ayudas cofinanciadas por el FSE, se ha advertido que, cuanto mayor es la edad y más elevados son los estudios, mayor conocimiento se posee de la existencia de las ayudas, si bien son los más jóvenes los que mejor saben dónde acudir para solicitarlas.

[1] *La encuesta realizada no es significativa por grupos de edad, estudios, etc.*

Gráfico 7. Éxito de los instrumentos informativos y publicitarios según el perfil de los individuos encuestados.



Fuente: Elaboración propia

4.3. Alcance de las Actuaciones de Información y Publicidad: Indicadores de medición

Como se ha hecho referencia, una de las novedades de los Reglamentos de este período, ha sido la evaluación de los Planes de Información. Para ello, la *Guía Práctica sobre la Comunicación de los Fondos Estructurales, 2000-2006* proponía utilizar indicadores de medición, algunos de ellos concretos, para poder evaluar, con posterioridad, la calidad y efectividad de las medidas informativas y publicitarias desarrolladas dentro de los planes de información y publicidad de los programas (Tabla 32).

Tabla 32. Indicadores de Efectividad de los Indicadores de medición propuestos por la Guía Práctica sobre la Comunicación de los Fondos Estructurales, 2000-2006.

Tipo de Indicadores		Indicadores / Criterios
Efectividad	Indicadores de impacto	• Variación (+/-) de los niveles de transparencia ("saber más" acerca de los medios de acceso a los FFEE) • Variación (+/-) de los niveles de concienciación ("saber más" acerca de la acción de la Unión en relación con los FFEE)
	Indicadores de resultado	• Métodos de información y publicidad empleados – Cambios en términos de transparencia y concienciación – Cambios en términos de resultados producidos por las medidas e instrumentos

Tipo de Indicadores		Indicadores / Criterios
EFECTIVIDAD	Indicadores de mejoría	• Mejoría efectiva de los instrumentos/métodos utilizados por el Plan en relación con los inicialmente planificados
	Indicadores presupuestarios	• Evaluación de los recursos financieros utilizados para la puesta en práctica de las acciones publicitarias e informativas
CALIDAD		Cada producto/método tiene un indicador especifico

Fuente: Elaboración propia.

Sin embargo, debido a que el diseño de los indicadores se ha realizado durante la evaluación del Plan de Información y Publicidad, algunos de ellos no han podido ser, finalmente, desarrollados o, al menos, no con la intensidad con la que se hubiera deseado. No obstante, como muestra la Tabla 33, son muchos los indicadores que han podido ser construidos gracias a la información obtenida con las entrevistas a los gestores, las encuestas a los ciudadanos y mediante el análisis de la información y documentación proporcionada por los gestores del POI de Andalucía y por la propia DGFE.

Tabla 33. Indicadores definidos para la medición de los principales objetivos perseguidos en el Plan de Información y Comunicación del POIA.

Tipo de Indicador			Indicadores Diseñados	
EFECTIVIDAD	IMPACTO	TRANSPARENCIA	**Transparencia**	• 98% gestores considera, al menos suficiente, que la información llega a lo beneficiarios. • 85% de los gestores considera que las acciones publicitarias realizadas garantizan la transparencia. • 24% de la población encuestada se considera informada de las acciones comunitarias en la región. • 65% de los proyectos especifican en las solicitudes/comunicaciones, etc. de las ayudas alguna referencia a la cofinanciación (emblema europeo, indicación del fondo participante, etc.) • En el 75% de los proyectos analizados se transmite la información sobre la cofinanciación a través de los distintos beneficiarios participantes.
			Accesibilidad Instrucción	• 34% de los gestores han recibido formación sobre requisitos publicidad. • 65% de los gestores posee suficientes conocimientos de la normativa. • 79% de los gestores conoce el manual. • 55% de los gestores conoce el Plan de Información del POIA. • 74% de los gestores ha recibido algún tipo de documentación para la mejor gestión publicitaria de los FFEE. • 34% de los gestores conoce los requisitos de utilización del logo "Andalucía se mueve con Europa. • 57,5% de los gestores instruyen/forman a los distintos beneficiarios sobre las obligaciones publicitarias.
			Cumplimiento normativo	• 58% de los proyectos cumplen las condiciones de presentación del material informativo y publicitario. • 52% proyectos de infraestructuras cumplen los requisitos en lo relativo a las vallas. • 67% de proyectos de ayudas a empresas en los que se cumplen las exigencias de colocación de placas. • 81% de proyectos cofinanciados por el FSE en los que se cumplen las exigencias relativas a colocación de carteles y elaboración de campaña de concienciación de acuerdo con la normativa. • 8% de los proyectos analizados incorporan en su publicidad el eslogan "Andalucía se mueve con Europa".
		CONCIENCIACIÓN	**Conocimiento**	• 78% de la población encuestada conoce que la UE invierte en Andalucía. • 70% de la población encuestada que sabe que la UE invierte en Andalucía conoce que invierte en Agricultura y dllo. Rural. • 68% de la población que sabe que la UE invierte en Andalucía conoce que invierte en infraestructuras. • 59% de la población que sabe que la UE invierte en Andalucía conoce las inversiones en el ámbito del Medio Ambiente. • 44% de la población que sabe que la UE invierte en Andalucía conoce que invierte en I+D+i . • 44% de la población que sabe que la UE invierte en Andalucía conoce que invierte en formación, educación y empleo. • 14% de la población que sabe que la UE invierte en Andalucía conoce que invierte en sanidad y equipamientos sociales.
			Concienciación	• 68% de la población encuesta manifiesta gran interés en las noticias relacionadas con la UE. • 75% de la población encuestada considera que la actividad europea en la región genera beneficios a favor de la calidad de vida de los andaluces. • 77% de los gestores que conocen la normativa afirman que es suficiente para garantizar el reconocimiento del papel de los FFEE entre el conjunto de la sociedad andaluza.

Tipo de Indicador			Indicadores Diseñados
EFECTIVIDAD	RESULTADO	Visibilidad	• 29% de la población encuestada conoce alguna noticia estrella. • 8% de la población encuestada afirma haber visto el anuncio del POIA en la TV. • 48% de la población que conoce la actividad europea en la región ha tenido conocimiento de proyectos cofinanciados a través de vallas. • 56% de la población que conoce la actividad europea en la región ha tenido conocimiento de proyectos cofinanciados a través de algún anuncio en los medios de comunicación. • 61% de la población que conoce la actividad europea en la región ha tenido conocimiento de proyectos cofinanciados a través de reportajes o artículos en los medios de comunicación. • 16% de la población que conoce la actividad europea en la región ha tenido conocimiento de proyectos cofinanciados a través de folletos o trípticos. • 26% de la población que conoce la actividad europea en la región ha tenido conocimiento de proyectos cofinanciados a través de Internet. • 30% de la población que conoce la actividad europea en la región ha tenido conocimiento de proyectos cofinanciados a través de placas y/o carteles. • 7% de la población que conoce la actividad europea en la región ha tenido conocimiento de proyectos cofinanciados a través de algún seminario o jornada.
		Difusión	• 13 diarios, de ámbito nacional y regional, han publicado artículos referentes al POI de Andalucía. • 203 cuñas publicitarias en radio. • 239 anuncios en TV. • 68 anuncios en prensa. • 13 diarios, de ámbito nacional y regional, han publicado las noticias estrella. • 150 MUPIS con el eslogan “Andalucía se mueve con Europa”. • 30 columnas con el eslogan “Andalucía se mueve con Europa”. • 15.000 ejemplares del documento descriptivo del POI de Andalucía en lengua española. • 400 ejemplares del documento descriptivo del POI de Andalucía en lengua inglesa. • 279.600 trípticos distribuidos en prensa andaluza. • 4.000 carteles del POI de Andalucía. • 1.020.606 ejemplares publicados de noticias estrella, a través de la prensa andaluza.
		Intensidad Mediática	• Audiencia en TV: valoración de 6/10*. • Audiencia en radio: valoración de 5/10**. • Tirada en prensa: 2.081.997 ejemplares.

** Valoración basada en el share medio de lunes a domingo en las cadenas de TV donde se ha emitido el anuncio, según datos de la Encuesta General de Medios.*

*** Valoración basada en el share medio de lunes a domingo en las emisoras de radio donde se ha emitido el anuncio, según datos de la Encuesta General de Medios.*

Tipo de Indicador		Indicadores Diseñados	
EFECTIVIDAD	RESULTADO	Divulgación	• 38% de los gestores conoce la revista Huella. • 100% de las jornadas organizadas difunde documentación relevante relativa a la cofinanciación correspondiente • 1 jornada internacional especifica sobre información y publicidad de los Fondos Europeos. • 500 ejemplares del Plan de Información y Publicidad del POI de Andalucía han sido distribuidos entre las diferentes DGs y Delegaciones Provinciales, entre otros organismos.
		Satisfacción	• 49% de los gestores afirma que la demanda de ayudas ha incrementado con los años fruto de las actividades informativas y publicitarias.
		Efectividad	• Más de 16 jornadas y seminarios organizados sobre Fondos Estructurales. • 100% de las Consejerías han participado en jornadas sobre los requisitos referentes a las actuaciones cofinanciadas..
		Efecto dominó	• 42,5% de los gestores considera haber obtenido un efecto dominó con este tipo de actuaciones desarrolladas que ha derivado calidad de vida de los andaluces.
	MEJORÍA	Mejora	• 83% de los gestores han incrementado las medidas publicitarias e informativas a lo largo de este periodo. • Se han intensificado en un 36%% las actuaciones inicialmente previstas en el Plan de Información y Publicidad del POIA, por parte de la DG de Fondos Europeos . • La calidad de las actuaciones previstas en el Plan de Información y Publicidad ha sido mejorada en un 29%.
CALIDAD		Calidad	• 40% de los gestores ha realizado alguna medida adicional a lo especificado en el Reglamento (CE) 11590/2000, para mejorar la visibilidad de la cofinanciación de las ayudas. • 55% de los gestores han implementado mecanismos internos de control para verificar el cumplimiento de los requisitos. • 25,5% de los gestores tiene a su disposición una persona encargada de estos temas informativos y publicitarios. • La campaña publicitaria ha sido difundida en los medios de comunicación con más audiencia de Andalucía.
		Atractivo visual	• Considerable atractivo del vídeo del POI de Andalucía. • Gran calidad de los anuncios publicitarios: imágenes sugestivas y música de actualidad. • Equilibrio adecuado entre texto e imagen en las noticias estrella.
		Página Web	• Muy frecuente actualización de la pagina web de la Junta de Andalucía. • Elevado contenido de elementos de la política regional. • Información muy accesible. • Presentación muy bien estructurada. • Enlace a temas de información y publicidad en la página principal. • Presentación atractiva. • Fácil navegación.

Fuente: Elaboración propia

De esta forma y, con el propósito de resumir la gran cantidad de información disponible, se ha considerado pertinente clasificar los indicadores según una valoración diferenciada en 3 tramos –elevada, significativa y reducida-, dependiendo del grado de cumplimiento del objetivo perseguido.

La Tabla 34 refleja los resultados de este análisis, en el que se pone de manifiesto el notable cumplimiento de los objetivos perseguidos con el Plan de Información y Publicidad del POI de Andalucía durante este periodo, a pesar -como resulta entendible- de que existan ciertos aspectos en los que es necesario continuar avanzando. Por consiguiente, queda claro que Andalucía parte de una posición aventajada para el cumplimiento de los requisitos establecidos, en esta materia, para el próximo periodo.

Tabla 34. Valoración de la efectividad y calidad del Plan del POIA en función de los indicadores de medición diseñados.

Efectividad				
IMPACTO		RESULTADO	MEJORÍA	Calidad
TRANSPARENCIA	CONCIENCIACIÓN			
Transparencia	Conocimiento	Intensidad Mediática	Mejora	Calidad
Accesibilidad/ Instrucción	Concienciación	Difusión		Atractivo visual
Cumplimiento normativo		Divulgación		Página Web
		Satisfacción		
		Efectividad		
		Efecto dominó		
		Visibilidad		

Nota: grado de efectividad

Elevada Significativa Reducida

5. Conclusiones y Recomendaciones

5. Conclusiones y Recomendaciones

La evaluación del Plan de Información y Publicidad del Programa Operativo Integrado de Andalucía 2000-2006 ha permitido, por un lado, valorar el conocimiento y cumplimiento de la normativa comunitaria al respecto , así como la calidad de las medidas que han sido aplicadas; y, por otro, analizar el impacto que han provocado estas medidas, tanto sobre la opinión pública, como sobre los beneficiarios potenciales y finales.

El presente documento permite extraer una serie de conclusiones, que son la base para formular las recomendaciones, y que servirán para mejorar el cumplimiento de la normativa comunitaria en esta materia, fundamentalmente, de cara al próximo periodo 2007-2013.

Estas conclusiones y recomendaciones han sido recogidas en tres apartados bien diferenciados:

- La aplicación del Plan de Información y Publicidad del Programa Operativo Integrado de Andalucía.
- El conocimiento de la normativa por los gestores.
- El impacto de las actuaciones informativas y publicitarias realizadas.

Sin embargo, es preciso destacar que las consideraciones aquí expuestas no tienen un carácter exhaustivo, de modo que la lectura íntegra del informe se impone como una necesidad de cara, tanto a una mejor comprensión de las mismas, como a una visión más completa del cumplimiento de la normativa europea y del Plan de Información y Publicidad del POI de Andalucía.

5.1. Conclusiones y Recomendaciones sobre el diseño y la aplicación del Plan de Información y Publicidad del Programa Operativo Integrado de Andalucía.

1. El Plan de Información y Publicidad del Programa Operativo Integrado de Andalucía es de una **notable calidad**. Destaca, además, sobre las pocas regiones españolas más que lo han diseñado (Murcia, Canarias, Extremadura), no sólo por lo ambicioso de su contenido, sino también por su materialización efectiva.

2. Los objetivos del Plan de Información y Publicidad –esto es, garantizar la transparencia de los Fondos Estructurales e informar a la opinión pública andaluza de la existencia de dichos Fondos - están siendo significativamente alcanzados, de forma más notable el primero de ellos.

3. La Dirección General de Fondos Europeos de la Junta de Andalucía (DGFE) lleva a cabo una serie de acciones continuas y específicas en diferentes áreas: seguimiento continuo de las Direcciones Generales que gestionan Fondos Comunitarios y difusión de las actuaciones cofinanciadas por la Unión Europea. La labor de esta Dirección General está resultando determinante para la consecución de los objetivos establecidos en el Plan de Información y Publicidad.

4. Las acciones de comunicación se han dispuesto de conformidad con los objetivos en función de la tipología de los colectivos destinatarios de los mensajes.

5. Desde el primer momento en el que el Plan fue puesto en práctica, se han utilizado los medios de comunicación -nacionales y autonómicos- de mayor tirada y audiencia (prensa, radio, televisión, etc.) y los lugares de mayor visibilidad y captación (por ejemplo, en la estación del AVE).

- **6.** Frente a lo que, inicialmente, estaba previsto dentro del Plan de Información y publicidad del POI de Andalucía, se han realizado mejoras cuantitativas y cualitativas a través de la incorporación de mayores actuaciones o adaptaciones de las ya previstas (mayor difusión/tirada de folletos/revistas, una noticia estrella al año más, publicación de un DVD informativo, versiones en ingles de publicaciones, etc.).

- **7.** El **Manual de Información y Publicidad** de Fondos Europeos en las actividades cofinanciadas en la Junta de Andalucía resulta ejemplar en cuanto a parámetros de calidad y diseño. Además, se ha constituido como un elemento de gran utilidad para dar a conocer a los gestores las obligaciones en este terreno.

  No obstante, algunos órganos gestores consideran que resulta impreciso en ciertos ámbitos:

  - Confusión con respecto al texto que debe acompañar al emblema comunitario –*Proyecto cofinanciado por la Unión Europea*-, cuya obligación de utilización resulta ambigua.
  - Confusión referente a la utilización del logo "*Andalucía se mueve con Europa*".
  - Indeterminación sobre las disposiciones a seguir en el caso de medidas de información y publicidad no obligatorias.
  - Dudas acerca de cuáles son los instrumentos obligatorios y ciertas indecisiones sobre cuándo han de ser utilizados –sobre todo en lo relativo a la colocación de placas e inserción del emblema comunitario en la documentación-.

- **8.** La DGFE es la responsable, junto con los órganos gestores implicados en el POIA, de garantizar el cumplimiento de la normativa. No obstante, resulta complejo poder garantizar por sí solos, con los actuales medios, el control exhaustivo de todas las medidas realizadas por los beneficiarios de las ayudas.

- **9.** Por otra parte, la DG de Fondos Europeos mantiene informados de manera actualizada -a gestores y todo aquel ciudadano interesado- de todo lo concerniente a la actividad de los Fondos Europeos en la región, a través de su página web. Con un apartado específico para el POIA, el análisis realizado sobre las características de ésta Web permite confirmar la gran calidad, facilidad de navegación y acceso a la información de todo lo relacionado con este Programa.

Recomendaciones para la mejor aplicación del Plan de Información y Publicidad del POI de Andalucía

- ✔ Incluir en el Manual un mayor número de ejemplos prácticos de utilización de vallas y placas, con modelos más claros.
- ✔ Recoger en el *Manual de Identidad Corporativa* las disposiciones incluidas en el *Manual de Información y Publicidad para las Intervenciones cofinanciadas por Fondos Europeos en el ámbito de la Junta de Andalucía*, de modo que no haya contradicciones entre ambos, ni se produzcan lagunas con respecto a las actuaciones de Fondos Estructurales, en caso de consultar solamente el primero.
- ✔ Incrementar el protagonismo de la página web de la Consejería de Economía y Hacienda, actualizando periódicamente el apartado de "*Consultas frecuentes*" correspondiente al *Manual de Información y Publicidad*, de modo que se vayan recogiendo las dudas que planteen las diferentes Direcciones Generales y permitiendo las consultas a través de Internet, lo cual agilizaría los trámites.
- ✔ Desarrollar en el *Manual de Información y Publicidad* las disposiciones referentes a las medidas no obligatorias, cuya utilización genera numerosas dudas.
- ✔ Distribuir plantillas de vallas y placas a las diferentes Consejerías, a cumplimentar por los órganos gestores con el nombre exacto de cada una de las actuaciones, con el fin de evitar errores.
- ✔ Promover la utilización del claim "*Andalucía se mueve con Europa*", indicando con mayor claridad el tipo de actuaciones en las que debería ser utilizado, puesto que es generalizada la impresión de que este eslogan está dirigido, específicamente, a campañas institucionales y no a actuaciones encuadradas dentro de las diferentes medidas del POI.
- ✔ Distribuir la revista "Huella" a través de *listas de distribución*, de modo que sea conocida por la totalidad de las Direcciones Generales.

5.2. Conclusiones y Recomendaciones sobre el nivel de conocimiento y aplicación de la normativa europea en materia de información y publicidad por parte de los órganos gestores del POI.

- **10.** En términos generales, se puede hablar de un **conocimiento adecuado** de la normativa europea en materia de información y publicidad por parte de los órganos gestores, y que ha ido **aumentando, de forma progresiva,** a lo largo del periodo. No obstante, cabe mencionar que se ha detectado cierto grado de desconocimiento de las disposiciones comunitarias entre algunas Direcciones Generales, así como del Plan y del Manual de Información y Publicidad. Algunos de los gestores no son conscientes de su responsabilidad en el control del cumplimiento de las normas de publicidad dirigidas a los beneficiarios.

- **11.** Se han constatado diferencias en el grado de conocimiento de los gestores sobre la normativa publicitaria, según los Fondos que gestionen. Las Direcciones Generales encargadas de las actuaciones cofinanciadas por el FSE destacan por ser las que poseen un más alto conocimiento de las disposiciones, en contraposición con los de FEOGA. Esta circunstancia está influenciada por la naturaleza de las medidas, así como por el volumen de las ayudas y los requerimientos informativos y publicitarios asociados a los diferentes tipos de actuaciones.

- **12.** En general, se ha detectado un mayor seguimiento de la normativa en términos de puesta en práctica de actuaciones de información y publicidad (colocación de vallas, inclusión del emblema, etc.) que en la respuesta efectiva de los gestores a los criterios de homogeneidad a los que estas actividades han de ajustarse.

- **13.** Las medidas informativas y publicitarias responden notablemente a los criterios de transparencia a la hora de licitar las ayudas.

- **14.** A un número considerable de gestores se les ha advertido del incumplimiento de esta normativa, a raíz de ser objeto de controles de auditoria, y también, a partir de las entrevistas o visitas realizadas con motivo de esta evaluación, oportunidad que les ha permitido tomar más conciencia de las obligaciones en materia de información y publicidad, asociadas a las actuaciones cofinanciadas. Estos últimos casos han derivado, además, en un mayor conocimiento del **Manual de Información y Publicidad,** hasta entonces desconocido por algunos de ellos.

- **15.** El Manual de Información y Publicidad constituye un elemento fundamental para la difusión de las disposiciones en esta materia entre los diferentes órganos gestores.

- **16.** El porcentaje de órganos gestores que no hacen referencia a la cofinanciación comunitaria en el uso de los elementos básicos de información (vallas, placas, carteles, etc), es reducido, aunque siguen produciéndose ciertos errores de diseño y contenido. Las deficiencias encontradas que se repiten con mayor frecuencia son las siguientes:
  - Errores en el diseño del emblema comunitario: ausencia del recuadro blanco y dimensiones erróneas de la bandera.
  - Omisión del término Unión Europea en el emblema comunitario.
  - Logotipo europeo de tamaño menor que el de la Junta de Andalucía.

- **17.** Un número considerable de gestores consideran "complejos" los requisitos a seguir en materia de información y publicidad, especialmente en lo referente al diseño y contenido de las vallas y placas conmemorativas.

- **18.** La no-alusión a la cofinanciación europea en la documentación administrativa está motivada, en gran parte, por la falta de conocimiento de la fuente de financiación en el momento inicial.

- **19.** En el caso de la documentación administrativa en la que la mención a la cofinanciación europea no es obligatoria durante la fase de licitación, se encuentra todavía un porcentaje considerable de gestores que no hacen referencia a la participación de la Unión Europea en las ayudas.

- **20.** Además de los instrumentos de cumplimiento obligatorio, ciertas Direcciones Generales han optado por la implantación de **medidas de iniciativa propia,** con el fin de facilitar aún más el conocimiento de que las ayudas ofrecidas están cofinanciadas por la Unión Europea. Estas medidas acatan ampliamente la normativa al respecto, y se caracterizan por su vistosidad y originalidad (por ejemplo, pegatinas, uniformes, carné de estudiantes, etc, todos ellos con el emblema europeo).

- **21.** Las **Delegaciones Provinciales** juegan un papel determinante en el acceso de la información, tanto a los distintos beneficiarios, como a los beneficiarios últimos de las ayudas, actuando de nexo de unión entre la Consejería correspondiente y las distintas provincias donde se desarrollan las actuaciones del POI de Andalucía.

- **22.** Las diferentes Direcciones Generales mantienen, de forma generalizada, una postura activa para comprobar el cumplimiento de la normativa por parte de los beneficiarios, mediante la puesta en práctica de diversos mecanismos de control, si bien estos mecanismos deberían ser intensificados en algunos de los casos.

- **23.** La falta de recursos humanos impide el nombramiento de una persona responsable de las tareas de información y publicidad, en la mayoría de las Direcciones Generales.

- **24.** Se ha detectado un doble foco de asesoramiento ante las dudas que se les plantean a los gestores sobre cuestiones relacionadas con la información y publicidad de las actuaciones cofinanciadas: desde la DGFE y desde la Dirección General de Comunicación Social, de la Consejería de Presidencia de la Junta de Andalucía. Sin embargo, la información proporcionada por ambas DG, ha denotado la necesidad de una mayor coordinación.

- **25.** Cabe destacar que en los casos en los que se ha detectado una falta de conocimiento, por parte de algunos órganos gestores del POI, de la normativa europea en información y publicidad y, por consiguiente, de su responsabilidad en estos términos, se ha observado que, en general, han hecho alguna referencia -más o menos explicita- a la participación europea, al entenderlo ellos como un requerimiento lógico asociado como a cualquier otra actividad en la que participen distintos financiadores. En este sentido, debido a los defectos de formato encontrados, habría que subrayar, además, la buena disposición encontrada por parte de éstos órganos gestores para buscar y tomar nota de toda la normativa e información relevante para subsanar esta circunstancia.

- **26.** El 38% de los gestores entrevistados conocen la revista Huella, todos ellos por haber colaborado a través de algún articulo sobre la actividad que gestionan.

- **27.** Tan sólo un 17% de gestores del POI de Andalucía (por ejemplo, la Consejería de Educación, la DG. Formación para el Empleo, la Consejería de Igualdad y Bienestar Social o la DG. De Ordenación y Evaluación) ha utilizado en sus publicaciones y/o material informativo el logo "Andalucía se mueve con Europa".

- **28.** Existe una concienciación general sobre la necesidad y obligación de hacer referencia a lo largo de la gestión de las ayudas a que éstas están cofinanciadas. En consecuencia, aunque tengan dudas sobre la forma, los órganos gestores son conscientes de que hay que hacer algún tipo de referencia a la cofinanciación europea.

- **29.** Se ha observado una relación positiva entre los gestores que tienen un reducido volumen de ayudas europeas dentro de su presupuesto y que tienen un menor nivel de conocimiento acerca de los requisitos asociados a la gestión de este tipo de ayudas.

- **30.** El 79% de los proyectos analizados remiten a los beneficiarios de las ayudas, durante la licitación, al Reglamento 1159/2000 de la Comisión como una de las obligaciones inherentes a la recepción de la ayuda, y un 68% a la necesidad de hacer información y publicidad de la misma, de acuerdo con los requisitos establecidos por la UE a este respecto.

- **31.** Se ha detectado cierta falta de control y archivo de las medidas informativas y publicitarias llevadas a cabo por los órganos gestores y beneficiarios de las ayudas, frente a lo que sucede con las desarrolladas por la DGFE. Ello ha dificultado, en determinados momentos, la correcta evaluación del cumplimiento de la normativa. No obstante, cabe destacar la amplia y valiosa colaboración facilitada por los órganos gestores entrevistados.

- **32.** Cada vez son mas los órganos gestores que establecen nuevos mecanismos de control y/o directrices de homogeneización en su actividad informativa y publicitaria y en la desarrollada por los organismos intermedios de las ayudas que gestionan.

Recomendaciones para la mejora de la gestión de las actuaciones informativas y publicitarias realizadas por los gestores

- ✔ **Organizar reuniones y jornadas** con los órganos gestores de forma periódica, de modo que se evite el desconocimiento de la normativa y del Manual de Publicidad e Información a causa de la elevada rotación de los recursos humanos, de unos Servicios a otros. De esta forma, dada la notable disposición observada en los gestores, la mejora obtenida, en términos de cumplimiento de la normativa, sería más que significativa. Se sugiere, además, que estas sesiones reúnan las siguientes características:
  - Que sean de carácter formativo, no informativo.
  - Permitan concienciar a los gestores de la importancia del control de estas actuaciones –objeto de retribución al igual que otros aspectos asociados a la gestión de las actuaciones, como por ejemplo, las certificaciones y facturas-.
  - De periodicidad anual.
  - Que permitan poner en práctica la experiencia de los gestores, e incluso de los resultados obtenidos de la evaluación, para compartir ideas y buenas prácticas de cara a la consecución de los objetivos de comunicación establecidos y plantear soluciones donde sea necesario un cambio de estrategia.
- ✔ Distribuir **plantillas** de vallas y placas a las diferentes Direcciones Provinciales y beneficiarios, de modo que se homogenice la señalización y se eviten dudas tales, como por ejemplo, la ubicación del logotipo o el texto a incluir junto a la bandera comunitaria.
- ✔ Incluir en la documentación administrativa, en el supuesto de no conocer en la fase inicial la fuente de financiación, una cláusula indicando la obligatoriedad de cumplimiento de la normativa comunitaria referente a la información y publicidad de las actuaciones cofinanciadas, en el caso de recibir Fondos Europeos. De este modo, si se decidiera con posterioridad la participación de la Unión Europea en la misma, no se produciría incumplimiento de las disposiciones durante la fase de licitación.
- ✔ Dado que el formato del **emblema** se configura como uno de los principales problemas en el seguimiento de la normativa, se recomienda:
  - Modificar la imagen del emblema en la página web de la Junta de Andalucía, de forma que aparezca la bandera con las palabras Unión Europea, y otros tres con cada uno de los tres fondos FEDER, FSE y FEOGA, respectivamente.
  - Posibilitar la descarga del emblema, también, en formato Corel.
- ✔ Perfeccionar el **Manual de Información y Publicidad de Fondos Europeos** para ser más claros y específicos sobre los instrumentos y actuaciones que, como mínimo, son obligatorias, en función del tipo de proyectos que se gestionen:
  - Incluir un cuadro resumen, similar al que aparece en la *Guía Práctica sobre Comunicación* de la Comisión, para clarificar –en función del tipo de proyectos- los requisitos que, de acuerdo con la normativa, son o no obligatorios.
  - Reforzar las explicaciones de cuándo han de colocarse las vallas y placas, y cuándo ha de hacerse referencia en los documentos manejados a la cofinanciación europea.
  - Indicar que no es suficiente con incluir el código de participación presupuestaria en los convenios, etc. -para comunicar al beneficiario que la Unión Europa, a través de un Fondo determinado, posibilita la ayuda que recibe-, sino que es necesario hacer referencia expresa en el texto para que, efectivamente, éste sea consciente de la procedencia de los fondos.

- Impulsar la difusión del Manual de Información y Publicidad de la Junta entre los gestores, dado que se ha observado que aquellos que lo conocen son más activos y cumplen mejor con la normativa.

- Facilitar varios manuales por cada órgano gestor. Uno para uso propio y otros para su reparto entre las direcciones provinciales y distintos beneficiarios con los que trabaje para poner en práctica los proyectos cofinanciados.

- Asimismo, se proponen algunas correcciones al texto e imágenes, para evitar determinadas confusiones, o aclarar algunos aspectos que no quedan suficientemente tratados:

- En las páginas 27 y 31 se han incluido ejemplos de vallas que no respetan el 25% del tamaño de la misma, tal y como determina la normativa.

- En el capítulo 7, relativo al emblema europeo, conviene clarificar que éste no sólo consta de la bandera, sino también del texto que debe llevar asociado.

- Indicar que, cuando una actividad lleva asociada diferentes fondos (por ejemplo la construcción de un centro educativo con FEDER y subvención de clases de formación con FSE), hay que incluir la bandera europea con el texto "Unión Europea"; en lugar de incorporar en la placa, CD, etc. la referencia a todos los fondos junto a la misma.

- Precisar en el capitulo 8, del claim diseñado por la DGFE, quién y cuándo ha de utilizarse dicho emblema.

- Contactar con la DG de Comunicación Social de la Junta para precisar mejor la utilización de la imagen de la Junta.

✔ Debido al considerable número de gestores que consultan sus dudas con la **DG de Comunicación Social,** de la Consejería de Presidencia de la Junta, se propone para mejorar los resultados en términos de cumplimiento de la normativa europea y regional vigente:

- Realizar una campaña informativa, o bien enviar una *instrucción conjunta* a todas las Direcciones Generales y gestores concretos del POIA, para que, en caso de duda en este terreno, acudan a la DG de Fondos Europeos. En este caso, deberá buscarse una persona que sirva de referencia para todos los gestores implicados.

- En el caso contrario, en el que se decida canalizar este tipo de cuestiones a través de la DG de Comunicación Social -o bien para funcionar conjuntamente con ellos- se sugiere el planteamiento de reuniones con esta otra DG para poner en común las cuestiones relativas a las exigencias correspondientes a los fondos europeos y a los requisitos asociados a la identidad corporativa de la Junta.

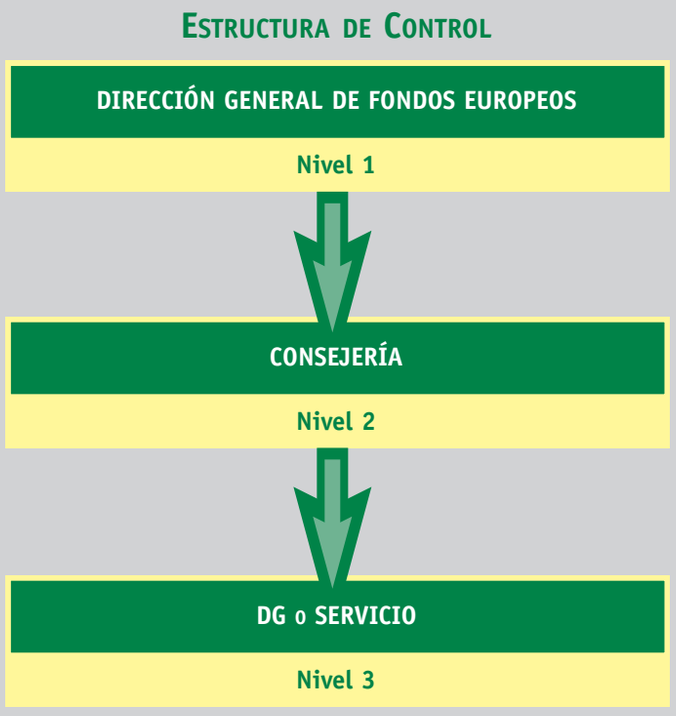
✔ Facilitar los **instrumentos de referencia** para el cumplimiento de los requisitos establecidos por la normativa en esta materia (Reglamento (CE) 1159/2000, Manual de información y publicidad, etc.) a los beneficiarios de las ayudas, bien en formato papel/electrónico, bien haciendo referencia a ellos, en la licitación y/o contratación de las ayudas.

Recomendaciones para el mayor control del cumplimiento de la normativa

Con el fin de realizar un control efectivo del cumplimiento de la normativa en materia de información y publicidad, las medidas encaminadas a ello deberían ser intensificadas, tanto por parte de la DGFE, como por el resto de Direcciones Generales. La creación de diferentes niveles en al estructura de control, aseguraría la efectividad del sistema.

Esta estructura debería constar de tres niveles diferenciados, tal y como muestra el Esquema 10.

Esquema 10: Niveles de control.



Fuente: Elaboración propia

Las recomendaciones que deberían ser tomadas en consideración son las siguientes:

- ✔ Crear una red-paraguas de expertos sobre las disposiciones a cumplir en materia de información y publicidad de las actuaciones cofinanciadas por la Unión Europea dentro de cada una de las Consejerías, que mantenga una constante comunicación con la DGFE, y que asegure el control del cumplimiento de las disposiciones comunitarias.
- ✔ Establecer, como condición imperativa, el almacenamiento de todo el material relacionado con las actividades de información y publicidad de las actuaciones cofinanciadas. De este modo, la DGFE podrá comprobar su cumplimiento y los diferentes gestores podrán demostrar su acatamiento de cara a una posible inspección futura.
- ✔ Solicitar, obligatoriamente, fotos de las placas y vallas, así como un ejemplar de todo el material publicitario distribuido en el ámbito de la actuación, de manera que las diferentes Direcciones Generales puedan garantizar el cumplimiento de las disposiciones obligatorias en esta materia, por parte de los beneficiarios.
- ✔ Facilitar mayor información a las empresas públicas, e incluso proponer a una persona específica encargada de estos temas de información y publicidad, que les sirva de referencia para solventar las dudas y problemas que les puedan surgir, dado el significativo volumen de ayudas europeas que manejan estas empresas.
- ✔ Prestar mayor atención a aquellas DG o servicios encargados de gestionar menores volúmenes de ayudas europeas, dado el mayor desconocimiento que éstos tienen al respecto. Esto podría hacerse, por ejemplo, a través de notificaciones específicas, un incremento de su participación en jornadas o cursos de gestión de fondos europeos y/o el envío, una vez conocida la elegibilidad del proyecto, de una notificación en la se especifiquen, claramente, cuáles son las obligaciones que, en tema de gestión de fondos, deben cumplir, junto con un ejemplar del Manual de Información y Publicidad.

5.3. Conclusiones y Recomendaciones sobre el impacto de las actuaciones informativas y publicitarias realizadas.

33. Las medidas de información y publicidad ejecutadas han demostrado una contribución significativa al objetivo de dar a conocer el apoyo que ofrecen los Fondos Europeos al desarrollo socioeconómico y cohesión de las región andaluza; no obstante, las actuaciones tienen a los beneficiarios de las ayudas como el principal colectivo beneficiado por los proyectos, si bien la DGFE, por otra parte, ha concentrado sus actuaciones en torno a la población andaluza, en general.

34. La notable diversidad de las actuaciones de comunicación emprendidas y de los soportes utilizados ha dado lugar a una amplia gama de impactos, de diferente amplitud e intensidad.

35. Se ha detectado que, en ciertos casos, los medios de comunicación no hacen alusión a la cofinanciación europea de las actuaciones sobre las que informan. Como manifestaron algunos de los gestores entrevistados, es necesario considerar que a los periodistas se les facilita la información pero son ellos los que deciden cómo transmitir dicha información.

36. La creciente utilización de las páginas web como recurso informativo ha permitido reforzar la capacidad de información y publicidad de la participación europea en la región, y de las oportunidades brindadas por los Fondos Europeos.

37. Los órganos gestores del POI han considerado a los beneficiarios últimos de las ayudas como su principal público objetivo a la hora de realizar y diseñar las actuaciones de información y publicidad. No obstante, también han movilizado, aunque en menor medida, a otros segmentos de la sociedad (ciudadanos, empresas, ONGs, organizaciones profesionales, etc.). Por otra parte, la DGFE ha centrado sus actividades de comunicación, básicamente, en la ciudadanía andaluza.

38. Los resultados de la encuesta a la población andaluza han permitido observar el elevado interés y percepción positiva que los andaluces tienen de la participación de la Unión Europea en la región, si bien no son conscientes –ni con la misma intensidad- de todos los ámbitos en los que se invierte, conjuntamente, en la región.

39. Los ciudadanos, como es lógico, tienen un mayor conocimiento de aquellos campos de actuación cuyo volumen de ayudas manejado es mayor -tal es el caso de las infraestructuras y proyectos relacionados con el Medio Ambiente-, aunque sobresale sobre el resto el que tradicionalmente les ha afectado más y sobre el que existe desde antes un mayor conocimiento generalizado: las ayudas a la agricultura.

40. Los medios de comunicación escrita son la principal vía de acceso de la población a este tipo de información.

41. Se ha observado una relación directa positiva entre la edad y el nivel educativo de los ciudadanos y su conocimiento e interés por los asuntos europeos.

42. Entre los ciudadanos con mayor grado de interés y de conocimiento sobre la participación europea en la Comunidad Autónoma Andaluza cabe destacar, entre otros, a los parados que, gracias a su intensa lectura y búsqueda de ofertas en los medios de comunicación, sobre todo prensa e Internet, conocen las oportunidades y actuaciones que ofrece y realiza la Unión Europea en la región.

43. De acuerdo con los indicadores de medición diseñados –en función de las directrices marcadas por la Comisión- los buenos resultados alcanzados, en términos de efectividad y calidad de las actuaciones de comunicación desarrolladas, colocan a Andalucía en un favorable punto de partida, teniendo en cuenta que son más exigentes los requisitos establecidos, en esta materia, para el próximo periodo.

Recomendaciones para aumentar el alcance de las actuaciones

- ✔ Aumentar la visibilidad de la participación de Europa en la región en la página web de las Consejerías, en las publicaciones en el BOJA y en las órdenes de ayuda incorporando, en el texto del título de la ayuda ofrecida, que están cofinanciadas por la Unión Europea.
- ✔ Enfatizar la recepción de cofinanciación comunitaria en las comunicaciones con los medios de información, para asegurar la transmisión del mensaje a la opinión pública.
- ✔ Difundir la revista Huella a través de "mailing list", especialmente a los órganos gestores del Programa Operativo de Andalucía, entre los cuales se ha detectado un porcentaje considerable de desconocimiento de esta publicación.
- ✔ Continuar avanzando y actuando con la campaña informativa para dar a conocer la actividad europea entre la población andaluza, en línea con los elevados y numerosos esfuerzos realizados, principalmente, desde la DGFE.

5.4. Conclusiones y Recomendaciones para mejorar la eficacia de los Planes de Información y Publicidad, de los diferentes Fondos Estructurales, para el próximo período.

- **44.** En el próximo periodo de programación, la realización de actividades informativas y publicitarias de las actuaciones cofinanciadas con fondos europeos incrementa su importancia relativa dentro de la gestión de fondos europeos, configurándose como un aspecto de igual relevancia que otros.
- **45.** La significativa y notable actividad -tanto en términos cuantitativos, como cualitativos- puesta en práctica desde la DGFE a lo largo de este periodo, así como la concienciación de la relevancia que tiene este ámbito, en particular, en la gestión de los Fondos, sitúa a este Organismo Intermedio en una posición de ventaja relativa de cara a las exigencias del próximo periodo y en relación con la situación de la mayoría de las regiones convergencia e, incluso, de las regiones competitividad nacionales.
- **46.** El adecuado y creciente nivel de conocimiento, concienciación y de actividad de los órganos gestores del POIA facilita, asimismo, el cumplimiento de los mayores requisitos asociados a la comunicación para el próximo periodo.

Recomendaciones para el próximo periodo de programación

- ✔ Teniendo en cuenta la mayor importancia que va a adquirir, para el próximo periodo de programación, la gestión de las ayudas en materia de información y publicidad y la necesidad, para el 2010, de realizar una evaluación de las actuaciones realizadas, en este terreno, conviene diseñar una batería de indicadores de evaluación para cuantificar la efectividad y calidad de las actuaciones informativas y publicitarias realizadas -por ejemplo, indicadores presupuestarios de gasto en todo lo relativo a información y publicidad, número de visitas a las páginas web de la DG de Fondos y de las Consejería donde se publica las ofertas de las ayudas europeas-.
- ✔ Modificar en el Manual la restricción presupuestaria asociada a la obligatoriedad de colocación de vallas en las actuaciones de infraestructuras.
- ✔ Incorporar en el Manual de Información y Publicidad los nuevos mensajes que han de incorporar las vallas, placas y carteles de las actuaciones cofinanciadas por los diferentes Fondos:
  - *Empleos y nuevas oportunidades para todos* (FSE).
  - *Aquí Europa está invirtiendo en tu futuro* (FEDER y Fondo de Cohesión).

Anexo I: Check-List.

I. CUMPLIMIENTO DE LA NORMATIVA DURANTE LA FASE DE PROGRAMACIÓN (PLANIFICACIÓN DE PROGRAMAS)

Elaboración de un Plan de actividades de comunicación

- Objetivos y público destinatario
- Contenido y estrategia de las actividades de comunicación
- Presupuesto indicativo
- Servicios administrativos u Organizaciones responsables de su ejecución
- Criterios utilizados para la evaluación de las actividades llevadas a cabo
- Referenciar la utilización de las nuevas tecnologías para la difusión

II. CUMPLIMIENTO DE NORMATIVA DURANTE LA FASE DE LICITACIÓN DE PROYECTOS

Publicación de las ayudas en los diarios oficiales

- BOE
- Boletín Oficial de la Junta de Andalucía
- Otros

Información a través de delegaciones y oficinas de información de los Organismos Intermedios

Difusión de las convocatorias en medios de comunicación social

- Actividades que se ponen en marcha
- Criterios de selección
- Mecanismos de evaluación
- Instancias (lugares / personas) a las que dirigirse para obtener información

Información disponible no sólo para los beneficiarios potenciales y finales, sino además:

- Autoridades regionales y locales y demás autoridades publicas competentes
- Organizaciones profesionales y medios económicos
- Interlocutores económicos y sociales
- Organizaciones no gubernamentales

Agentes económicos o promotores de proyectos

Medios de comunicación social

Público en general

Requerimientos mínimos en la publicación de folletos, trípticos y otros materiales promocionales

Indicación en la concesión la participación de la UE, la cuantía o % de ayuda aportada por el FFEE

III. CUMPLIMIENTO DE LA NORMATIVA DURANTE LA FASE DE EJECUCIÓN DE PROYECTOS

Realización de iniciativas propias adicionales para incrementar la visibilidad de los beneficios de la política regional comunitaria

Comunicación a la Comisión de las medidas propias adoptadas en materia publicidad / información

Difusión en medios de comunicación de la puesta en marcha del proyecto

Una vez aprobado por la Comisión

Fases importantes de ejecución

Colaboración con la oficina de representación de la Comisión en la realización de anuncios publicitarios en el ámbito regional o nacional

Realización de campañas de sensibilización sobre el papel desempeñado por la UE en la Formación Profesional, en materia de empleo y desarrollo de RRHH

Posibilidades que se ofertan

Papel desempeñado por la Comunidad

Colocación de carteles, en todos los organismos que se beneficien de las medidas financiadas, donde se especifique la participación de la UE y el Fondo correspondiente

Comunicación a la Comisión de las personas designadas para la coordinación de las actividades de información y publicidad

Comunicación del Plan de Actividades en cada programa operativo y en cada documento único

Agentes inmersos

Resultados de la intervención

Papel de la Comunidad

Cumplimiento de las condiciones de presentación del material informativo y publicitario

1. Emblema europeo normalizado (12 estrellas, tamaño, color)

2. Cumple definición misión / objetivos del Fondo correspondiente

3. Texto: PROYECTO COFINANCIADO POR LA UNIÓN EUROPEA. Fondo correspondiente

4. Término UNIÓN EUROPEA y no UE

5. Inclusión de la cuantía de inversión / porcentaje de participación de la Comunidad

6. Cumplimiento de las características y requisitos para la colocación de vallas:

    - Tamaño del emblema mínimo 25% de la valla
    - Texto del mismo tamaño que el nacional / regional
    - Obligatorio en Inversiones cuyo coste > 3millones de euros
    - Colocación de la valla:
        - Una vez aprobado el proyecto por la Comisión, sin empezar obras
        - Durante las obras

7. Cumplimiento de las características y requisitos para la colocación de placas conmemorativas permanentes:

    - Lugares accesibles a todo el público
    - Contenido: emblema + Cofinanciación Europea y Fondo participante

8. Cumplimiento de las características y requisitos para la colocación de carteles

9. Cumplimiento de las características y requisitos para la publicación de material información y de comunicación

    - En la guarda de la publicación participación de la Unión, y en su caso fondo participante
    - Texto del mismo tamaño que el nacional / regional
    - Referencias de la organización responsable de la información de los interesados
    - Referencias de la autoridad de gestión designada para la ejecución de la intervención
    - Prologo firmado por el responsable nacional y por el Comisario o Director General competente de la Comisión
    - En la página web indicación del Fondo correspondiente al menos en página principal
    - En la página web crear un vínculo con las páginas web de la Comisión relativas a FFEE

10. Cumplimiento de las características y requisitos para en la celebración de actividades informativas

    - Bandera en la sala
    - Emblema normalizado en todos los documentos

** Si cofinanciación Fondo Cohesión < 50 mill. de euros y ha celebrado ruedas de prensa (no es obligatorio)*

Control de las etapas cubiertas en la información facilitada y publicidad realizada

Comunicación anual a la Comisión de las medidas realizadas en materia publicidad / información

Referencia en los Informes Anuales de Ejecución a la Comisión de las medidas adoptadas para garantizar la publicidad de intervención

- Agentes advertidos
- Resultados de la intervención
- Papel desempeñado por la Comunidad en su favor

IV. CUMPLIMIENTO DE LA NORMATIVA UNA VEZ FINALIZADO EL PROYECTO

Cumplimiento de las exigencias referenciadas anteriormente (puntos 1-10) y además:

- Mantenimiento de vallas máximo 6 meses tras la finalización del proyecto
- Cumplimiento placas conmemorativas:
  - Colocación de la placa conmemorativa tras un año de finalización del proyecto (En empresas)

Difusión en los medios de comunicación, con motivo de las reuniones del comité de seguimiento, de los resultados obtenidos

Elaboración de un video con los aspectos más relevantes obtenidos destacando, en él, el papel desempeñado por la Comunidad

Elaboración de una publicación con los aspectos más relevantes obtenidos, donde se destaque el papel desempeñado por la Comunidad

Previa solicitación y concesión del Comité de seguimiento, publicación de los resultados obtenidos por la Evaluación Intermedia

Referencia en los Informes Anuales a la Comisión de las medidas adoptadas para garantizar la publicidad de intervención

- Agentes advertidos
- Resultados de la intervención
- Papel desempeñado por la Comunidad en su favor

Envío de la memoria de actividades de información y publicidad a la Comisión

Fuente: Elaboración propia

Anexo II: Cuestionario a gestores.

Grado de Conocimiento y Utilidad de las Obligaciones en materia de Información y Publicidad.

- **1.** ¿Posee suficiente información sobre la normativa comunitaria en materia de las exigencias de publicidad que han de seguir las acciones cofinanciadas?

SI	
NO	

- **2.** ¿Considera que el cumplimiento de la normativa es simplemente un requisito a cumplir o, en cambio, cree que es útil de cara a mejorar la aplicación y gestión de los acciones cofinanciadas por los Fondos de la UE?

SI	
NO	

- **3.** ¿Le parece suficientemente clara y útil esta normativa europea existente en materia de información y publicidad?

SI	
NO	

- **4.** ¿Cree que sería necesario ampliar o aumentar la especificación en algunos aspectos concretos dada su experiencia en la puesta en práctica de la normativa?

SI	
NO	

  - 4 b) ¿Qué aspectos o cuestiones concretas modificaría?

.....

5. ¿Conoce el Manual de Información y Publicidad para el cumplimiento de los requisitos de información y publicidad de la UE publicada por la Consejería de Economía y Hacienda de la Junta de Andalucía?

SI	
NO	

- 5b) ¿Como accedió a ella?

MANUAL	
PÁGINA WEB	
OTROS	

- 5c) ¿Le parece suficientemente clara y útil este manual de cara a la resolución de cuestiones y dudas sobre este tema?

SI	
NO	

- 5d) En caso negativo, ¿qué cuestiones piensa que están insuficientemente tratadas?

.....

6. ¿Sabe a que persona de contacto o punto de información debe dirigirse en términos de asesoramiento sobre el cumplimiento de la normativa existente, europea y autonómica, sobre información y publicidad?

SI	
NO	

7. ¿Han solicitado ayuda / colaboración de las oficinas de representación de la Comisión?

SI	
NO	

INSTRUMENTACIÓN: APLICACIÓN OPERATIVA Y SEGUIMIENTO

8. ¿Qué medidas concretas de comunicación, desglosadas por público destinatario, ha efectuado hasta ahora?

Beneficiarios potenciales	
PYMEs	
Org. Profesionales / medios económicos	
Interlocutores económicos y sociales	
Organizaciones no gubernamentales	
Ag. económicos o promotores de proyectos	
Medios de comunicación social	
Población en general	
Otros	

9. ¿En qué aspectos se han presentado problemas para la buena realización de dichas medidas de comunicación?

Aspectos que tratan las tareas informativas	Sí	No
Mecanismos de gestión de expedientes		
Criterios de selección de las licitaciones		
Mecanismos de evaluación		
Criterios de subvencionalidad		
Objetivos y público destinatario		
Presupuesto indicativo		
Servicios administrativos u organismos responsables de su ejecución		
Otras		

10. ¿Ha desarrollado alguna medida de publicidad o información propia además de las establecidas por la normativa comunitaria y por el Plan de Información y Publicidad del POIA al respecto?

SI	
NO	

- En caso afirmativo. ¿Cuáles?

.....

11. ¿Se han planteado / discutido estas medidas propias en los Comités de Seguimiento?

SI	
NO	

12. ¿Se han contemplado las medidas propias en los Informes Anuales de Ejecución?

SI	
NO	

13. ¿Han solicitado, en alguna ocasión, ayuda técnica a las Oficinas de la Comisión en este sentido?

SI	
NO	

14. ¿Considera que existe buena o suficiente coordinación con las distintas unidades de información y atención al ciudadano que funcionan en la Consejería de Economía y Hacienda, y demás Organismos y Entidades de la Junta de Andalucía, además de otras posibles específicas?

NO EXISTE COORDINACIÓN	
SUFICIENTE	
BUENA	

15. ¿Ha recibido algún tipo de documentación por parte de la DG de Fondos Europeos u otro organismo oficial sobre temas de publicidad e información para la mejor gestión de los Fondos Europeos?

SI	
NO	

16. ¿Existen mecanismos de control de las etapas cubiertas por las actuaciones de difusión y publicidad realizadas de manera que se disponga de bases de datos con el número de intervenciones, los medios utilizados para su cumplimiento y el coste de las mismas?

SI	
NO	

17. ¿Existe alguna persona dentro del departamento encargada de revisar y actualizar la documentación sobre la normativa europea existente en esta materia?

SI	
NO	

18. Las exigencias básicas en materia de publicidad e información ¿Han supuesto en algún momento un obstáculo para la gestión eficiente de las ayudas en términos de:

	Sí	No
Prolongación de plazos de licitación y adjudicación		
Retrasos de Ejecución de obra		
Duplicación del número de modelos / instancias		
de solicitud		
Otros		

19. ¿Ha tenido algún tipo de dificultad a la hora de utilizar alguno de los siguientes medios para dar publicidad e informar de la utilización de los Fondos Europeos?

	Elaboración	Contenido	Publicación
Emblema			
Carteles			
Vallas			
Placas			
Actividades Informativas			
Medios de comunicación			
Página Web			
Otros			

20. ¿Existen mecanismos o procedimientos internos establecidos para verificar el cumplimiento en esta materia?

SI	
NO	

- En caso afirmativo. ¿En que consisten?

.....

21. ¿Se han impuesto sanciones por incumplimiento de la normativa en alguna ocasión?

SI	
NO	

22. ¿Tiene planeado algún mecanismo de evaluación del Plan de difusión?

SI	
NO	

- En que consiste:

.....

23. Por otra parte, con objeto de esta materia ¿se ofrecen cursos a los beneficiarios o se organizan foros con objeto de informarles sobre los requisitos que deben cumplir?

SI	
NO	

24. ¿Usted ha recibido/asistido algún tipo de curso/jornada sobre evaluación y seguimiento para la gestión de los Fondos Europeos?

SI	
NO	

VALORACIÓN DEL IMPACTO.

25. La introducción de este tipo de requisitos, ¿ha incrementado la demanda de ayudas respecto a periodos anteriores?

SI	
NO	

26. ¿Se ha conseguido el logro de un "efecto demostración / dominó" que haya derivado directamente en la realización de nuevos proyectos?

SI	
NO	

27. ¿Qué medios cree que han tenido una mayor repercusión? Para ello valore del 1 al 4, según su menor o mayor relevancia en la consecución de los objetivos marcados en materia de publicidad e información de las actividades cofinanciadas.

ELEMENTOS PUBLICITARIOS	VALORACIÓN			
	1. Reducida	2. Moderada	3. Adecuada	4. Importante
Carteles (sensibilización papel en materia de RRHH)				
Vallas				
Folletos/Publicaciones				
Actividades Informativas (seminarios, jornadas, etc.)				
Medios de comunicación social				
Página Web				
Medidas propias				
Otros				

28. ¿Considera que el alcance de las medidas de información y publicidad puestas en marcha ha llegado efectivamente a los diferentes beneficiarios? Valore su respuesta según considere que la información ha llegado.

	VALORACIÓN		
	Insuficiente	Suficiente	Perfecta
Beneficiarios potenciales			
PYMEs			
Org. Profesionales / medios económicos			
Interlocutores económicos y sociales			
Organizaciones no gubernamentales			
Ag. económicos o promotores de proyectos			
Medios de comunicación social			
Población en general			
Otros			

29. ¿Cree que con todas estas medidas resultantes de la normativa se logra el reconocimiento del papel y el apoyo que ofrecen los Fondos Europeos a los países miembros?

Insuficientemente	
Suficientemente	
Aceptablemente	

Anexo III: Cuestionario a la Opinión Pública.

General / Percepción personal

1. Las noticias relacionadas con la Unión Europea, ¿le interesan a Usted?

Mucho	
Bastante	
Poco	
Nada	

2. ¿Sabe Usted si Europa está invirtiendo en Andalucía?

SI	
NO	

3. ¿Conoce en qué ámbitos invierte la Unión Europea en Andalucía?

ÁMBITOS	Sí	No
Infraestructuras		
Formación, Educación y Empleo		
Medio Ambiente		
Ayudas a empresas		
Agricultura y desarrollo rural		
Innovación, Investigación y Desarrollo		
Sanidad y equipamientos sociales		
Cooperación con Portugal		
Cooperación con Marruecos		
Otras		

4. ¿De qué modo ha tenido conocimiento de proyectos concretos que se estén llevando a cabo o se hayan realizado en Andalucía, con financiación de la Unión Europea?

Beneficiarios potenciales	
A través de vallas publicitarias	
A través de anuncios en medios de comunicación	
A través de artículos o reportajes en prensa o televisión	
Mediante folletos, trípticos, hojas informativas, etc.	
A través de Internet	
A través de placas/carteles en lugares públicos/centros de estudio	
A través de alguna conferencia/seminario sobre actividades cofinanciadas	
Ha sido beneficiario de alguna de las ayudas	
De algún otro modo (especificar)	
No ha tenido conocimiento de ningún proyecto concreto	

5. ¿En caso de haber visitado alguna página web de la Junta de Andalucía relacionada con ayudas europeas, qué impresión ha tenido?

	Sí	No
Facilidad de manejo		
Facilidad de acceso		
Claridad de la información		

6. ¿Considera Usted importante que se trabaje conjuntamente con la UE para el progreso de Andalucía?

Muy importante	
Importante	
Poco importante	
Nada importante	

7. ¿Considera Usted que las ayudas de la Unión Europea generan beneficios en favor de la calidad de vida de los andaluces?

Muchos	
Bastantes	
Pocos	

8. ¿Sabría Usted adónde dirigirse en caso de querer solicitar una ayuda de la Unión Europea en los siguientes ámbitos?

ÁMBITOS	Sí	No	No tenía conocimiento de estas ayudas
Ayudas para la formación			
Ayudas para el empleo			
Ayudas para la creación de negocios			
Ayudas para los jóvenes			
Ayudas para la incorporación de la mujer al mercado de trabajo			

9. ¿Se considera Ud. informado sobre los asuntos relacionados con la Unión Europea?

MUY INFORMADO	
BASTANTE INFORMADO	
POCO INFORMADO	
NADA INFORMADO	

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

10. ¿Sabe Usted que la Unión Europea ha contribuido a la ampliación del Parque de las Ciencias de Granada o a la construcción de la Autovía Jerez-Los Barrios?

SI	
NO	

11. ¿Conoce el eslogan: "Andalucía se mueve con Europa"?

SI	
NO	

12. ¿Ha visto en TV el anuncio publicitario de "Andalucía se mueve con Europa"?

SI	
NO	

- ¿Cuál es el mensaje que le ha transmitido el anuncio?

Promoción exterior de Andalucía	
Visibilidad de las actuaciones desarrolladas por la Junta de Andalucía	
Visibilidad de las actuaciones desarrolladas conjuntamente por la Junta de Andalucía y la Unión Europea	
Otros	

Otros: .....

- En caso afirmativo, ¿se ha fijado en que aparece la bandera de la UE?

SI	
NO	

Informe de Buenas Prácticas, en materia de información y publicidad, del Plan de Información y Publicidad del Programa Operativo Integrado de Andalucía

2000-2006

Introducción

Introducción

La elaboración de un informe de buenas prácticas responde a la oportunidad que este análisis permite al poner de relieve un conjunto de actuaciones y proyectos, particularmente innovadores y significativos, que destacan por su contribución a la generación de hábitos de excelencia y, en consecuencia, por su carácter ejemplarizante.

El presente Informe de Buenas Prácticas es el resultado de la evaluación efectuada sobre los sistemas de información y publicidad desarrollados -en el ámbito del POI de Andalucía- a partir del análisis detallado de los 73 proyectos seleccionados.

La adecuada instrumentación de una política de comunicación que permita dar a conocer las oportunidades que brindan los Fondos Europeos, y asegure la transparencia de las intervenciones europeas, depende, en gran medida, del grado de implicación de los agentes y órganos gestores, así como de su capacidad de aprovechamiento de los instrumentos utilizados o puestos a su disposición. Sólo de este modo se sacará el máximo rendimiento a la Política Regional Comunitaria y se garantizará el mayor sentimiento/concienciación europea entre la población.

De ahí la conveniencia –una vez realizado el informe de evaluación- de examinar y valorar las acciones que, en materia de información y publicidad, han llevado a cabo la Dirección General de Fondos Europeos (DGFE) y los distintos órganos gestores implicados en el POI de Andalucía, para identificar y difundir las más significativas y efectivas experiencias de información y publicidad emprendidas hasta ahora. En este sentido, se estima que la selección y descripción de proyectos y medidas concretas -consideradas como ejemplos de buenas prácticas por su calidad y sobresalientes resultados- constituyen un ejercicio muy útil de cara a mejorar las acciones de comunicación y los mecanismos de publicidad puestos en marcha hasta el momento.

1. Identificación de Buenas Prácticas: Objetivos y Enfoque Metodológico Utilizado

1. Identificación de Buenas Prácticas: Objetivos y Enfoque Metodológico utilizado.

El objetivo fundamental del trabajo consiste en destacar las experiencias más positivas y novedosas que están contribuyendo, en mayor medida, a mejorar el desempeño de las responsabilidades y competencias de los gestores del POI de Andalucía, en materia de información y publicidad.

De esta manera, los resultados obtenidos facilitarán información adicional para mejorar los resultados de la política de comunicación del Plan de Información y Publicidad del POIA, garantizando la mayor difusión de las actividades y beneficios derivados de la intervención europea en la región.

Para ello, se han tenido en cuenta diferentes aspectos:

- La identificación de **proyectos** que, en conjunto, alcanzan un alto grado de cumplimiento de los objetivos establecidos en materia de información y publicidad y logran un impacto notable, en términos de difusión entre la población de la aportación y del papel de la UE en el desarrollo regional.
- La selección de **actuaciones específicas,** de carácter innovador, dentro de determinados proyectos, destacables por su particular contribución a la calidad de los procesos de difusión de información.
- Las buenas prácticas en materia de **control del cumplimiento** de la normativa comunitaria en materia de información y publicidad, que contribuyen de forma innegable a la realización de actuaciones ejemplares en este ámbito.

A partir de las anteriores premisas, la *buena práctica* ha de reconocerse por la calidad de su concepción y por sus buenos resultados alcanzados en la búsqueda de propuestas novedosas, que refuercen el reconocimiento del papel determinante desempeñado por la Unión Europea en el desarrollo regional de Andalucía.

En consecuencia, se considera **buena práctica toda acción institucional, o actuación específica, dirigida a incrementar la visibilidad de la contribución de la Unión Europea a la resolución de un problema, o debilidad regional, a favor del desarrollo regional de Andalucía.**

A su vez, la selección de los proyectos y actuaciones concretas se ha llevado a cabo a partir de un listado de diferentes criterios específicos, como muestra el Esquema 1, y que se pueden resumir en:

- La claridad del mensaje lanzado.
- La utilización de instrumentos relacionados con las nuevas tecnologías de información que permiten una difusión más amplia, así como de herramientas innovadoras y originales.
- La amplitud del colectivo destinatario de las actuaciones de comunicación efectuadas, que incluye no sólo a los beneficiarios de las ayudas, sino a la población en general.
- La complementariedad de unas actuaciones con otras ya desarrolladas que permita reforzar la comunicación enviada: multiplicadores de información.

- La colaboración y participación directa de los propios beneficiarios y organismos implicados.
- La mayor sostenibilidad en el tiempo e incidencia de las actuaciones para demostrar y dar a conocer los proyectos cofinanciados por el POIA.
- El máximo cumplimiento de la normativa europea, en materia de información y publicidad, al menos en cuanto al cumplimiento de mínimos[1] –es decir, utilización de todos los instrumentos obligatorios.-

Esquema 1. Criterios de Buenas Prácticas.

Fuente: Elaboración propia

Asimismo, de acuerdo con las pautas de la Comisión -en su *Guía Práctica de Comunicación relacionada con los Fondos Estructurales, 2000-2006*-, y como ya se consideraron en el Informe de Evaluación, a estos criterios específicos, definidos por el equipo evaluador, hay que añadir los **indicadores de calidad** propuestos para la evaluación de este tipo de actuaciones:

- Carácter atractivo de las publicaciones.
- Utilización de un lenguaje claro.
- Equilibrio entre el texto y las imágenes.
- Fácil manejo y acceso a los productos electrónicos -online y offline-.
- Puntualidad, funcionamiento de los servicios y del personal responsable de la organización de los eventos y jornadas.
- Nivel de participación en los debates de los distintos eventos.
- Profesionalidad, claridad y longitud de las exposiciones.
- Calidad de la documentación distribuida en las celebraciones.
- Facilidad de acceso al lugar en el que se celebran los eventos.

1 Se ha sido menos exigente en términos del formato del emblema empleado.

2. Selección de Proyectos Excelentes en Materia de Comunicación

2. Selección de Proyectos Excelentes en materia de Comunicación.

Una vez definidos los objetivos y la metodología empleada para la selección de buenas prácticas, en aplicación de los criterios señalados se han seleccionado, como proyectos excelentes en comunicación, los recogidos en la siguiente Tabla 1, que serán examinados pormenorizadamente en las páginas siguientes.

Tabla 1. Selección de proyectos excelentes en materia de información y publicidad.

Proyecto	Medida	Fondo	Órgano Gestor
Ampliación o Modernización	1.2	FEOGA	DG de Industrias y Promoción Agroalimentarias
Servicio de Orientación e Integración Laboral (SOIL)	4.10	FSE	Instituto Andaluz de Servicios Sociales
Escuela Consorcios	4.8	FSE	DG Formación para el empleo
Hotel Rural Las Fuentes		FEOGA	DG Desarrollo Rural
Itinerarios de Inserción	4.9	FSE	DG Intermediación e Inserción Laboral
OPTIMA	4.18	FSE	Instituto de la Mujer Andaluz
Autovía A-381 Jerez-Los Barrios	6.1	FEDER	DG de Carreteras
Campañas de Publicidad	1.10	FEDER	D.G. de Promoción y Comercialización Turística

Fuente: Elaboración propia

2.1. Proyecto: "Ampliación o Modernización".

La DG de Industria y Promoción Agroalimentarias de la Consejería de Agricultura y Pesca de Andalucía contribuye, entre otros aspectos, a la modernización de la agricultura andaluza mediante las ayudas que gestiona dentro del marco del POI de Andalucía.

Las tareas de información y publicidad desarrolladas destacan por la **transparencia** y **amplitud de la información** proporcionada, lo que permite tener bien informados a los beneficiarios de las ayudas sobre su participación en un proyecto cofinanciado por la Unión Europea (Tabla 2).

Los instrumentos utilizados varían desde la página Web y documentación administrativa asociada, hasta la organización de foros y jornadas con los beneficiarios potenciales de las ayudas. En todos ellos, la presencia del emblema comunitario y la especificación clara, y en lugar visible, de la participación europea a través del Programa –en cuantía y Fondo- favorece la concienciación del beneficiario de que la ayuda que recibe es posible gracias a la acción europea en la región a favor del desarrollo.

En el Esquema 2 se presenta la ficha resumen del proyecto de buenas prácticas "Ampliación o modernización"

Tabla 2. Actuaciones informativas y publicitarias desarrolladas dentro del proyecto.

Descripción	Ejemplos
Publicación de la Orden en el Boja. Ya en el título de la Orden se hace referencia a la participación de las ayudas en el POIA. Asimismo, en la introducción de la Orden se explica con detalle la finalidad del Programa, los instrumentos con los que se cuentan, en este ámbito, para estas ayudas (FEOGA) y la necesidad de respetar las disposiciones sobre información y publicidad dictadas por la UE.	 Sevilla, 27 de julio 2002 BOJA núm. 88 Página núm. 14.467 1. Disposiciones generales CONSEJERIA DE AGRICULTURA Y PESCA *ORDEN de 10 de julio de 2002, por la que se desarrolla parcialmente la Sección B.1, sobre ayudas para la transformación y comercialización de los productos agroalimentarios, del Decreto 280/2001, de 26 de diciembre, por el que se establecen las Ayudas de la Junta de Andalucía a los Sectores Agrícola, Ganadero y Forestal incluidas en el Programa Operativo Integrado Regional de Andalucía para el Desarrollo del Marco Comunitario de Apoyo 2000-2006.* Entre los antecedentes normativos inmediatos que se han de tener presente destacan el Reglamento (CE) 1257/1999, del Consejo, de 17 de mayo, sobre la ayuda al desarrollo rural a cargo del Fondo Europeo de Orientación y de Garantía Agrícola y por el que se modifican y derogan determinados Reglamentos y el Reglamento (CE) 1258/1999, del Consejo, de 21 de junio, por el que se establecen disposiciones generales sobre los Fondos Estructurales. En el primer Reglamento citado, en su Título I, dedicado al ámbito y objetivos, el artículo 2 incluye la mejora de la transformación y comercialización de los productos agrícolas entre las ayudas que se pueden otorgar por los Estados miembros con cargo a las acciones de desarrollo rural amparadas por este Reglamento. El artículo 40.1 del Reglamento (CE) 1257/1999 dispone que las medidas de desarrollo rural financiadas por la Sección de Orientación del FEOGA formarán parte de la programación de las regiones del objetivo núm. 1, de conformidad con el Reglamento (CE) 1260/1999, del Consejo, de 21 de junio, por el que se establecen disposiciones generales sobre los Fondos Estructurales. En este sentido, la Comunidad Autónoma de Andalucía cuenta con un Programa Operativo Integrado para el período 2000-2006, aprobado por la Comisión Europea mediante Decisión C (2000) 3965, de 29 de diciembre de 2000, comunicada a la Representación Permanente de España ante la Unión Europea el día 29 de enero de 2001. El Programa Operativo Integrado establece prioridades para la consecución de los objetivos previstos, cada una de las cuales constituye un eje prioritario de intervención. El primero de los ejes en que se estructura el Programa se destina a la mejora de la competitividad y al desarrollo del tejido productivo, con el objetivo de incentivar el incremento y la mejora de los activos de las empresas y el fortalecimiento de la producción sectorial. Entre las áreas de intervención de este eje se contempla, como medida 2 y con financiación del FEOGA-Orientación, el apoyo a la mejora de la transformación y comercialización de productos agrícolas, determinándose los objetivos que deben perseguir las inversiones para poder ser subvencionadas, la cuantía de las ayudas (mediante remisión al Reglamento CE 1257/1999) y la necesidad de justificar determinados requisitos impuestos por la normativa comunitaria. llo y ejecución del nuevo marco comunitario de apoyo para el referido período. La Disposición Final Primera del Decreto 280/2001, de 26 de diciembre, establece que por los titulares de las Consejerías competentes, en función del ámbito de las distintas ayudas objeto de regulación, se procederá a la aprobación y publicación de normas de desarrollo del presente Decreto y de las respectivas convocatorias de ayudas, procediéndose a la concesión de las mismas con arreglo a lo dispuesto en la Ley General de la Hacienda Pública de la Comunidad Autónoma de Andalucía, en la correspondiente Ley del Presupuesto de la Comunidad Autónoma y demás normativa de general aplicación. Asimismo, en los supuestos de ayudas financiadas por los Fondos Estructurales, las normas de desarrollo del presente Decreto deberán respetar las disposiciones sobre información y publicidad que se dicten por la Unión Europea. A este respecto, el Decreto 178/2000, de 23 de mayo, por el que se regula la estructura orgánica de la Consejería de Agricultura y Pesca, establece en su artículo 1 que corresponden a la Consejería las competencias atribuidas a la Comunidad Autónoma de Andalucía en materia de la política agraria, pesquera, agroalimentaria y de desarrollo rural. En su virtud, haciendo uso de la facultad conferida por la Disposición Final Primera del Decreto 280/2001, de 26 de diciembre, y a propuesta del titular de la Dirección General de Industrias y Promoción Agroalimentaria, D I S P O N G O Artículo 1. Objeto. 1. La presente Orden tiene por objeto el desarrollo normativo de la Sección B.1, sobre ayudas para la transformación y comercialización de los productos agroalimentarios, del Decreto 280/2001, de 26 de diciembre, por el que se establecen las ayudas de la Junta de Andalucía a los sectores agrícola, ganadero y forestal incluidas en el Programa Operativo Integrado Regional de Andalucía para el Desarrollo del Marco Comunitario de Apoyo 2000-2006. 2. Asimismo, tiene por objeto hacer pública la convocatoria correspondiente al año 2002 de las ayudas a la mejora de la transformación y comercialización de los productos agroalimentarios contempladas en el Decreto 280/2001, de 26 de diciembre. CAPITULO I DE LAS AYUDAS PARA LA TRANSFORMACION Y COMERCIALIZACION DE LOS PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS Artículo 2. Finalidad de las ayudas. Las ayudas reguladas en esta Orden contribuirán a la con-
Folletos / Jornadas La DG de Industria y Promoción Agroalimentarias organiza jornadas y foros con empresarios y cooperativas apara informarles de las posibilidad de financiación que ofrece la Junta, en cooperación con la Unión Europea, para la ampliación o modernización de instalaciones agrarias.	 Lugar de Celebración: SEVILLA SIGLO XXI Avd Marie Curie s/n Isla de la Cartuja 41092 SEVILLA Información e Inscripción Sevilla Siglo XXI Tlf: 954 48 68 11 Fax: 954 48 68 05 E-mail: prejudo@sevillasigloxxi.org Asociación Local Campiña Tlf: 954 84 13 06 Asociación Local Serranía Suroeste Tlf: 955 85 02 64 Modernización rural, innovación y Aceituna de mesa empleo en torno a productos locales AYUNTAMIENTOS JUNTA DE ANDALUCIA Modernización rural, innovación y Aceituna de mesa empleo en torno a productos locales JORNADA FINAL PROYECTO "MODERNIZACIÓN RURAL, INNOVACIÓN Y EMPLEO EN TORNO A PRODUCTOS LOCALES: LA ACEITUNA DE MESA" SEVILLA 31 de enero de 2006

Descripción	Ejemplos

Solicitud
En la solicitud aparece el emblema comunitario (aunque alude a la Comunidad Europea, en lugar de a la UE) y el POIA, en el título de la misma.

ANEXO 1

JUNTA DE ANDALUCIA
Consejería de Agricultura y Pesca

JUNTA DE ANDALUCIA
CONSEJERIA DE AGRICULTURA Y PESCA
RECIBIDO
31 OCT. 2003
HORA
REGISTRO GENERAL
DELEGACIÓN PROVINCIAL
HUELVA

COMUNIDAD EUROPEA
Fondo Europeo de Orientación y de Garantía Agrícola

SOLICITUD

AYUDAS PARA LA TRANSFORMACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS
Programa Operativo Integrado Regional de Andalucía para el Desarrollo del Marco Comunitario 2000 - 2006
Decreto 280/2001, de 26 de diciembre (Boja nº 149, de 29 de diciembre)

Orden de ..... (BOJA nº ..... de fecha .....) EJERCICIO: .....
EXPTE. Nº.: .....

1 DATOS DEL/DE LA SOLICITANTE		
NOMBRE O RAZÓN SOCIAL: FRUTAS HERMANOS PULIDO, S.L.		N.I.F./C.I.F.: B 21355789
DOMICILIO: POLG. IND. EL CORCHITO, PARCELA, 18		
LOCALIDAD: BONARES	PROVINCIA: HUELVA	C. POSTAL: 21830
TELÉFONO	FAX/TÉLEX	CORREO ELECTRÓNICO

2 DATOS DEL/DE LA REPRESENTANTE LEGAL		
APELLIDOS Y NOMBRE DEL/DE LA REPRESENTANTE LEGAL: PULIDO BARBA, ALFONSO JAVIER		D.N.I./N.I.F.: 44 223702-S
CARGO QUE OSTENTA: ADMINISTRADOR.		
DOMICILIO A EFECTOS DE NOTIFICACIÓN: AVD. CONSEJERO ALONTANER, 17		
LOCALIDAD: BONARES	PROVINCIA: HUELVA	C. POSTAL: 21830
TELÉFONO	FAX/TÉLEX	CORREO ELECTRÓNICO

Resolución de la subvención.
En el primer párrafo de la resolución se hace alusión al POIA, como mecanismo de financiación de la subvención. En el segundo, especifica que es el FEOGA, con la Junta, el origen de los Fondos.

JUNTA DE ANDALUCIA

CONSEJERÍA DE AGRICULTURA Y PESCA
Dirección General de Industrias y Promoción Agroalimentaria

F.

RESOLUCIÓN DE 14 DE DICIEMBRE DE 2005 DE LA DIRECCIÓN GENERAL DE INDUSTRIAS Y PROMOCIÓN AGROALIMENTARIA DE LA CONSEJERÍA DE AGRICULTURA Y PESCA DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA, POR LA QUE SE ACUERDA LA CONCESIÓN DE UNA SUBVENCIÓN A S.C.A. NTRA. SRA. DEL ROSARIO DE BEAS DE SEGURA (JAÉN) PARA "*PROYECTO DE AMPLIACIÓN Y MODERNIZACIÓN DE INSTALACIONES DE ALMAZARA. EN BEAS DE SEGURA (JAÉN)*" AL AMPARO DE LA ORDEN DE 10 DE JULIO DE 2002.

Expediente número IA-09-23-2003-089

Visto el expediente arriba indicado, iniciado con fecha 22/09/2003 por la Empresa S.C.A. NTRA. SRA. DEL ROSARIO con NIF/CIF: F23008089 y domicilio en CTRA. LINARES-ORCERA KM. 6, CUEVAS DE AMBROSIO, de BEAS DE SEGURA (JAÉN), para la obtención de subvención al amparo de la Orden de 10 de julio de 2002, por la que se desarrolla parcialmente la Sección 8ª, sobre ayudas para la transformación y comercialización de los productos agroalimentarios, del Decreto 280/2001, de 26 de diciembre, por el que se establecen las ayudas de la Junta de Andalucía a los sectores agrícola, ganadero y forestal incluidas en el Programa Operativo Integrado Regional de Andalucía para el Desarrollo del Marco Comunitario de Apoyo 2000-2006, para el Proyecto de inversión "*PROYECTO DE AMPLIACIÓN Y MODERNIZACIÓN DE INSTALACIONES DE ALMAZARA. EN BEAS DE SEGURA (JAÉN)*", con un presupuesto presentado de 672.245,40€.

Considerando que el expediente de gasto reúne los requisitos fijados por el Reglamento (CE) 1257/99 del Consejo, de 17 de mayo de 1999, sobre la ayuda al desarrollo rural a cargo del Fondo Europeo de Orientación y Garantía Agrícola (FEOGA), Reglamento (CE) 1750/99, de la Comisión, de 23 de julio de 1999, por el que se establecen sus disposiciones de aplicación, modificado por el Reglamento (CE) 2075/00, en el Reglamento (CE) 1/2004, de la Comisión sobre ayudas estatales para pequeñas y medianas empresas dedicadas a la producción, transformación y comercialización de productos agrarios, y las Directrices comunitarias sobre ayudas estatales al sector agrario 2000/C28/02, así como lo establecido en el Decreto 280/2001, de 26 de diciembre y en la Orden de 10 de julio de 2002.

A continuación, en la segunda página (punto 2) se detalla el porcentaje de financiación de cada uno de ellos.

JUNTA DE ANDALUCIA

CONSEJERÍA DE AGRICULTURA Y PESCA
Dirección General de Industrias y Promoción Agroalimentaria

RESUELVE

1º.- Conceder a la empresa S.C.A. NTRA. SRA. DEL ROSARIO una subvención de CIENTO SETENTA Y CUATRO MIL VEINTISEIS EUROS CON DIECISEIS CENTIMOS DE EURO (174.026,16 Euros) correspondiente a un porcentaje del 26,00% sobre una inversión aprobada de SEISCIENTOS SESENTA Y NUEVE MIL TRESCIENTOS TREINTA Y UN EUROS CON CUARENTA CENTIMOS DE EURO (669.331,40 Euros), para el proyecto de inversión "*PROYECTO DE AMPLIACIÓN Y MODERNIZACIÓN DE INSTALACIONES DE ALMAZARA. EN BEAS DE SEGURA (JAÉN)*", según anexo adjunto; sin perjuicio de que dicho importe se pueda modificar si no se justifica el total de la inversión realizada de acuerdo con el artículo 18.2 del Decreto 254/2001, de 20 de noviembre.

2º.- Dicha subvención ha sido cofinanciada con fondos de la Comunidad Europea (FEOGA) en un 80% y de la Junta de Andalucía en un 20% e imputada a la aplicación presupuestaria 0116001100 77102 71E 0 .

Descripción	Ejemplos
Posteriormente, en la siguiente página (punto séptimo) se obliga al beneficiario a cumplir con los requisitos de información y publicidad del Reglamento (CE) 1159/2000.	JUNTA DE ANDALUCIA CONSEJERÍA DE AGRICULTURA Y PESCA Dirección General de Industrias y Promoción Agroalimentaria 5º.- El pago de la ayuda se realizará en firme mediante transferencia bancaria en la cuenta que señale al efecto el beneficiario, debiendo ser su titular. 6º - En el plazo de 15 días a partir de la recepción deberá aceptarla en todos sus términos, entendiéndose en otro caso que renuncia a la ayuda solicitada. 7° - El beneficiario de la ayuda prevista en la presente Resolución deberá cumplir con las disposiciones sobre información y publicidad dictadas por la Unión Europea en el R(CE) 1159/2000 de 30.05.2000 (DOCE nº 130, de 31.05.2000).
Placa La DG de Industrias y Promoción Agroalimentarias impone a los beneficiarios la colocación de placas en sus sedes durante un año, de acuerdo con la normativa vigente.	

Fuente: Elaboración propia

Esquema 2. Ficha resumen del proyecto de buenas prácticas "Ampliación o Modernización".

AMPLIACIÓN O MODERNIZACIÓN

Programa	Medida	Fondo	Órgano Gestor
POIA	1.2	FEOGA	DG de Industria y Promoción Agroalimentaria

CARACTERÍSTICAS GENERALES Y PRINCIPALES OBJETIVOS DEL PROYECTO

Subvenciones a empresas agrarias para la ampliación o modernización de sus instalaciones.

MECANISMOS DE PUBLICIDAD Y DIFUSIÓN DESARROLLADOS

Descripción general.

Actividad de comunicación muy completa y transparente, dirigida, fundamentalmente, al beneficiario potencial y final de las ayudas. Las acciones cubren todo el período, desde la oferta de la ayuda hasta un año después de su recepción.

MEDIDAS DE OBLIGADO CUMPLIMIENTO

- Información en documentos administrativos y de contratación.
- Placas informativas.

MEDIDAS DE INICIATIVA PROPIA

- Organización de Jornadas para informar a los beneficiarios potenciales la oferta de estas ayudas.

VALORACIÓN DEL IMPACTO DE LAS MEDIDAS

Las acciones van dirigidas, fundamentalmente, a los beneficiarios potenciales y finales de las ayudas. Para ello, se ha especificado de manera muy visual y detallada el origen de la subvención, indicando al beneficiario la cuantía, el Fondo especifico y el Programa de la Unión en el que se enmarca dicha subvención, de forma que se le proporciona una información muy completa acerca de las ayudas.

CALIFICACIÓN DE LAS ACCIONES DE PUBLICIDAD

	MUY POSITIVA	POSITIVA	ADECUADA
Claridad del mensaje	✔		
Uso de nuevas tecnologías			✔
Amplitud número destinatarios		✔	
Complementariedad de acciones	✔		
Participación beneficiarios	✔		
Sostenibilidad de las actuaciones	✔		
Cumplimiento normativa	✔		
Calidad de las actuaciones	✔		

Fuente: Elaboración propia

2.2. Proyecto: "Servicio de Orientación e Integración Laboral (SOIL)".

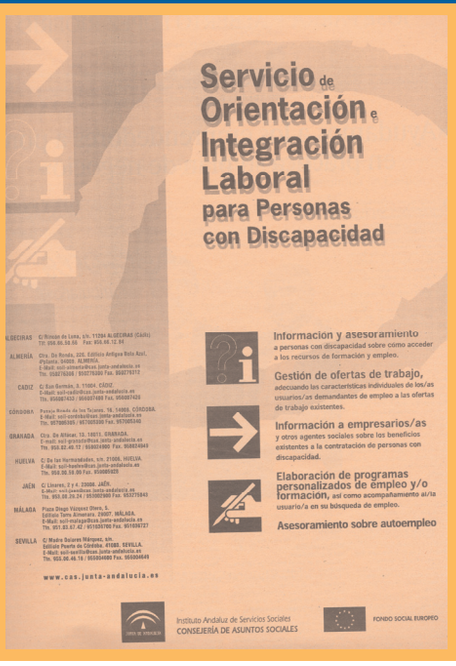
La Consejería para la Igualdad y el Bienestar Social, a través del Instituto Andaluz de Servicios Sociales, ofrece un servicio de orientación e integración laboral para personas con discapacidad mediante el que se les informa, orienta y asesora sobre los recursos formativos y laborales existentes, para facilitar su integración socio-laboral.

Las actuaciones llevadas a cabo en materia de información y publicidad, se caracterizan por la variedad de instrumentos utilizados y por estar dirigidos a un amplio colectivo de la población (beneficiarios potenciales, empresas y público en general).

Dentro del Instituto existe, además, una persona encargada, específicamente, de estos temas, lo que facilita, tanto el cumplimiento de la normativa vigente, como la mayor cantidad y diversidad de acciones publicitarias (Tabla 3).

En el Esquema 3 se presenta la ficha resumen del proyecto de buenas prácticas "SOIL"

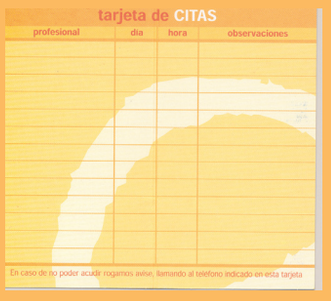
Tabla 3. Actuaciones informativas y publicitarias desarrolladas dentro del proyecto.

Descripción	Ejemplos
Anuncios en prensa de la oferta de las ayudas Publicación en los principales periódicos de tirada nacional y regional, a una página, de la oferta de las ayudas, su contenido, lugares de acceso y emblemas de los organismos participantes.	
Organización de Jornadas El Instituto organiza jornadas y foros con empresas para informarles sobre el proyecto e intentar hacerles partícipes en él. En lugar visible y con un tamaño considerable se incluye el emblema de la Unión Europea.	
Folletos divulgativos a personas y empresas Tanto para las empresas, como para los beneficiarios potenciales de las ayudas se distribuyen folletos informativos en sus centros y en otros organismos intermedios y ferias organizadas.	 

Descripción	Ejemplos

Tarjeta de citas

En las tarjetas de citas proporcionadas a los beneficiarios, aparecen, de modo visible, tanto el emblema de la Junta de Andalucía, como el de la Unión Europea.



Carteles

Los Centros de Orientación e Integración colocan carteles en lugares visibles en los que también aparece el emblema comunitario. Dicho emblema también aparece en los carteles situados en los tablones de anuncios para las ofertas concretas de formación y empleo.

Solicitud

Los cuestionarios de solicitud que han de rellenar los beneficiarios de las ayudas contienen en su encabezado ambos emblemas (autonómico y comunitario).

Servicio Andaluz de Empleo
CONSEJERÍA DE EMPLEO Y DESARROLLO TECNOLÓGICO
FONDO SOCIAL EUROPEO

SOLICITUD DE PARTICIPACIÓN EN LOS PROGRAMAS DE FORMACIÓN PROFESIONAL OCUPACIONAL DE 2004

DENOMINACIÓN DE LA ENTIDAD O RAZÓN SOCIAL:			
DIRECCIÓN (Que consta en el CIF):			
MUNICIPIO:			**PROVINCIA:**
CÓDIGO POSTAL:	**TELÉFONO:**	**FAX:**	**NIF/CIF:**
REPRESENTANTE LEGAL:			
CARGO:		**TELÉFONO:**	**FAX:**
RESPONSABLE DEL PROYECTO:			
CARGO:		**TELÉFONO:**	**FAX:**

D/Dña.: en nombre y representación de la entidad arriba indicada

MANIFIESTA

1. Que conoce las condiciones establecidas para la ejecución de las acciones de F.P.O. exigidas en el Decreto 204/97, de 3 de Septiembre, y normativa de convocatoria y desarrollo, y se compromete a su cumplimiento.

Descripción	Ejemplos
Material publicitario de papelería Se distribuye diverso material de papelería (agendas, carpetas, marcapáginas, reglas, alfombrillas para ratón, etc.) entre los beneficiarios de las ayudas, en las celebraciones de las jornadas informativas, etc.	   
Elaboración de un CD Se ha elaborado un CD divulgativo sobre los servicios y prestaciones realizadas para personas con discapacidad. Éste incluye en la contraportada los emblemas de la Junta y la UE.	 

Fuente: Elaboración propia

Esquema 3. Ficha resumen del proyecto de buenas prácticas "SOIL".

SERVICIO DE ORIENTACIÓN E INTEGRACIÓN LABORAL

Programa	Medida	Fondo	Órgano Gestor
POIA	4.10	FSE	Consejería de Igualdad y Bienestar Social

CARACTERÍSTICAS GENERALES Y PRINCIPALES OBJETIVOS DEL PROYECTO

A través de los Centros de Valoración y Orientación del Instituto Andaluz de Ss. Sociales, en cada una de las provincias andaluzas, se ofrece, a personas discapacitadas, información y asesoramiento de formación y empleo, se gestionan ofertas de trabajo –involucrando a empresarios y otros agentes- y se elaboran programas personalizados para ayudarles en la búsqueda de trabajo.

MECANISMOS DE PUBLICIDAD Y DIFUSIÓN DESARROLLADOS

Descripción general.
Las tareas de información y publicidad se caracterizan por la variedad y alcance de los instrumentos utilizados: elaboración de papelería, CDs, colocación de carteles, publicación en prensa, organización de jornadas informativas, etc.

MEDIDAS DE OBLIGADO CUMPLIMIENTO

- Información en documentos administrativos y de contratación.
- Carteles informativos.
- Publicación de las ayudas.

MEDIDAS DE INICIATIVA PROPIA

- Organización de Jornadas para informar a los beneficiarios potenciales la oferta de estas ayudas.
- Material de papelería publicitario.
- Elaboración de un CD.

VALORACIÓN DEL IMPACTO DE LAS MEDIDAS

Aunque las acciones van dirigidas, fundamentalmente, a los beneficiarios finales de las ayudas, también se difunde información para el resto de la población. Los instrumentos utilizados, que informan de manera clara y precisa, son complementarios, puesto que abarcan diferentes aspectos del proyecto en sí, entre los que se encuentra la participación financiera de la Unión.

CALIFICACIÓN DE LAS ACCIONES DE PUBLICIDAD

	MUY POSITIVA	POSITIVA	ADECUADA
Claridad del mensaje	✔		
Uso de nuevas tecnologías			✔
Amplitud número destinatarios	✔		
Complementariedad de acciones	✔		
Participación beneficiarios		✔	
Sostenibilidad de las actuaciones	✔		
Cumplimiento normativa	✔		
Calidad de las actuaciones	✔		

Fuente: Elaboración propia

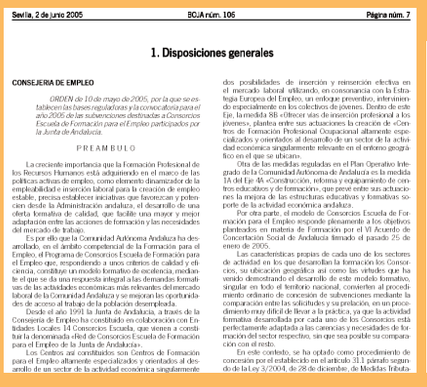
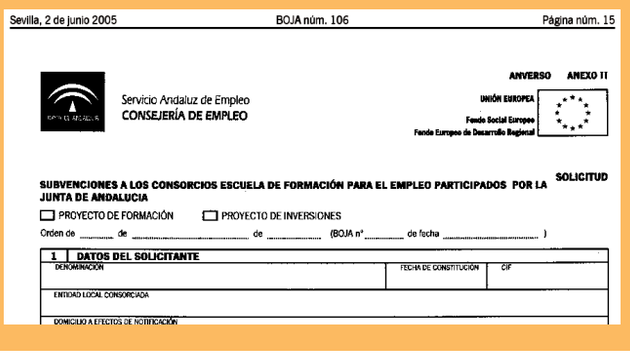
2.3. Proyecto: "Consorcios Escuela".

La DG de Formación para el Empleo de la Consejería de Empleo desarrolla una muy completa labor de difusión de su Programa de Formación a través de las subvenciones que concede a Consorcios Escuela de Formación para el Empleo, participados por la Junta de Andalucía.

Junto a esta notable difusión y comunicación de las ayudas –de carácter novedoso y transparente- destacan las acciones implementadas para mejorar el cumplimiento de la normativa y el alcance de los objetivos perseguidos por el Plan de Publicidad, mediante actividades de control y de homogeneización, y de impulso de la concienciación europea entre la población (Tabla 4).

En el Esquema 4 se presenta la ficha resumen del proyecto de buenas prácticas "Consorcios Escuelas"

Tabla 4. Actuaciones informativas y publicitarias desarrolladas dentro del proyecto

Descripción	Ejemplos
Publicación en BOJA. En la introducción de la Orden se hace referencia a la participación del POIA en las ayudas y los objetivos que persigue dicho Programa en la región en materia de empleo.	 Sevilla, 2 de junio 2005 BOJA núm. 106 Página núm. 7 1. Disposiciones generales CONSEJERIA DE EMPLEO *ORDEN de 10 de mayo de 2005, por la que se establecen las bases reguladoras y la convocatoria para el año 2005 de las subvenciones destinadas a Consorcios Escuela de Formación para el Empleo participados por la Junta de Andalucía.* PREAMBULO La creciente importancia que la Formación Profesional de los Recursos Humanos está adquiriendo en el marco de las políticas activas de empleo, como elemento dinamizador de la empleabilidad e inserción laboral para la creación de empleo estable, precisa establecer iniciativas que favorezcan y potencien desde la Administración andaluza, el desarrollo de una oferta formativa de calidad, que facilite una mayor y mejor adaptación entre las acciones de formación y las necesidades del mercado de trabajo. Es por ello que la Comunidad Autónoma Andaluza ha desarrollado, en el ámbito competencial de la Formación para el Empleo, el Programa de Consorcios Escuela de Formación para el Empleo que, respondiendo a unos criterios de calidad y eficiencia, constituye un modelo formativo de excelencia, mediante el que se da una respuesta integral a las demandas formativas de las actividades económicas más relevantes del mercado laboral de la Comunidad Andaluza y se mejoran las oportunidades de acceso al trabajo de la población desempleada. Desde el año 1991 la Junta de Andalucía, a través de la Consejería de Empleo ha constituido en colaboración con Entidades Locales 14 Consorcios Escuela, que vienen a constituir la denominada «Red de Consorcios Escuela de Formación para el Empleo de la Junta de Andalucía». Los Centros así constituidos son Centros de Formación para el Empleo altamente especializados y orientados al desarrollo de un sector de la actividad económica singularmente dos posibilidades de inserción y reinserción efectivas en el mercado laboral utilizando, en consonancia con la Estrategia Europea del Empleo, un enfoque preventivo, intervinendo especialmente en los colectivos de jóvenes. Dentro de este Eje, la medida 8B «Ofrecer vías de inserción profesional a los jóvenes», plantea entre sus actuaciones la creación de «Centros de Formación Profesional Ocupacional altamente especializados y orientados al desarrollo de un sector de la actividad económica singularmente relevante en el entorno geográfico en el que se ubican». Otra de las medidas reguladas en el Plan Operativo Integrado de la Comunidad Autónoma de Andalucía es la medida 1A del Eje 4A «Construcción, reforma y equipamiento de centros educativos y de formación», que prevé entre sus actuaciones la mejora de las estructuras educativas y formativas soporte de la actividad económica andaluza. Por otra parte, el modelo de Consorcios Escuela de Formación para el Empleo responde plenamente a los objetivos planteados en materia de Formación por el VI Acuerdo de Concertación Social de Andalucía firmado el pasado 25 de enero de 2005. Las características propias de cada uno de los sectores de actividad en los que desarrollan la formación los Consorcios, su ubicación geográfica así como las virtudes que ha venido demostrando el desarrollo de este modelo formativo, singular en todo el territorio nacional, convierten al procedimiento ordinario de concesión de subvenciones mediante la comparación entre las solicitudes y su prelación, en un procedimiento muy difícil de llevar a la práctica, ya que la actividad formativa desarrollada por cada uno de los Consorcios está perfectamente adaptada a las carencias y necesidades de formación del sector respectivo, sin que sea posible su comparación con el resto. En este contexto, se ha optado como procedimiento de concesión por el establecido en el artículo 31.1 párrafo segundo de la Ley 3/2004, de 28 de diciembre, de Medidas Tributa-
En el BOJA se ha incluido un capítulo específico, Capitulo II, para referenciar la cofinanciación de los Fondos Europeos de los proyectos gestionados por esta DG del SAE.	 Sevilla, 2 de junio 2005 BOJA r CAPITULO II Cofinanciación de Fondos Europeos Artículo 6. Cofinanciación del Fondo Social Europeo y del Fondo Europeo de Desarrollo Regional. Los proyectos formativos podrán ser cofinanciados por el Fondo Social Europeo, siendo en dicho supuesto la participación de dicho Fondo del 70%, mientras que los proyectos de inversión podrán ser cofinanciados con fondos procedentes en un porcentaje del 70% del Fondo Europeo de Desarrollo Regional. En ambos supuestos, el Servicio Andaluz de Empleo aportará mediante fondos propios el resto de cofinanciación. Asimismo, tanto los proyectos formativos como los de inversión podrán ser financiados íntegramente con fondos propios del Servicio Andaluz de Empleo.
El punto 3 establece la necesidad de comunicar al beneficiario en la concesión de la ayuda la cofinanciación, tal y como dispone la normativa vigente.	3. En la notificación de concesión de subvención a los beneficiarios se señalará, cuando proceda, que la Unión Europea participa en la financiación de la misma y, en su caso, se indicará la cuantía o el porcentaje de la subvención aportada por el instrumento comunitario que corresponda.
En el apartado de información y publicidad se remite al Manual de comunicación de la Junta y al Reglamento (CE) 1159/2000. En cualquier caso, se menciona la condición de aprobación previa de cualquier instrumento de difusión, a lo cual vuelve a hacerse referencia unas líneas más adelante.	nes que sobre información y publicidad se dicten por la Unión Europea. En este contexto, en todos los elementos informativos y publicitarios elaborados por el beneficiario, la publicidad deberá ajustarse a lo descrito en el Manual de Diseño Gráfico de la Junta de Andalucía aprobado por el Decreto 245/1997, de 15 de octubre (BOJA núm. 130, de 8 de noviembre de 1997), modificado por el Decreto 126/2002 de 17 de abril (BOJA núm. 49), así como en el Reglamento (CE) 1159/2000 de la Comisión de 30 de mayo de 2000 (DOCE núm. 130, de 31 de mayo de 2000). En cualquier caso, cualquier acción publicitaria deberá ser aprobada por la Dirección General de Formación para el Empleo del Servicio Andaluz de Empleo antes de su difusión.
En el anexo de la publicación en el BOJA se proporciona ya un modelo de solicitud con el emblema comunitario insertado.	 Sevilla, 2 de junio 2005 BOJA núm. 106 Página núm. 15 Servicio Andaluz de Empleo CONSEJERÍA DE EMPLEO ANVERSO ANEXO II UNIÓN EUROPEA Fondo Social Europeo Fondo Europeo de Desarrollo Regional SOLICITUD SUBVENCIONES A LOS CONSORCIOS ESCUELA DE FORMACIÓN PARA EL EMPLEO PARTICIPADOS POR LA JUNTA DE ANDALUCIA ☐ PROYECTO DE FORMACIÓN ☐ PROYECTO DE INVERSIONES Orden de ..... de ..... de ..... (BOJA nº ..... de fecha .....) 1 DATOS DEL SOLICITANTE DENOMINACIÓN / FECHA DE CONSTITUCIÓN / CIF ENTIDAD LOCAL CONSORCIADA DOMICILIO A EFECTOS DE NOTIFICACIÓN

Descripción	Ejemplos

Página Web

En la página principal del SAE, relativa a la Red de Consorcios, aparece el emblema comunitario. Éste se mantiene en las páginas sucesivas y permite, pinchando en él, acceder al portal de la UE.

Resolución

En el punto sexto de la Resolución de la ayuda vuelve a hacerse referencia a la cofinanciación europea a través del FSE.

SEXTO.- En virtud de lo establecido en el artículo 11, apartado 4 del Decreto 203/2004, de 11 de mayo, a la Dirección General de Formación para el Empleo del Servicio Andaluz de Empleo, le corresponderá la elaboración, presentación, seguimiento y justificación de las medidas que, sobre las materias referidas en el punto anterior, entre otras, y dentro de sus competencias, se presenten en el marco del Fondo Social Europeo, a través de la Consejería de Economía y Hacienda

En el apartado de financiación se especifica el porcentaje de cofinanciación europeo y regional.

Servicio Andaluz de Empleo
CONSEJERÍA DE EMPLEO

SEGUNDO.- La subvención se cursará con cargo a las aplicaciones presupuestarias, importes y anualidades que a continuación se relacionan:

ANUALIDAD	APLICACIÓN	CÓDIGO DE PROYECTO.	IMPORTE
2005	01.14.31.01.00.745.00.32D.2	2004/000878	259.000,00 €
2005	01.14.31.01.00.745.00.32D.2	2000/001093	30.000,00 €
2006	31.14.31.01.00.745.00.32D.9.2006	2004/000878	316.250,00 €
2006	31.14.31.16.00.745.00.32D.5.2006	2001/000541	659.750,00 €

El presupuesto aceptado asciende a la cantidad de 1.265.000,00 €. El porcentaje de ayudas con respecto al presupuesto aceptado es del 100%.

La financiación correspondiente a los gastos recogidos en la presente subvención, relativos al crédito del Servicio 16, incluye el 70% de ayudas FSE y el 30% de cofinanciación de fondos propios de la Junta de Andalucía.

En el decimocuarto punto se establece la necesidad de cumplir la normativa en términos de información y publicidad, tanto europea -por el Reg. (CE) 1159/2000-, como regional (Manual de la Junta). Además, se establece la necesidad de aprobación previa de las actuaciones, por la DG de Formación.

Servicio Andaluz de Empleo
CONSEJERÍA DE EMPLEO

DÉCIMOCUARTO.- El Consorcio Escuela de la Madera de Encinas Reales en la ejecución de las acciones objeto de esta subvención deberá manifestar de modo expreso la colaboración del Servicio Andaluz de Empleo de la Consejería de Empleo de la Junta de Andalucía, como del Fondo Social Europeo, cuando proceda, en todas las actuaciones y productos que se desarrollen. La publicidad deberá ajustarse a lo descrito en el Manual de Diseño Gráfico de la Junta de Andalucía aprobado por el Decreto 245/1997, de 15 de octubre (BOJA núm. 130, de 8 de noviembre de 1997), modificado por el Decreto 126/2002 de 17 de abril (BOJA núm. 49), así como el Reglamento (CE) 1159/2000 de la Comisión de 30 de mayo de 2000 (DOCE núm. 130, de 31 de mayo). En cualquier caso, cualquier acción publicitaria deberá ser aprobada por la Dirección General de Formación para el Empleo del Servicio Andaluz de Empleo antes de su difusión.

Comunicación de la adjudicación de la subvención

La resolución enviada al beneficiario, con el fin de comunicar la asignación de la subvención, es acompañada de una carta en la que se especifica que la cantidad exacta que es financiada por el FSE.

Servicio Andaluz de Empleo
CONSEJERÍA DE EMPLEO

JUNTA DE ANDALUCIA
SALIDA 07 NOV. 2005 5269

A/A D. Miguel José Morilla Martínez
Director Gerente del Consorcio Escuela del Mármol de Andalucía
Polígono Industrial Las Cruces, Parcela VI
04869 - Fines -Almería

MCI/jlmr

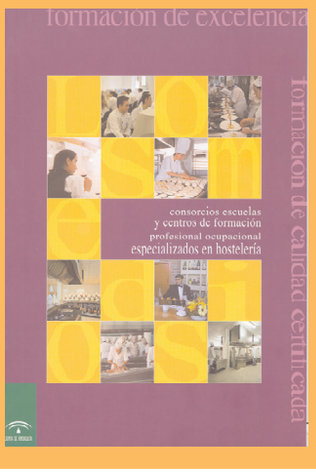
Adjunto se remite para su conocimiento y efectos oportunos, resolución con fecha 02 de Noviembre de 2005, de este Servicio Andaluz de Empleo por la que se le concede una Subvención al Consorcio Escuela del Mármol de Andalucía, para la financiación de un proyecto formativo del Consorcio por importe total de 990.000,00 € y con número de expediente 98/2005/C/01.

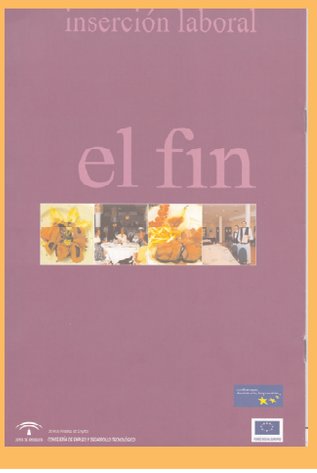
La Unión Europea participa en la financiación de la misma, mediante una aportación del Fondo Social Europeo por importe de 264.250,00 €.

Descripción	Ejemplos

Folletos

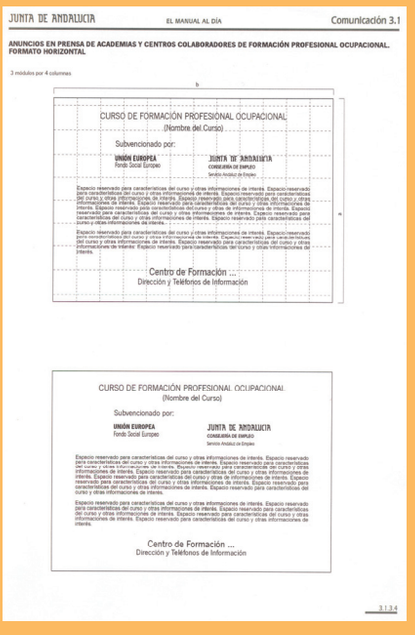
Por cada consorcio y programa de formación y centro se han editado numerosos folletos en los que se especifica, con detalle y de manera atractiva, el contenido de los proyectos. Además del emblema comunitario, los folletos incorporan en la contraportada el claim diseñado por la DGFE.





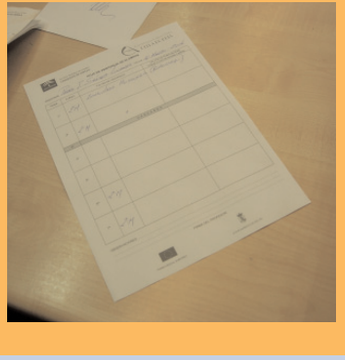
Disposición de homogeneización

Con el objetivo de facilitar el cumplimiento de la normativa y homogeneizar, al mismo tiempo, la señalización de la participación de la UE en los proyectos, se ha elaborado una instrucción de información y publicidad que se reparte entre los organismos participantes



Carteles/Placas

En la entrada de los centros se colocan placas en las que se menciona que la UE financia determinadas actividades de formación.

Descripción	Ejemplos
Uniforme Para incrementar la visualización de la UE entre los beneficiarios el Centro de Gelves les proporciona un uniforme con ambos emblemas en el bolsillo del mismo.	
Carné de estudiante Otra medida propia que potencia la concienciación del beneficiario sobre la financiación europea es la inserción del emblema comunitario en el carné.	
Material publicitario de papelería El material de papelería constituye un instrumento muy útil de información y concienciación dado el elevado uso que se hace de este tipo de instrumento.	  
Controles de asistencia En los controles de asistencia, que deben firmar los alumnos todos los días, aparece, igualmente, el emblema comunitario.	

Fuente: Elaboración propia

Esquema 4. Ficha resumen del proyecto de buenas prácticas "Consorcios Escuelas".

CONSORCIOS ESCUELA

Programa	Medida	Fondo	Órgano Gestor
POIA	4.8	FSE	DG Formación para el empleo

CARACTERÍSTICAS GENERALES Y PRINCIPALES OBJETIVOS DEL PROYECTO

Facilitar formación para la posterior incorporación del beneficiario al mercado de trabajo en las ramas con mayor salida profesional y/o que permitan recuperar oficios artesanales de la CCAA.

MECANISMOS DE PUBLICIDAD Y DIFUSIÓN DESARROLLADOS

Descripción general.
Actividad de comunicación muy completa e innovadora. A lo largo de todo el proceso administrativo se hace continua referencia, de manera precisa y detallada, a la cofinanciación europea y a los requisitos asociados de comunicación. A lo que hay que añadir las actividades desarrolladas por la DG para el mayor control y cumplimiento de la normativa.

MEDIDAS DE OBLIGADO CUMPLIMIENTO

- Información en documentos de contratación (en la fase de licitación no estaba decidida la cofinanciación).
- Paneles y placas informativas.
- Edición de folletos informativos.

MEDIDAS DE INICIATIVA PROPIA

- Uniformes.
- Información a través de la página web.
- Material de papelería serigrafiado.

Carne de estudiante, controles de asistencia,...
Disposición/guía de requisitos publicitarios

VALORACIÓN DEL IMPACTO DE LAS MEDIDAS

El elevado conocimiento y concienciación, por parte de esta DG, de la importancia de publicitar las ayudas cofinanciadas con fondos europeos, se traduce en el desarrollo de numerosas actuaciones de diversa índole, que contribuyen a un óptimo conocimiento de las ayudas existentes, por parte de los beneficiarios.

CALIFICACIÓN DE LAS ACCIONES DE PUBLICIDAD

	MUY POSITIVA	POSITIVA	ADECUADA
Claridad del mensaje	✔		
Uso de nuevas tecnologías	✔		
Amplitud número destinatarios		✔	
Complementariedad de acciones	✔		
Participación beneficiarios	✔		
Sostenibilidad de las actuaciones	✔		
Cumplimiento normativa	✔		
Calidad de las actuaciones	✔		

Fuente: Elaboración propia

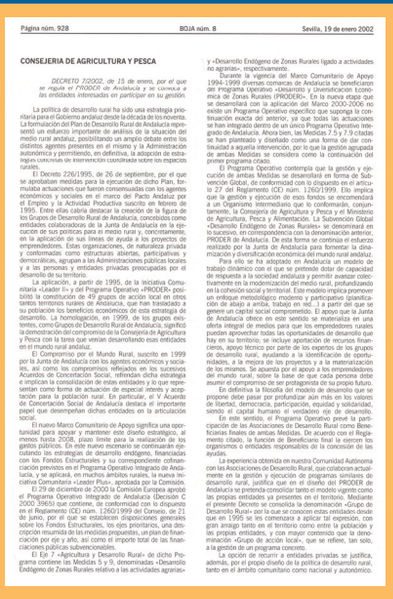
2.4. Proyecto: "Hotel Rural Las Fuentes".

La DG de Desarrollo Rural, de la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta, contribuye al desarrollo endógeno de las zonas rurales, mediante la gestión de las ayudas de la subvención global del POIA, concedidas a las Asociaciones de Desarrollo Rural.

Las acciones de comunicación realizadas sobresalen, sobre las de otros organismos, por la sistematización de este tipo de procesos en su gestión de los Fondos comunitarios. Estas acciones se caracterizan, además, por su claridad e idoneidad. Dichos procedimientos, junto con la mayor concienciación de los gestores sobre estos aspectos, permiten no sólo informar correctamente al beneficiario final de las ayudas sobre la cofinanciación europea y sobre cuáles son los requisitos que llevan relacionados, sino también, controlar, en mayor medida, que estas obligaciones se cumplen.

En el Esquema 5 se presenta la ficha resumen del proyecto de buenas prácticas "Hotel Rural Las Fuentes"

Tabla 5. Actuaciones informativas y publicitarias desarrolladas dentro del proyecto.

Descripción	Ejemplos
BOJA En la introducción de la publicación de la orden de las ayudas se explica que están cofinanciadas por la Unión Europea y se especifica, además, cuáles son los objetivos que se persiguen por el POIA (medida 7.5) y por el PRODER. En las obligaciones del beneficiario se hace referencia a la necesidad de publicitar qué Administraciones cofinancian, es decir, UE, Junta de Andalucía y Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. En el apartado de control se especifica la obligación de los beneficiarios de colaborar en las tareas de gestión, control y evaluación relativas al Programa.	 Página núm. 928 BOJA núm. 8 Sevilla, 19 de enero 2002 CONSEJERIA DE AGRICULTURA Y PESCA *DECRETO 7/2002, de 15 de enero, por el que se regula el PRODER de Andalucía y se convoca a las entidades interesadas en participar en su gestión.* La política de desarrollo rural ha sido una estrategia prioritaria para el Gobierno andaluz desde la década de los noventa. La formulación del Plan de Desarrollo Rural de Andalucía representó un esfuerzo importante de análisis de la situación del medio rural andaluz, posibilitando un amplio debate entre los distintos agentes presentes en el mismo y la Administración autonómica y permitiendo, en definitiva, la adopción de estrategias concretas de intervención coordinada sobre los espacios rurales. El Decreto 226/1995, de 26 de septiembre, por el que se aprobaban medidas para la ejecución de dicho Plan, formulaba actuaciones que fueron consensuadas con los agentes económicos y sociales en el marco del Pacto Andaluz por el Empleo y la Actividad Productiva suscrito en febrero de 1995. Entre ellas cabría destacar la creación de la figura de los Grupos de Desarrollo Rural de Andalucía, concebidos como entidades colaboradoras de la Junta de Andalucía en la ejecución de sus políticas para el medio rural y, concretamente, en la aplicación de sus líneas de ayuda a los proyectos de emprendedores. Estas organizaciones, de naturaleza privada y conformadas como estructuras abiertas, participativas y democráticas, agrupan a las Administraciones públicas locales y a las personas y entidades privadas preocupadas por el desarrollo de su territorio. La aplicación, a partir de 1995, de la iniciativa Comunitaria «Leader II» y del Programa Operativo «PRODER» posibilitó la constitución de 49 grupos de acción local en otros tantos territorios rurales de Andalucía, que han transitado a su población los beneficios económicos de esta estrategia de desarrollo. La homologación, en 1999, de los grupos existentes, como Grupos de Desarrollo Rural de Andalucía, significó la demostración del compromiso de la Consejería de Agricultura y Pesca con la tarea que venían desarrollando esas entidades en el mundo rural andaluz. El Compromiso por el Mundo Rural, suscrito en 1999 por la Junta de Andalucía con los agentes económicos y sociales, así como los compromisos reflejados en los sucesivos Acuerdos de Concertación Social, refrendan dicha estrategia e implican la consolidación de estas entidades y lo que representan como forma de actuación de especial interés y aceptación para la población rural. En particular, el V Acuerdo de Concertación Social de Andalucía destaca el importante papel que desempeñan dichas entidades en la articulación social. El nuevo Marco Comunitario de Apoyo significa una oportunidad para apoyar y mantener este diseño estratégico, al menos hasta 2008, pues límite para la realización de los gastos públicos. En este nuevo escenario se continuarán ejecutando las estrategias de desarrollo endógeno, financiadas con los Fondos Estructurales y su correspondiente cofinanciación previstos en el Programa Operativo Integrado de Andalucía, y se aplicará, en muchos ámbitos rurales, la nueva Iniciativa Comunitaria «Leader Plus», aprobada por la Comisión. El 29 de diciembre de 2000 la Comisión Europea aprobó el Programa Operativo Integrado de Andalucía (Decisión C 2000 3965) que contiene, de conformidad con lo dispuesto en el Reglamento (CE) núm. 1260/1999 del Consejo, de 21 de junio, por el que se establecen disposiciones generales sobre los Fondos Estructurales, los ejes prioritarios, una descripción resumida de las medidas propuestas, un plan de financiación por eje y año, así como el importe total de las financiaciones públicas subvencionables. El Eje 7 «Agricultura y Desarrollo Rural» de dicho Programa contiene las Medidas 5 y 9, denominadas «Desarrollo Endógeno de Zonas Rurales relativo a las actividades agrarias» y «Desarrollo Endógeno de Zonas Rurales ligado a actividades no agrarias», respectivamente. Durante la vigencia del Marco Comunitario de Apoyo 1994-1999 diversas comarcas de Andalucía se beneficiaron del Programa Operativo «Desarrollo y Diversificación Económica de Zonas Rurales (PRODER)». En la nueva etapa que se desarrollará con la aplicación del Marco 2000-2006 no existe un Programa Operativo específico que suponga la continuación exacta del anterior, ya que todas las actuaciones se han integrado dentro de un único Programa Operativo Integrado de Andalucía. Ahora bien, las Medidas 7.5 y 7.9 citadas se han planteado y diseñado como una forma de dar continuidad a aquella intervención, por lo que la gestión agrupada de ambas Medidas se considera como la continuación del primer programa citado. El Programa Operativo contempla que la gestión y ejecución de ambas Medidas se desarrollará en forma de Subvención Global, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 27 del Reglamento (CE) núm. 1260/1999. Ello implica que la gestión y ejecución de esos fondos se encomendará a un Organismo Intermediario que lo conformarán, conjuntamente, la Consejería de Agricultura y Pesca y el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. La Subvención Global «Desarrollo Endógeno de Zonas Rurales» se denominará en lo sucesivo, en correspondencia con la denominación anterior, PRODER de Andalucía. De esta forma se continúa el esfuerzo realizado por la Junta de Andalucía para fomentar la dinamización y diversificación económica del mundo rural andaluz. Para ello se ha adoptado en Andalucía un modelo de trabajo dinámico con el que se pretende dotar de capacidad de respuesta a la sociedad andaluza y permitir avanzar colectivamente en la modernización del medio rural, profundizando en la cohesión social y territorial. Este modelo implica promover un enfoque metodológico moderno y participativo (planificación de abajo a arriba, trabajo en red...) a partir del que se genere un capital social comprometido. El apoyo que la Junta de Andalucía ofrece en este sentido se materializa en una oferta integral de medios para que los emprendedores rurales puedan aprovechar todas las oportunidades de desarrollo que hay en su territorio; se incluye aportación de recursos financieros, apoyo técnico por parte de los expertos de los grupos de desarrollo rural, ayudando a la identificación de oportunidades, a la mejora de los proyectos y a la materialización de los mismos. Se apuesta por el apoyo a los emprendedores del mundo rural, sobre la base de que cada persona debe asumir el compromiso de ser protagonista de su propio futuro. En definitiva la filosofía del modelo de desarrollo que se propone debe pasar por profundizar aún más en los valores de libertad, democracia, participación, equidad y solidaridad, siendo el capital humano el verdadero eje de desarrollo. En este sentido, el Programa Operativo prevé la participación de las Asociaciones de Desarrollo Rural como Beneficiarias finales de ambas Medidas. De acuerdo con el Reglamento citado, la función de Beneficiario final la ejercen los organismos o entidades responsables de la concesión de las ayudas. La experiencia obtenida en nuestra Comunidad Autónoma con las Asociaciones de Desarrollo Rural, que colaboran actualmente en la gestión y ejecución de programas similares de desarrollo rural, justifica que en el diseño del PRODER de Andalucía se pretenda consolidar tanto el modelo vigente como las propias entidades ya presentes en el territorio. Mediante el presente Decreto se consolida la denominación «Grupo de Desarrollo Rural» por la que se conocen estas entidades desde que en 1995 se les comenzara a aplicar tal expresión, con gran arraigo tanto en el territorio como entre la población y las propias entidades, y con mayor contenido que la denominación «Grupo de acción local», que se refiere, tan solo, a la gestión de un programa concreto. La opción de recurrir a entidades privadas se justifica, además, por el propio diseño de la política de desarrollo rural, tanto en el ámbito comunitario como nacional y autonómico.  .núm. 8 Sevilla, 19 de enero 2002 información que implante la Dirección General de Desarrollo Rural. j) Hacer constar, en todas las actividades de información o publicidad que realicen, que la inversión o actuación subvencionada está cofinanciada por la Unión Europea, por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación y por la Consejería de Agricultura y Pesca. 2. En caso de incumplimiento de las obligaciones citadas anteriormente, la Dirección General de Desarrollo Rural, previa audiencia de la entidad interesada, podrá acordar la modificación de las condiciones para el desempeño de la función de Beneficiario final, pudiendo llegar a la extinción la misma. Artículo 6. Control y evaluación. 1. Los Grupos de Desarrollo Rural, por su carácter de Beneficiarios finales, estarán sometidos a las disposiciones comunitarias de control establecidas en el Capítulo II del Título IV del Reglamento (CE) núm. 1260/1999 y en el Reglamento (CE) núm. 438/2001. 2. Las decisiones de los Grupos relativas a las funciones descritas en el apartado 1 del artículo 3 del presente Decreto podrán ser confirmadas o revocadas por la Dirección General de Desarrollo Rural, de oficio o a instancia de parte interesada. 3. Los citados Grupos quedarán sometidos al control y verificación de la Comisión de las Comunidades Europeas, de la Autoridad de Gestión y el Organismo Intermediario, de la Intervención General de la Administración del Estado, del Tribunal de Cuentas del Estado, de la Intervención General y la Dirección General de Fondos Europeos de la Consejería de Economía y Hacienda de la Junta de Andalucía y de la Cámara de Cuentas de Andalucía. 4. Los Grupos asumirán en primera instancia la responsabilidad de prevención y control de las irregularidades que pudieran producirse, así como la obligación de comunicar a la Dirección General de Desarrollo Rural todas las irregularidades detectadas en la aplicación de los fondos públicos asignados, en el momento que sean conocidas por ellos. 5. Los Grupos serán responsables de la correcta ejecución de los fondos públicos. A tal efecto, ejercerán las oportunas funciones de control financiero y, como resultado del mismo, podrán acordar el reintegro de la cantidad e intereses devengados. El acuerdo y el expediente completo se remitirán a la Dirección General de Desarrollo Rural, quien podrá dictar la correspondiente Resolución de reintegro, dando traslado de la misma a la Consejería de Economía y Hacienda para la expedición del correspondiente certificado de descubierto y la exigencia del reintegro por la vía de apremio. 6. Los Grupos colaborarán en las tareas que sean necesarias para la realización de las evaluaciones que se hayan de realizar de la gestión, ejecución e impacto del PRODER de Andalucía.

Descripción

Resolución requisitos publicidad

Con el objetivo de facilitar la comprensión y el cumplimiento de las obligaciones informativas y publicitarias por los beneficiarios de las ayudas concedidas se elaboró una resolución, en 2003, relativa a los instrumentos que han de utilizarse y cómo utilizarlos.

En el anexo de dicha resolución se incorporan, además, los formatos de los emblemas que tantas dudas siembran entre los beneficiarios y gestores, en caso de no conocerlos bien.

Informe Técnico

En dicho informe se especifica la participación de los Fondos Europeos, en particular, del FEOGA y el porcentaje de cofinanciación. Entre las condiciones particulares se detallan algunas obligaciones del beneficiario, entre las que se encuentra la instalación de una placa en lugar visible que contenga el emblema comunitario.

Ejemplos

CONSEJERÍA DE AGRICULTURA Y PESCA
Dirección General de Desarrollo Rural

Resolución de 16 de diciembre 2003, de la Dirección General de Desarrollo Rural, por la que se dicta la Instrucción sobre información y publicidad de las intervenciones cofinanciadas por Fondos Europeos, en el marco del Proder de Andalucía.

La Subvención Global "Desarrollo Endógeno de Zonas Rurales" prevista en el Programa Operativo Integrado de Andalucía, aprobado por la Comisión el 29 de diciembre de 2000, conforma el Programa de Desarrollo Endógeno de Zonas Rurales de Andalucía (PRODER de Andalucía) que tiene como objetivo general promover el desarrollo endógeno y la diversificación económica de las zonas rurales, mediante el apoyo financiero a proyectos e iniciativas de promotores y emprendedores que contribuyan al mismo.
La Consejería de Agricultura y Pesca, conjuntamente con el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación actuarán como Organismo Intermediario, para la gestión y ejecución del Programa, en los términos previstos en el artículo 27 del Reglamento (CE) núm. 1260/1999.
Esta gestión y ejecución se realiza con la colaboración de las Asociaciones de Desarrollo Rural de Andalucía, que resultaron seleccionadas en la convocatoria para participar en el PRODER de Andalucía, por el Decreto 7/2002 de 15 de enero, y que son responsables de la concesión de subvenciones, desempeñando la función de beneficiarios finales en concepto de Grupos de Desarrollo Rural.
El artículo 5.1. letra j) del citado Decreto establece que los Grupos de Desarrollo Rural tendrán la obligación de hacer constar en todas las actividades de información o publicidad que realicen, que la inversión o actuación subvencionada está cofinanciada por la Unión Europea, por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación y por la Consejería de Agricultura y Pesca.
El apartado 1 de la cláusula quinta, de los Convenios firmados entre el Organismo Intermediario, y los Grupos de Desarrollo Rural, el 3 de octubre de 2002, para la ejecución de la subvención global "Desarrollo Endógeno de Zonas Rurales", establece que los Grupos deben cumplir las instrucciones y disposiciones, que la Dirección General de Desarrollo Rural de la Consejería de Agricultura y Pesca, elabore para la correcta ejecución del PRODER de Andalucía.
En consecuencia con lo anterior y para garantizar el adecuado cumplimiento de las obligaciones citadas, esta Dirección General ha elaborado la presente Instrucción.

Por todo ello, vista la normativa citada y la de general aplicación, y en virtud de las competencias atribuidas a esta Dirección General de Desarrollo Rural,

RESUELVO

Único.- Aprobar la Instrucción sobre información y publicidad de las actividades realizadas en el marco de la ejecución del PRODER de Andalucía, que se acompaña como Anexo a la presente Resolución.

Contra la presente Resolución, se podrá interponer recurso de alzada, ante el Consejero de Agricultura y Pesca, en el plazo de un mes contado a partir del día siguiente a aquel en que tenga lugar la notificación del presente acto, todo ello de conformidad con lo establecido en los artículos 114 y 115 de la Ley de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común.

Sevilla, a 16 de diciembre de 2003

LA DIRECTORA GENERAL DE DESARROLLO RURAL

Fdo. Flora Pedraza Rodríguez

ANEXO:

INSTRUCCIÓN SOBRE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD DE LAS INTERVENCIONES COFINANCIADAS POR FONDOS EUROPEOS EN EL MARCO DEL PRODER DE ANDALUCÍA.

I. INTRODUCCIÓN
La Dirección General de Desarrollo Rural considera conveniente la elaboración de una Instrucción que establezca criterios de imagen y regule la producción documental y el material impreso a utilizar por los Grupos de Desarrollo Rural. Los principios inspiradores de la misma son dar cumplimiento a la normativa comunitaria en materia de publicidad e información en el sentido de unificar criterios, simplificar y clarificar las comunicaciones entre el Grupo y el ciudadano.
Esta ordenación nace como respuesta a la necesidad de acabar con la confusión que existe en la elaboración de placas, carteles, folletos, notificaciones, etcétera, más aun cuando son varias las Administraciones que participan en su financiación.
En la sociedad actual de la comunicaciones y la globalización, transmitir una imagen fácilmente identificable para el ciudadano es una prioridad para toda organización. Por este motivo la Dirección General de Desarrollo Rural quiere dotar a los Grupos de una imagen unificada que refuerce su existencia y las acciones que realiza, a la vez que se da cumplimiento a la normativa sobre publicidad e información que es de aplicación.

II. FUNDAMENTOS
Las acciones de información y publicidad tienen su fundamento y se realizarán de conformidad con la normativa comunitaria, estatal y autonómica de aplicación en esta materia, constituida por:

- Los artículos 34 y 46 del Reglamento (CE) 1260/1999 del Consejo, de 21 de junio de 1999, por el que se establecen disposiciones generales sobre los Fondos Estructurales, regulan la responsabilidad de la autoridad de gestión en orden a garantizar la publicidad de las intervenciones.
- El Reglamento (CE) 1159/2000 de la Comisión, de 30 de mayo de 2000, sobre las actividades de información y publicidad que deben llevar a cabo los Estados miembros en relación con las intervenciones de los Fondos Estructurales.
- El apartado 9 del Complemento del Programa Operativo de Andalucía de 23 de marzo de 2001, establece las acciones de información y publicidad del Programa Operativo Integrado de Andalucía.
- El apartado 3 de la cláusula séptima de los Convenios firmados entre el Organismo Intermediario, constituido por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación y la Consejería de Agricultura y Pesca y los Grupos de Desarrollo Rural el 3 de octubre de 2002, para la ejecución de la subvención global "Desarrollo Endógeno De Zonas Rurales", regula las obligaciones en materia de información y publicidad que deben cumplir los Grupos.
- El artículo 5.1. letra j) del Decreto 7/2002, de 15 de enero, por el que se regula el Proder de Andalucía y se convoca a las entidades interesadas en participar en su gestión.
- El apartado 2.1. letra j) del Procedimiento de Gestión del Proder de Andalucía, aprobado por Resolución de 20 de enero de 2003, de la Dirección General de Desarrollo Rural, recoge la obligación contenida en el artículo 5.1. letra j) del Decreto 7/2002.
- El Real Decreto 1465/1999, de 17 de septiembre, por el que se establecen criterios de imagen institucional y se regula la producción documental y el material impreso de la Administración General del Estado.

III. DISPOSICIONES DE APLICACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD

1. Vallas
Se instalarán vallas informativas en los lugares donde se cofinancien proyectos de inversiones en infraestructuras cuyo coste total sobrepase los 3 millones de euros.
La estructura de las vallas será la siguiente:

- Una banda vertical en verde corporativo (Pantone 356) con el emblema de la Consejería de Agricultura y Pesca en la parte inferior en blanco
- Título abreviado de la obra
- "Proyecto cofinanciado por": emblema de la Unión Europea con referencia al fondo de que se trate y emblema del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación
- "Promueven:" emblema del Grupo de Desarrollo Rural y de Emprendedores Rurales Andaluzaos

Los emblemas serán del mismo tamaño y no podrán aparecer otros diferentes a los relacionados anteriormente.
Las vallas deberán tener un tamaño que esté en consonancia con la importancia de la realización. Se retirarán, a más tardar, seis meses después del final de las obras y se sustituirán por placas conmemorativas, que cumplirán los requisitos exigidos en el siguiente apartado.

2. Placas conmemorativas
Se colocarán placas conmemorativas permanentes en las realizaciones accesibles a todo el público en general. Cuando se trate de proyectos de inversiones físicas en empresas, se instalarán placas conmemorativas durante un año desde la finalización del proyecto. El material y el tamaño de la placa estará acorde con la superficie en la que se vaya a colocar. La placa se ubicará en lugar visible en la pared exterior del recinto o local, junto a la entrada principal, en el que se realice mayoritariamente la inversión obieto de la ayuda a publicitar.
En las placas figurarán los emblemas de las Administraciones financiadoras (Unión Europea con indicación del Fondo FEOGA-O o FEDER, Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación y Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía), del mismo tamaño, al mismo nivel y colocados de izquierda a derecha.
A un nivel inferior y no de superior tamaño a los anteriores, aparecerán los emblemas de los Grupos de Desarrollo Rural y el de Emprendedores Rurales Andaluces que promueven el proyecto, en este orden, sin que puedan confundirse con las Administraciones que financian.
No podrán aparecer otros emblemas distintos a los relacionados anteriormente.

3. Carteles
Para informar a los destinatarios y a la opinión pública sobre el papel que desempeñan en el desarrollo rural la Unión Europea, el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación y la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía, se colocarán carteles en lugares visibles con los emblemas referidos en el apartado III.2 en todas las entidades que pongan en marcha o se beneficien de las medidas financiadas por esas Administraciones. No podrán aparecer otros emblemas distintos a los relacionados en dicho apartado.

4. Notificaciones a los destinatarios de las ayudas
En las notificaciones de los acuerdos de concesión de ayudas a los destinatarios, se señalará que la Unión Europea (FEOGA-O o FEDER), el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación y la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía participan en la financiación de las mismas, indicando el importe total de la ayuda y el porcentaje aportado por la Administración de que se trate.

5. Material de información y comunicación
Las publicaciones, cuadernillos, folletos, notas informativas, informes, anuncios de prensa, spots publicitarios, producciones en video, paneles de jornadas, dípticos, trípticos, presentaciones, etc... sobre las intervenciones cofinanciadas por la Unión Europea, el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación y la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía, llevarán una indicación visible de la participación de dichas Administraciones mediante los correspondientes emblemas referidos en el apartado III.2. No podrán aparecer otros emblemas distintos a los relacionados en dicho apartado.
Si la información se realiza por vía electrónica o mediante material audiovisual, se aplicarán por analogía los principios antes enunciados. En el caso de páginas web debe mencionarse la participación de las distintas Administraciones cofinanciadoras en la página de presentación y establecerse vínculos hacia las páginas de dichas Administraciones.

6. Actividades informativas
Cuando se organicen conferencias, seminarios, exposiciones, relacionados con las intervenciones cofinanciadas por fondos de la Unión Europea, del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación y de la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía, los organizadores deberán comprometerse a dejar constancia de la participación de dichas Administraciones con la presencia de sus respectivas banderas en el evento, y, en su caso, de los emblemas referidos en el apartado III.2 en los documentos que se entreguen a los participantes. No podrán aparecer otros emblemas distintos a los relacionados en dicho apartado.

7. Especificaciones gráficas y uso correcto de los emblemas
El emblema comunitario consta de doce estrellas y siempre que sea posible se utilizarán los colores azul (Pantone Reflex Blue) para el fondo y el amarillo (Pantone Yellow 2C) para las estrellas, que son los normalizados. La referencia a la Unión Europea, y al fondo (FEOGA-O o FEDER) irá en negro con el tipo de letra "arial" o "helvética".
El emblema del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación se compone del Escudo de España junto con la referencia al Departamento Ministerial, sobre fondo amarillo en una configuración horizontal.
El emblema de la Junta de Andalucía se utilizará en la versión marca genérica (símbolo genérico y referencia a la Junta de Andalucía y a la Consejería de Agricultura y Pesca) preferentemente con el color verde corporativo (Pantone 356) sobre fondo blanco.
La distribución correcta de los emblemas, precedidos por los términos "Financian" o "Promueven", según el caso, es la siguiente:

Financian:

Unión Europea FEOGA-O | MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN | JUNTA DE ANDALUCIA CONSEJERÍA DE AGRICULTURA Y PESCA

Promueven:

Emblema del Grupo | ANDALUCÍA

La subvención tiene la condición de ayuda *de minimis* : SI : | NO: X

La distribución de la subvención que se propone por fuentes financieras es la siguiente:

Fuente financiera	Contribución (€)	Porcentaje del total
FEOGA-O	126.212,54 €	70,00
FEDER		
Cofinanciación de la Administración central		
Cofinanciación de la Administración autonómica	54.091,09 €	30,00
TOTAL	180.303,63 €	100

Los plazos para la ejecución del proyecto que se proponen son los siguientes:

Fecha límite de inicio: 22/07/2003 Fecha límite de finalización: 22/10/2004

Condiciones particulares que se proponen:

1.- El beneficiario estará obligado a llevar una contabilidad independiente y una codificación contable de las ayudas concedidas, con el objeto de facilitar la verificación del gasto por parte de los organismos de control y gestión competentes.

2.- Deberá figurar en lugar visible una placa con los Escudos de la Unión Europea (FEOGA), Junta de Andalucía (Consejería de Agricultura y Pesca y Administración Central (Ministerio de Agricultura Pesca y Alimentación) junto con la leyenda:"Inversión subvencionada por la ADR Almanzora."

Descripción	Ejemplos

Solicitud

En la solicitud que han de rellenar los beneficiarios aparece el emblema comunitario junto al de las Administraciones Central y Autonómica. Además, se especifica el nombre del Programa Europeo "PRODER de Andalucía."

En la última parte, donde ha de firmar el beneficiario, se dice, expresamente, que se solicita una ayuda del PRODER de Andalucía

JUNTA DE ANDALUCIA

PRODER de Andalucía

Solicitud de subvención

G.D.R. - AL-01

REGISTRO ENTRADA

Fecha: 11/06/2001
Número: 271/2001

ANDALUCÍA

EMPRENDEDORES RURALES ANDALUCES GRUPO DE DESARROLLO RURAL DEL ALMANZORA

1º Apellido	2º Apellido	Nombre	N.I.F.
GARRIDO	SALINAS	MARIA	27218708W
Razón social:			N.I.F.

SOLICITO la concesión de la subvención interesada del **PRODER de Andalucía**, **DECLARO** que son ciertos cuantos datos figuran en la presente solicitud y en la documentación que se acompaña y **ME COMPROMETO** a comunicar al Grupo de Desarrollo Rural cualquier modificación de los mismos y a facilitarle cuantos documentos me sean requeridos, y en caso de ser aprobado el proyecto, a suscribir con el mismo un contrato en el que se expliciten las obligaciones que asumiría como destinatario de la subvención concedida.

En Bacares, a 11 de junio de 2001
EL/LA PETICIONARIO/A

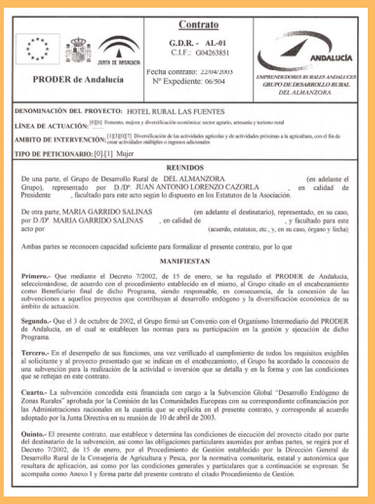
Fdo. MARIA GARRIDO SALINAS

SR. PRESIDENTE DEL GRUPO DE DESARROLLO RURAL DE GRUPO DE DESARROLLO RURAL DEL ALMANZORA

Contrato

En la primera hoja del contrato, igual que en la solicitud, se referencia el Programa y se incluye el emblema comunitario. Asimismo, se hace referencia al PRODER en el punto 1, 3, 4 y 6 del documento. En éste último punto, se indica la obligación de informar a la opinión publica de la ayuda europea recibida.

Asimismo, se especifica el Fondo europeo que participa en la financiación, así como el porcentaje de cofinanciación.



JUNTA DE ANDALUCIA

PRODER de Andalucía

Contrato

G.D.R. - AL-01
C.I.F.: G04263851

Fecha contrato: 22/04/2003
Nº Expediente: 06/504

ANDALUCÍA

EMPRENDEDORES RURALES ANDALUCES GRUPO DE DESARROLLO RURAL DEL ALMANZORA

DENOMINACIÓN DEL PROYECTO: HOTEL RURAL LAS FUENTES

LÍNEA DE ACTUACIÓN: [0][8] Fomento, mejora y diversificación económica: sector agrario, artesanía y turismo rural

AMBITO DE INTERVENCIÓN: [1][2][3][7] Diversificación de las actividades agrícolas y de actividades próximas a la agricultura, con el fin de crear actividades múltiples o ingresos adicionales

TIPO DE PETICIONARIO: [0] [1] Mujer

REUNIDOS

De una parte, el Grupo de Desarrollo Rural de DEL ALMANZORA (en adelante el Grupo), representado por D./Dª JUAN ANTONIO LORENZO CAZORLA, en calidad de Presidente, facultado para este acto según lo dispuesto en los Estatutos de la Asociación.

De otra parte, MARÍA GARRIDO SALINAS (en adelante el destinatario), representado, en su caso, por D./Dª MARIA GARRIDO SALINAS, en calidad de , y facultado para este acto por (acuerdo, estatutos, etc., y, en su caso, órgano y fecha)

Ambas partes se reconocen capacidad suficiente para formalizar el presente contrato, por lo que

MANIFIESTAN

Primero.- Que mediante el Decreto 7/2002, de 15 de enero, se ha regulado el PRODER de Andalucía, seleccionándose, de acuerdo con el procedimiento establecido en el mismo, al Grupo citado en el encabezamiento como Beneficiario final de dicho Programa, siendo responsable, en consecuencia, de la concesión de las subvenciones a aquellos proyectos que contribuyan al desarrollo endógeno y la diversificación económica de su ámbito de actuación.

Segundo.- Que el 3 de octubre de 2002, el Grupo firmó un Convenio con el Organismo Intermediario del PRODER de Andalucía, en el cual se establecen las normas para su participación en la gestión y ejecución de dicho Programa.

Tercero.- En el desempeño de sus funciones, una vez verificado el cumplimiento de todos los requisitos exigibles al solicitante y al proyecto presentado que se indican en el encabezamiento, el Grupo ha acordado la concesión de una subvención para la realización de la actividad o inversión que se detalla y en la forma y con las condiciones que se reflejan en este contrato.

Cuarto.- La subvención concedida está financiada con cargo a la Subvención Global "Desarrollo Endógeno de Zonas Rurales" aprobada por la Comisión de las Comunidades Europeas con su correspondiente cofinanciación por las Administraciones nacionales en la cuantía que se explicita en el presente contrato, y corresponde al acuerdo adoptado por la Junta Directiva en su reunión de 10 de abril de 2003.

Quinto.- El presente contrato, que establece y determina las condiciones de ejecución del proyecto citado por parte del destinatario de la subvención, así como las obligaciones particulares asumidas por ambas partes, se regirá por el Decreto 7/2002, de 15 de enero, por el Procedimiento de Gestión establecido por la Dirección General de Desarrollo Rural de la Consejería de Agricultura y Pesca, por la normativa comunitaria, estatal y autonómica que resultara de aplicación, así como por las condiciones generales y particulares que a continuación se expresan. Se acompaña como Anexo 1 y forma parte del presente contrato el citado Procedimiento de Gestión.

Novena.- El destinatario comunicará a la opinión pública que el proyecto subvencionado por el PRODER de Andalucía está cofinanciado por la Unión Europea, por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación y por la Consejería de Agricultura y Pesca, aplicando los criterios establecidos, con carácter general, por la Dirección General de Desarrollo Rural.

Cuarta.- La distribución de la subvención por fuentes financieras es la siguiente:

Fuente financiera	Contribucion (€)	Porcentaje del total
FEOGA-O	126.212,54 €	70,00
FEDER		
Cofinanciación de la Administración central		
Cofinanciación de la Administración autonómica	54.091,09 €	30,00
TOTAL	180.303,63 €	100

Quinta.- La subvención tiene la condición de ayuda *"de minimis"* : SI : ☐ NO: ☑

Descripción	Ejemplos
Placa De acuerdo con las indicaciones de la DG de Desarrollo Rural, los beneficiarios últimos de las ayudas colocan las placas en lugares visibles.	 
Publicaciones Se ha conseguido movilizar y concienciar a las asociaciones de desarrollo rural para que realicen publicaciones y referencien la participación europea en la región y los beneficiarios a los que ésta favorece.	 

Fuente: Elaboración propia

Esquema 5. Ficha resumen del proyecto de buenas prácticas "Hotel Rural Las Fuentes".

HOTEL RURAL LAS FUENTES

Programa	Medida	Fondo	Órgano Gestor
POIA	7.55	FEOGA	DG Desarrollo Rural

CARACTERÍSTICAS GENERALES Y PRINCIPALES OBJETIVOS DEL PROYECTO

Impulsar el desarrollo endógeno y la diversificación de la economía rural andaluza mediante el apoyo financiero a los proyectos e iniciativas de los emprendedores.

MECANISMOS DE PUBLICIDAD Y DIFUSIÓN DESARROLLADOS

Descripción general.
Actividad de información y comunicación perfectamente implantada, que permite, de forma sostenible en el tiempo, informar a los beneficiarios -de su participación en un proyecto europeo y de las posibilidades que el Programa ofrece en la región- y controlar que las actividades informativas se llevan a cabo.

MEDIDAS DE OBLIGADO CUMPLIMIENTO

- Información en documentos de licitación y contratación
- Carteles y placas informativas.
- Edición de folletos informativos.

MEDIDAS DE INICIATIVA PROPIA

- Resolución sobre información y publicidad.
- Folletos informativos.
- Publicaciones en prensa.

VALORACIÓN DEL IMPACTO DE LAS MEDIDAS

Debido a la amplia y adecuada disposición de información para los beneficiarios de las ayudas, quedan garantizados los objetivos de transparencia y concienciación. Esto permite mencionar la existencia de una constante provisión de información -a través de trípticos, periódicos, etc-, cuyo destinatario es el conjunto de la opinión pública.

CALIFICACIÓN DE LAS ACCIONES DE PUBLICIDAD

	MUY POSITIVA	POSITIVA	ADECUADA
Claridad del mensaje	✔		
Uso de nuevas tecnologías			✔
Amplitud número destinatarios	✔		
Complementariedad de acciones	✔		
Participación beneficiarios	✔		
Sostenibilidad de las actuaciones	✔		
Cumplimiento normativa	✔		
Calidad de las actuaciones	✔		

Fuente: Elaboración propia

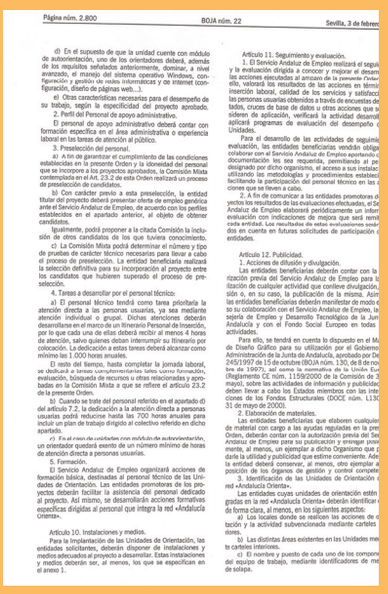
2.5. Proyecto: "Itinerarios de Inserción".

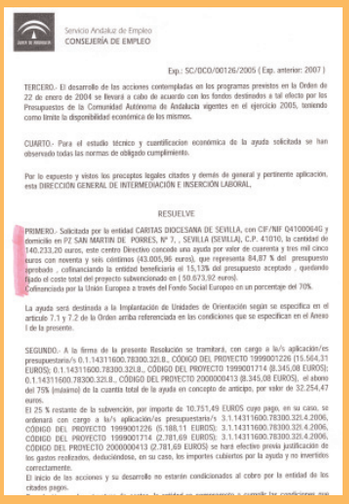
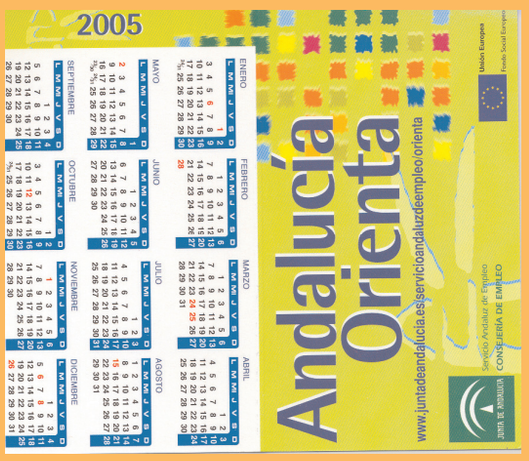
La DG de Intermediación e Inserción Laboral del Servicio Andaluz de Empleo de la Junta es la encargada de la gestión del Programa de Itinerarios de Inserción del POIA. Con este proyecto, se intenta promover la inserción de los desempleados de la región, a través de la puesta a su disposición de tutorías personalizadas y de un conocimiento adecuado de cuáles son los hábitos, prácticas y valores de los entornos laborales a los que el demandante aspira.

De acuerdo con las características de las actividades de información y publicidad de este proyecto, dicha DG destaca, sobre todo, por las buenas prácticas realizadas en términos de información al beneficiario y de asesoramiento a las entidades participantes en los Itinerarios de Inserción (*Tabla 6*). De este modo, se contribuye eficazmente al cumplimiento del objetivo de transparencia del Plan de información y Publicidad, y de la normativa sobre comunicación, europea y regional.

En el Esquema 6 se presenta la ficha resumen del proyecto de buenas prácticas "Itinerarios de Inserción"

Tabla 6. Actuaciones informativas y publicitarias desarrolladas dentro del proyecto.

Descripción	Ejemplos
BOJA Entre las obligaciones del beneficiario, destaca la necesidad de cumplir con lo establecido por el Reglamento (CE) 1159/2000 y, en consecuencia, de guardar al menos una copia de cualquier publicación realizada, de cara al control de estas acciones por parte de la DG.	
Manual de información y publicidad de la DG Con el objetivo de solucionar dudas y evitar posteriores problemas con la edición del material publicitario y con el uso del emblema, se ha elaborado una Guía de información y Publicidad que ha sido distribuida entre las entidades participantes en el proyecto.	

Descripción	Ejemplos
Resolución En la resolución de las ayudas se especifica, en párrafo aparte, que el proyecto está cofinanciado por la Unión Europea y, en concreto, por el FSE, en un porcentaje del 80%.	
Tarjeta de citas Cuando el beneficiario potencial de las ayudas acude a informarse, le dan una tarjeta de las ayuda con el emblema comunitario junto al regional.	
Placas Tanto dentro como fuera de los centros se colocan placas informativas con los emblemas de los organismos implicados en la financiación.	 

Servicio Andaluz de Empleo
CONSEJERÍA DE EMPLEO

Exp.: SC/OCO/00126/2005 (Exp. anterior: 2007)

TERCERO.- El desarrollo de las acciones contempladas en los programas previstos en la Orden de 22 de enero de 2004 se llevará a cabo de acuerdo con los fondos destinados a tal efecto por los Presupuestos de la Comunidad Autónoma de Andalucía vigentes en el ejercicio 2005, teniendo como límite la disponibilidad económica de los mismos.

CUARTO.- Para el estudio técnico y cuantificación económica de la ayuda solicitada se han observado todas las normas de obligado cumplimiento.

Por lo expuesto y vistos los preceptos legales citados y demás de general y pertinente aplicación, esta DIRECCIÓN GENERAL DE INTERMEDIACIÓN E INSERCIÓN LABORAL,

RESUELVE

PRIMERO.- Solicitada por la entidad CARITAS DIOCESANA DE SEVILLA, con CIF/NIF Q4100064G y domicilio en PZ SAN MARTIN DE PORRES, Nº 7, , SEVILLA (SEVILLA), C.P. 41010, la cantidad de 140.233,20 euros, este centro Directivo concede una ayuda por valor de cuarenta y tres mil cinco euros con noventa y seis céntimos (43.005,96 euros), que representa 84,87 % del presupuesto aprobado , cofinanciando la entidad beneficiaria el 15,13% del presupuesto aceptado , quedando fijado el coste total del proyecto subvencionado en (50.673,92 euros).
Cofinanciada por la Unión Europea a través del Fondo Social Europeo en un porcentaje del 70%.

La ayuda será destinada a la Implantación de Unidades de Orientación según se especifica en el artículo 7.1 y 7.2 de la Orden arriba referenciada en las condiciones que se especifican en el Anexo I de la presente.

SEGUNDO.- A la firma de la presente Resolución se tramitará, con cargo a la/s aplicación/es presupuestaria/s 0.1.14311600.78300.32L8., CÓDIGO DEL PROYECTO 1999001226 (15.564,31 EUROS); 0.1.14311600.78300.32L8., CÓDIGO DEL PROYECTO 1999001714 (8.345,08 EUROS); 0.1.14311600.78300.32L8., CÓDIGO DEL PROYECTO 2000000413 (8.345,08 EUROS), el abono del 75% (máximo) de la cuantía total de la ayuda en concepto de anticipo, por valor de 32.254,47 euros.
El 25 % restante de la subvención, por importe de 10.751,49 EUROS cuyo pago, en su caso, se ordenará con cargo a la/s aplicación/es presupuestaria/s 3.1.14311600.78300.32L4.2006, CÓDIGO DEL PROYECTO 1999001226 (5.188,11 EUROS); 3.1.14311600.78300.32L4.2006, CÓDIGO DEL PROYECTO 1999001714 (2.781,69 EUROS); 3.1.14311600.78300.32L4.2006, CÓDIGO DEL PROYECTO 2000000413 (2.781,69 EUROS) se hará efectivo previa justificación de los gastos realizados, deduciéndose, en su caso, los importes cubiertos por la ayuda y no invertidos correctamente.
El inicio de las acciones y su desarrollo no estarán condicionados al cobro por la entidad de los citados pagos.

Descripción	Ejemplos
Material de papelería En todo el material de papelería, carpetas, marcapáginas, papeles, etc. se incluye los emblemas comunitario y regional.	 
Folletos Se han editado numerosos folletos y dícticos con información relativa al programa y siempre con los emblemas de la Junta y de la UE.	
Página Web En la página de inicio de la Web del Programa Orienta, aparece el emblema comunitario, así como las siglas del Fondo Social Europeo y el término Unión Europea. Estos elementos se mantienen estáticos durante la navegación dentro de la página Web.	

Fuente: Elaboración propia

Esquema 6. Ficha resumen del proyecto de buenas prácticas" Itinerarios de Inserción".

ITINERARIOS DE INSERCIÓN

Programa	Medida	Fondo	Órgano Gestor
POIA	4.9	FSE	DG Intermediación e Inserción Laboral

CARACTERÍSTICAS GENERALES Y PRINCIPALES OBJETIVOS DEL PROYECTO

Promover la inserción laboral de los desempleados a través de Itinerarios de Inserción, es decir, mediante la realización de una serie concatenada de acciones para mejorar su empleabilidad.

MECANISMOS DE PUBLICIDAD Y DIFUSIÓN DESARROLLADOS

Descripción general.
En este caso, las actividades de información y publicidad de este órgano gestor destacan, no sólo por la claridad y transparencia con la que se difunde la información, sino también por las actividades puestas en práctica para facilitar la tarea de los órganos implicados y, por consiguiente, asegurar en la mayor medida posible el cumplimiento de la normativa en esta materia.

MEDIDAS DE OBLIGADO CUMPLIMIENTO

- Información en documentos administrativos.
- Carteles y placas informativas.
- Edición de folletos informativos.

MEDIDAS DE INICIATIVA PROPIA

- Edición de un Manual de Información y Publicidad para las entidades participantes en el proyecto.
- Información a través de la Web.
- Material de papelería serigrafiado.

VALORACIÓN DEL IMPACTO DE LAS MEDIDAS

La actividad combinada de comunicación de la DG de Intermediación e Inserción Laboral y de los propios centros Orienta integrados ha obtenido un adecuado impacto sobre los beneficiarios de los proyectos, a lo cual contribuye de forma notable la utilización coordinada de diferentes instrumentos.

CALIFICACIÓN DE LAS ACCIONES DE PUBLICIDAD

	MUY POSITIVA	POSITIVA	ADECUADA
Claridad del mensaje	✔		
Uso de nuevas tecnologías		✔	
Amplitud número destinatarios		✔	
Complementariedad de acciones	✔		
Participación beneficiarios		✔	
Sostenibilidad de las actuaciones	✔		
Cumplimiento normativa	✔		
Calidad de las actuaciones	✔		

Fuente: Elaboración propia

2.6. Proyecto: "OPTIMA".

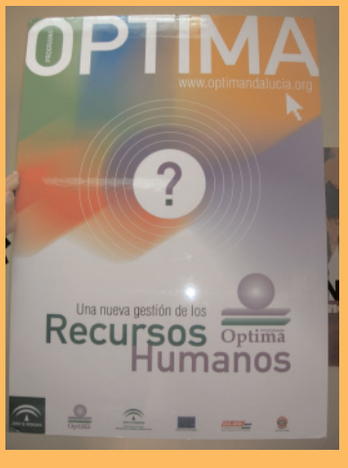
El Instituto Andaluz de la Mujer, con la colaboración de las centrales sindicales mayoritarias, desarrolla el Programa "OPTIMA" cuyo objetivo es la implantación de una política de igualdad de oportunidades en la gestión de los recursos humanos de las empresas andaluzas.

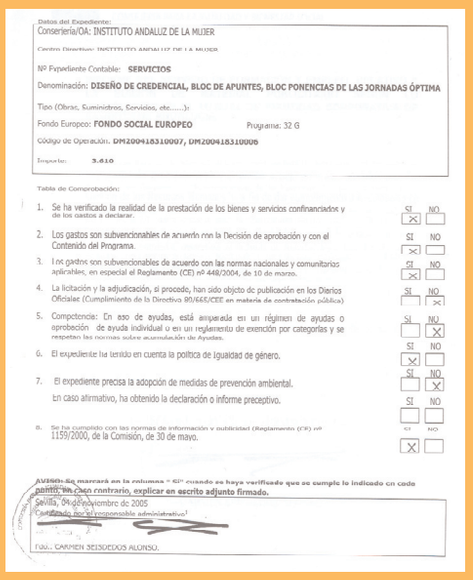
Este organismo, muy activo en la realización de actividades informativas y participativas, contribuye de manera notable a la consecución de los objetivos perseguidos por el Plan de Información y Publicidad. Junto a la variedad de herramientas utilizadas se incluyen otras dirigidas a facilitar el control del cumplimiento de la normativa vigente en este terreno (Tabla 7).

En el Esquema 7 se presenta la ficha resumen del proyecto de buenas prácticas "OPTIMA"

Tabla 7. Actuaciones informativas y publicitarias desarrolladas dentro del proyecto

Descripción	Ejemplos
BOJA En el primer articulo de la publicación de la orden en el BOJA se hace ya referencia a la participación de la Unión Europea en el proyecto, a través del FSE, y el porcentaje en que lo hace. Entre las obligaciones del beneficiario se incluye la necesidad de especificar el fondo correspondiente, así como el porcentaje de participación de las subvenciones que gestionan.	DISPONGO Artículo 1. Objeto. 1. El objeto de la presente Orden es regular las bases y el procedimiento de concesión de subvenciones por el Instituto Andaluz de la Mujer a empresas que desarrollen su actividad en la Comunidad Autónoma Andaluza para la realización de acciones positivas a favor de la igualdad de oportunidades de mujeres y hombres. 2. La financiación de las subvenciones reguladas en la presente Orden se efectuará con cargo a los créditos presupuestarios del Instituto Andaluz de la Mujer, participando en la misma la Unión Europea a través del Fondo Social Europeo en un 80%. - Indicación de las beneficiarias, actividades a realizar y plazo de ejecución, con indicación del inicio del cómputo del mismo. - Cuantía de las ayudas, aplicación presupuestaria y distribución bianual, en su caso, presupuesto subvencionado y porcentaje de ayuda con respecto al presupuesto aceptado. - Forma y secuencia del pago de las subvenciones, así como los requisitos exigidos para su abono. - Condiciones que se impongan a las beneficiarias y plazo y forma de justificación. - La circunstancia de que la resolución es contraria a la estimación de las solicitudes de las personas no relacionadas como beneficiarias, las cuales deberán entender denegadas sus solicitudes. - Se señalará, asimismo, que la Unión Europea participa en la financiación de la subvención a través del Fondo Social Europeo (FSE) en un 80%.
Convenio UGT En el tercer punto del convenio con UGT (al igual que ocurre con el de CCOO) se indica la participación del FSE, el programa y la medida concreta dentro del mismo. Asimismo, entre las obligaciones recogidas, se requiere el hacer constar en todo actuación la participación de la UE y del FSE.	JUNTA DE ANDALUCIA III. En cumplimiento de ello, el Instituto Andaluz de la Mujer está desarrollando programas con el objetivo de incorporar la igualdad entre hombres y mujeres en las relaciones laborales, en concreto han sido incluidos en el Presupuesto de la Comunidad Autónoma de Andalucía para el año 2003 a través de un proyecto de empleo, cofinanciado por el Fondo Social Europeo, dentro del Marco de Apoyo Comunitario del periodo 2000-2006 y en el ámbito de la medida "DM20040631: Participación de la mujer en el mercado de trabajo", proyecto 1999/297 "Formación en igualdad de género" 2º Son Obligaciones del Sindicato, además de los compromisos recogidos en la cláusula tercera, los siguientes: a) Realizar la actividad que fundamente la concesión de la subvención en la forma y plazos establecidos en la cláusula tercera. b) Realizar, en su caso, las contrataciones del personal necesario para el desarrollo de los Programas. c) Poner a disposición de los Programas de un local donde éste se ubique. d) Hacer constar la colaboración del Instituto Andaluz de la Mujer-Junta de Andalucía y del Fondo Social Europeo en toda información, actuación o publicidad que se realice sobre el desarrollo de los Programas.
Folletos En los diversos folletos que se editan, sobre la celebración de jornadas, difusión de información sobre el proyecto, etc. se incluye siempre la bandera europea entre los emblemas de los distintos órganos financiadores.	 

Descripción	Ejemplos
Material divulgativo Se entrega material serigrafiado con los emblemas comunitario y de la Junta de Andalucía, a las beneficiarias de las actuaciones, a los asistentes de las jornadas, a los empresarios/as, etc.	 
Carteles En los centros en los que se informa de estas subvenciones, así como en las empresas participantes y en los organismos sindicales, se cuelgan carteles sobre el proyecto OPTIMA, que incluyen el emblema de la Unión Europea.	 
Página Web En la portada de la página Web del IAM, relativa al programa OPTIMA, en lugar muy visible, aparece el emblema de la Unión Europea. Asimismo, en el primer párrafo del texto se especifica que está cofinanciado por el FSE.	

Descripción	Ejemplos
Entrega de Premios A tenor de los resultados obtenidos con el proyecto en sí se entregan premios a las empresas. Oportunidad que, de nuevo, se aprovecha para comunicar la participación de la UE. Además, las empresas participantes incorporan información relativa en sus paginas Web.	 
Jornadas Se organizan jornadas y foros de encuentro con mujeres y empresarias/os para informarles de las posibilidades que ofrece la Unión Europea a favor de la igualdad de género.	
Check-list comprobación en certificaciones En los últimos años se ha incorporado un check-list en las certificaciones del IAM, en la que se recogen, entre otros aspectos, el cumplimiento de las acciones de información y publicidad para un mayor control de las mismas.	 Datos del Expediente: Consejería/OA: INSTITUTO ANDALUZ DE LA MUJER Centro Directivo: INSTITUTO ANDALUZ DE LA MUJER Nº Expediente Contable: SERVICIOS Denominación: DISEÑO DE CREDENCIAL, BLOC DE APUNTES, BLOC PONENCIAS DE LAS JORNADAS ÓPTIMA Tipo (Obras, Suministros, Servicios, etc.....): Fondo Europeo: FONDO SOCIAL EUROPEO Programa: 32 G Código de Operación: DM200418310007, DM200418310008 Importe: 3.610 Tabla de Comprobación: 1. Se ha verificado la realidad de la prestación de los bienes y servicios cofinanciados y de los gastos a declarar. SI [X] NO [ ] 2. Los gastos son subvencionables de acuerdo con la Decisión de aprobación y con el Contenido del Programa. SI [X] NO [ ] 3. Los gastos son subvencionables de acuerdo con las normas nacionales y comunitarias aplicables, en especial el Reglamento (CE) nº 448/2004, de 10 de marzo. SI [X] NO [ ] 4. La licitación y la adjudicación, si procedo, han sido objeto de publicación en los Diarios Oficiales (Cumplimiento de la Directiva 80/665/CEE en materia de contratación pública) SI [ ] NO [X] 5. Competencia: En caso de ayudas, está amparada en un régimen de ayudas o aprobación de ayuda individual o en un reglamento de exención por categorías y se respetan las normas sobre acumulación de Ayudas. SI [ ] NO [X] 6. El expediente ha tenido en cuenta la política de igualdad de género. SI [X] NO [ ] 7. El expediente precisa la adopción de medidas de prevención ambiental. En caso afirmativo, ha obtenido la declaración o informe preceptivo. SI [ ] NO [X] 8. Se ha cumplido con las normas de información y publicidad (Reglamento (CE) nº 1159/2000, de la Comisión, de 30 de mayo. SI [ ] NO [X] AVISO: Se marcará en la columna = "SI" cuando se haya verificado que se cumple lo indicado en cada punto, en caso contrario, explicar en escrito adjunto firmado. Sevilla, 04 de noviembre de 2005 Firmado: El responsable administrativo. Fdo.: CARMEN SEISDEDOS ALONSO.

Fuente: Elaboración propia

Esquema 7. Ficha resumen del proyecto de buenas prácticas OPTIMA.

OPTIMA

Programa	Medida	Fondo	Órgano Gestor
POIA	4.18	FSE	Instituto Andaluz de la Mujer

CARACTERÍSTICAS GENERALES Y PRINCIPALES OBJETIVOS DEL PROYECTO

Contribuir a la consecución de la Igualdad de Oportunidades en el mercado laboral, implicando y educando para ello a las empresas implantadas en la región.

MECANISMOS DE PUBLICIDAD Y DIFUSIÓN DESARROLLADOS

Descripción general.
En cualquier documento, publicación y actividad relacionada con el proyecto OPTIMA el Instituto incorpora, como mínimo, el emblema comunitario. No obstante, además de las acciones de información y publicidad realizadas -desde los documentos administrativos y contractuales hasta las diversas jornadas organizadas-, este gestor destaca por la elevada implicación conseguida en los beneficiarios de las ayudas en este tipo de actividades (carteles, página web, publicaciones, etc.).

MEDIDAS DE OBLIGADO CUMPLIMIENTO

- Información en documentos de licitación y contratación.
- Carteles informativos.
- Edición de folletos informativos.

MEDIDAS DE INICIATIVA PROPIA

- Check-list de publicidad e información en las certificaciones
- Información a través de la página Web del IAM y de los beneficiarios.
- Material de papelería serigrafiado.

VALORACIÓN DEL IMPACTO DE LAS MEDIDAS

El elevado alcance de la información entre beneficiarios y opinión pública se ha conseguido a partir de las constantes alusiones a la cofinanciación europea en todos los aspectos relacionados con la UE. La complementariedad de éstas actuaciones publicitarias con los medios de comunicación social ha reforzado aún más el alcance de la información. Por su parte, el check-list en las certificaciones pone de relieve la preocupación por el cumplimiento de la normativa, en este terreno.

CALIFICACIÓN DE LAS ACCIONES DE PUBLICIDAD

	MUY POSITIVA	POSITIVA	ADECUADA
Claridad del mensaje	✔		
Uso de nuevas tecnologías	✔		
Amplitud número destinatarios	✔		
Complementariedad de acciones	✔		
Participación beneficiarios	✔		
Sostenibilidad de las actuaciones	✔		
Cumplimiento normativa	✔		
Calidad de las actuaciones	✔		

Fuente: Elaboración propia

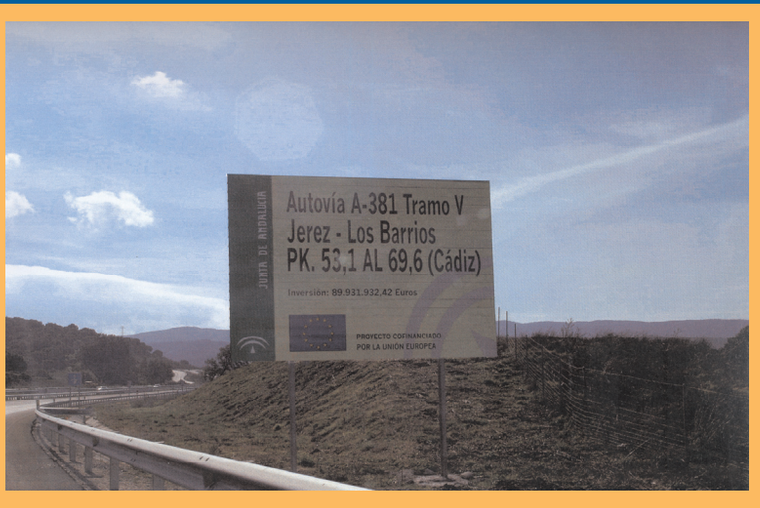
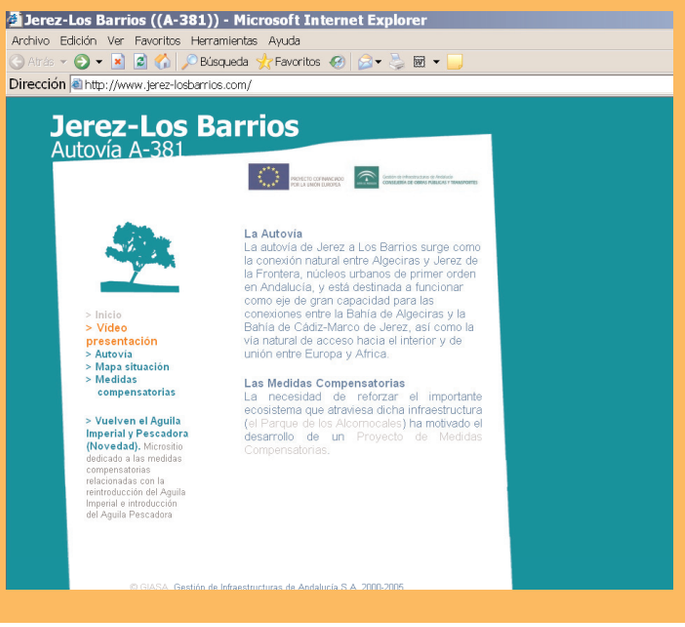
2.7. Proyecto: "Autovía A-381 Jerez-Los Barrios"

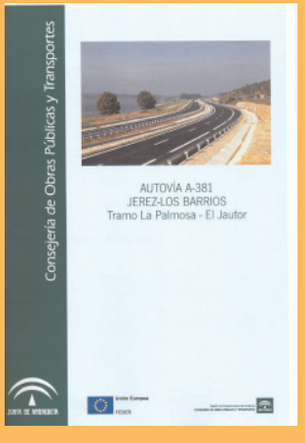
La empresa pública GIASA (Gestión de Infraestructuras de Andalucía S.A.), dependiente de la Consejería de Obras Públicas y Transportes, ha gestionado la construcción de la Autovía A-381 Jerez-Los Barrios, con el propósito de constituir un eje de gran capacidad para las conexiones entre la Bahía de Algeciras y la Bahía de Cádiz-Marco de Jerez, así como la vía natural de acceso hacia el interior, y de unión entre Europa y África.

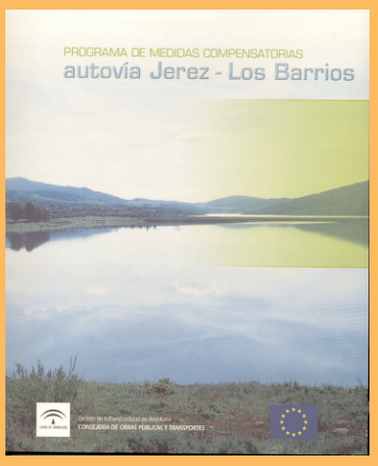
Este proyecto es considerado pionero en Europa por constituir la primera "vía verde del continente", al ser una autovía ecológica, y ha sido designado como "Noticia Estrella" por la Dirección General de Fondos Europeos. Por consiguiente, las actividades de información y publicidad, desarrolladas en el ámbito de este proyecto, son numerosas y se caracterizan por su variedad y originalidad (Tabla 8).

En el Esquema 8 se presenta la ficha resumen del proyecto de buenas prácticas "Autovía A-381 Jerez-Los Barrios"

Tabla 8: Actuaciones informativas y publicitarias desarrolladas dentro del proyecto

Descripción	Ejemplos
Carteles de obra Durante la duración de las obras, y hasta seis meses después de la finalización de las mismas, los carteles de obra indican la naturaleza de las obras, así como la fuente de financiación comunitaria. Las características del emblema europeo y el texto que lo acompaña cumplen, en términos generales, las disposiciones que lo regulan.	
Página web La Autovía A-381 dispone de una página Web específica, creada con el objeto de dar a conocer los detalles de este proyecto estrella. El emblema comunitario aparece en lugar visible, acompañado de la mención a la cofinanciación de la Unión Europea.	

Descripción	Ejemplos
Actos Públicos La inauguración de los diferentes tramos de la Autovía ha dado lugar a actos públicos, que han contado con la presencia de autoridades políticas, entre los que se encontraba el Presidente de la Junta de Andalucía, Manuel Chaves. Estos eventos han concentrado a numerosos medios de comunicación, que han difundido información sobre el proyecto.	
Notas de prensa GIASA ha difundido Notas de Prensa entre los numerosos medios de comunicación presentes en Andalucía. En ellas se hace referencia a la cofinanciación europea a través de FEDER.	 
Anuncios publicitarios La prensa andaluza ha publicado anuncios publicitarios referentes a la Autovía A-381 Jerez-Los Barrios. El emblema de la Unión Europea, así como la mención al FEDER, son claramente visibles en dichos anuncios.	 

Descripción	Ejemplos
Publicaciones En el ámbito de la Autovía Jerez-Los Barrios, han sido editadas diferentes publicaciones y trípticos, relacionados, tanto con la ejecución del propio proyecto, como con temas específicos, tales como la flora y la fauna autóctona. Estos documentos incluyen en la portada la bandera comunitaria.	 
Material de divulgación Con el fin de dar difusión a este proyecto, se ha distribuido material promocional, que incluye un CD y una carpeta con documentación. El emblema de la Unión Europea aparece junto al de la Junta de Andalucía y el de la International Road Federation, que ha otorgado a este proyecto el galardón a la "Mejor Carretera Mundial del Año en la categoría medioambiental".	 
Noticias en prensa La ejecución y la inauguración del proyecto han dado lugar a la publicación de numerosos artículos en los medios de comunicación andaluces. El interés mostrado por la prensa en este proyecto es fruto de la intensa labor de comunicación llevada a cabo por el órgano gestor.	 LA VOZ DE CÁDIZ - Ciudadanos - cádiz - Pag. 2 09/12/2004 SATISFACCIÓN. La conversión de la carretera nacional en autovía ha supuesto un fuerte impulso para el desarrollo de la provincia. / CANDO **La A-381 dinamiza la estructura industrial y comercial de la provincia** El desarrollo turístico de **Medina Sidonia, Alcalá de los Gazules y Los Barrios** recibe un fuerte impulso con la culminación de esta autovía en los próximos días

Fuente: Elaboración propia

Esquema 8. Ficha resumen del proyecto de buenas prácticas Autovía A-381 Jerez-Los Barrios.

AUTOVÍA A-381 JEREZ-LOS BARRIOS

Programa	Medida	Fondo	Órgano Gestor
POIA	6.1	FEDER	GIASA

CARACTERÍSTICAS GENERALES Y PRINCIPALES OBJETIVOS DEL PROYECTO

Construcción de un eje de gran capacidad para las conexiones entre la Bahía de Algeciras y la Bahía de Cádiz-Marco de Jerez, que actuará como vía de unión entre Europa y África.

MECANISMOS DE PUBLICIDAD Y DIFUSIÓN DESARROLLADOS

Descripción general.
Las acciones de publicidad llevadas a cabo en el marco de este proyecto cumplen, de forma generalizada, con las disposiciones comunitarias al respecto (carteles de obra, emblema comunitario en todas las publicaciones, etc). Esta actuación, elegida por la Dirección General de Fondos Europeos como noticia estrella, ha implicado un número considerable de acciones informativas y publicitarias.

MEDIDAS DE OBLIGADO CUMPLIMIENTO

- Carteles de obras.
- Edición de folletos informativos.
- Página Web.

MEDIDAS DE INICIATIVA PROPIA

- Actos públicos.
- Material de divulgación.

VALORACIÓN DEL IMPACTO DE LAS MEDIDAS

El impacto de las medidas informativas entre los beneficiarios y la opinión pública ha sido muy elevado, debido a la importancia otorgada a estas medidas por parte de los órganos gestores, y a la denominación del proyecto como "noticia estrella".
El control sobre el correcto cumplimiento de la normativa, llevado a cabo por GIASA, ha contribuido a impulsar el alcance de las diferentes medidas.

CALIFICACIÓN DE LAS ACCIONES DE PUBLICIDAD

	MUY POSITIVA	POSITIVA	ADECUADA
Claridad del mensaje	✔		
Uso de nuevas tecnologías	✔		
Amplitud número destinatarios	✔		
Complementariedad de acciones	✔		
Participación beneficiarios		✔	
Sostenibilidad de las actuaciones	✔		
Cumplimiento normativa	✔		
Calidad de las actuaciones	✔		

Fuente: Elaboración propia

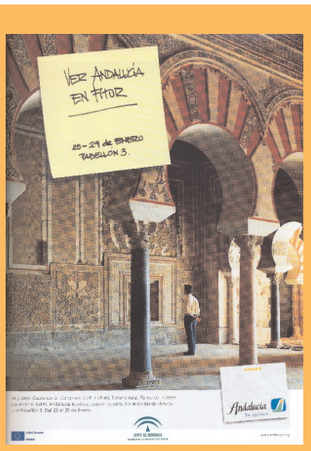
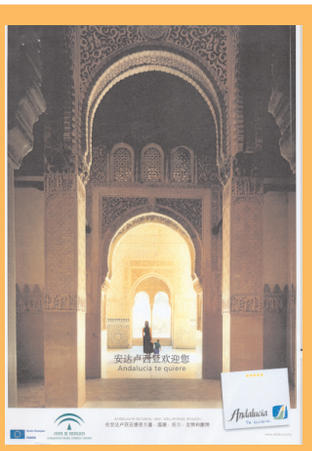
2.8. Proyecto: "Campañas de publicidad"

La DG de Promoción y Comercialización Turística, de la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, se ocupa de la gestión del proyecto "Campañas de Publicidad", encaminado a la promoción turística de Andalucía, tanto dentro de las fronteras nacionales, como fuera de ellas.

La naturaleza propia de esta actuación, que consiste en acciones específicas de publicidad (Tabla 9), otorga a este proyecto un interés especial como ejemplo de buenas prácticas.

En el Esquema 9 se presenta la ficha resumen del proyecto de buenas prácticas "Campañas de Publicidad"

Tabla 9: Actuaciones informativas y publicitarias desarrolladas dentro del proyecto

Descripción	Ejemplos
Anuncios televisivos Con el fin de promocionar Andalucía como destino turístico, se han desarrollado una serie de campañas publicitarias destinadas a la televisión: sol y playa, turismo cultural, turismo interior, fines de semana, etc. En todas ellas se recoge el emblema comunitario.	
Anuncios publicitarios para prensa escrita La prensa escrita también ha publicado anuncios publicitarios realizados en el marco de esta medida, que cumplen escrupulosamente con la normativa comunitaria en materia de publicidad.	 
Actos Públicos Un gran número de actos públicos ha servido de escenario para promocionar Andalucía como destino turístico. Destacan, por el impacto de las medidas adoptadas, la feria del turismo FITUR o la Semana de Andalucía celebrada en Madrid.	 

Descripción	Ejemplos
Vallas, Tiedros y Mupis Otros instrumentos publicitarios utilizados en el ámbito de esta actuación son las vallas, los triedros y los mupis luminosos. Como el resto de elementos analizados dentro de esta medida, los requerimientos normativos relativos al emblema son estrictamente respetados.	  
Patrocinios Diversos actos culturales y deportivos han sido patrocinados por la campaña turística de Andalucía, mediante póster o lonas publicitarias, con inequívoca mención a la cofinanciación europea. Entre estos eventos se encuentran la Feria de Andalucía en Madrid o el Open de Golf de San Roque.	 

Esquema 9. Ficha resumen del proyecto de buenas prácticas Campañas de Publicidad.

CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD

Programa	Medida	Fondo	Órgano Gestor
POIA	1.10	FEDER	DG de Promoción y Comercialización Turística

CARACTERÍSTICAS GENERALES Y PRINCIPALES OBJETIVOS DEL PROYECTO

Contribuir a la promoción turística de Andalucía, tanto dentro de España como en el exterior, a través de acciones publicitarias.

MECANISMOS DE PUBLICIDAD Y DIFUSIÓN DESARROLLADOS

Descripción general.
Las acciones publicitarias llevadas a cabo en el marco de este proyecto incorporan el emblema comunitario y, en la mayor parte de los casos, se hace alusión al Fondo concreto que cofinancia esta medida.

MEDIDAS DE OBLIGADO CUMPLIMIENTO

- El emblema comunitario se incluye en todo el material publicitario.

MEDIDAS DE INICIATIVA PROPIA

- Anuncios en televisión.
- Anuncios en prensa escrita.
- Vallas, triedros y mupis.
- Patrocinios.
- Actos públicos.

VALORACIÓN DEL IMPACTO DE LAS MEDIDAS

La utilización de medios de comunicación de masas, así como de elementos publicitarios de gran visibilidad, tales como vallas o mupis, ha contribuido a multiplicar el alcance de las medidas empleadas.
El público destinatario de estas campañas ha sido, por consiguiente, muy elevado.

CALIFICACIÓN DE LAS ACCIONES DE PUBLICIDAD

	MUY POSITIVA	POSITIVA	ADECUADA
Claridad del mensaje	✔		
Uso de nuevas tecnologías	✔		
Amplitud número destinatarios	✔		
Complementariedad de acciones		✔	
Participación beneficiarios		✔	
Sostenibilidad de las actuaciones	✔		
Cumplimiento normativa	✔		
Calidad de las actuaciones	✔		

Fuente: Elaboración propia

3. Actuaciones Originales e Innovadoras de información y publicidad

3. Actuaciones Originales e innovadoras de información y publicidad.

Además de las actuaciones de información y publicidad originales ya señaladas -entre los proyectos excepcionales anteriormente seleccionados-, sobresalen diversas actuaciones especificas que destacan por su efectividad y originalidad en términos de comunicación, y que se enmarcan en los proyectos especificados en la Tabla 10.

Tabla 10. Proyectos en los que enmarcan las actuaciones seleccionadas como buenas prácticas.

PROYECTO	INSTRUMENTO	MEDIDA	FONDO	ÓRGANO GESTOR
• Construcción de centros de servicios sociales y comunitarios • Planificación Ambiental • Cursos de mujeres • Laboratorios Agroalimentarios	Pegatinas	5.9 9.3 4.16 7.2	FEDER FEOGA FSE FEOGA	• Consejería para la igualdad y Bienestar Social DG Ordenación y Evaluación • IFAPAPE • DG de Industrias y Promoción y Agroalim.
• Centro de visitantes • Ayuda a gran empresa para promoción y desarrollo industrial • Red básica de instalaciones deportivas • Ronda Oeste de Córdoba • Autovía A-381 Jerez-Los Barrios • Red Intercomarcal Convencional A-315 de Torreperogil a Baza • Conservación en la Red de Gran Capacidad	Modelos Placas y Vallas	3.6 1.1 5.10 6.1 6.7	FEDER	• DG Red Espacios Naturales y Ss. Amb. • Agencia de I+D de Andalucía • DG de Industria, Energía y Minas • DG de Tecnología e Infraestructura Deportiva • GIASA
• Restauración de zonas afectadas por act. Industriales • Reforma y ampliación del Ayuntamiento de Antequera	Edición material post-actuación	3.8 5.1	FEDER	-DG Prevención y Calidad Ambiental -DG de Arquitectura y Vivienda
• 112	Actividades difusión	2.7	FEDER	• DG de Política Interior
• Actividades de publicidad (POIA)	Claim, Campaña (TV, radio, prensa), Noticias Estrella, enlace publicidad portada WEB.	POIA	FEDER	-DG de Fondos Europeos

PROYECTO	INSTRUMENTO	MEDIDA	FONDO	ÓRGANO GESTOR
• Actividades de información (POIA) • Ayudas a la creación de empresas de economía social • Autoempleo • Ayudas al empleo PLD • Apoyo a la estabilidad del empleo	Manual, Jornadas, DVD, anuncio, HUELLA, Documentos descriptivos, etc.	POIA 1.4 1.8 4.3 4.7	FEDER FSE	• DG de Fondos Europeos • DG de Economía Social y Emprendedores • Servicio Andaluz de Empleo.

Fuente: Elaboración propia

3.1. Instrumento: Pegatinas.

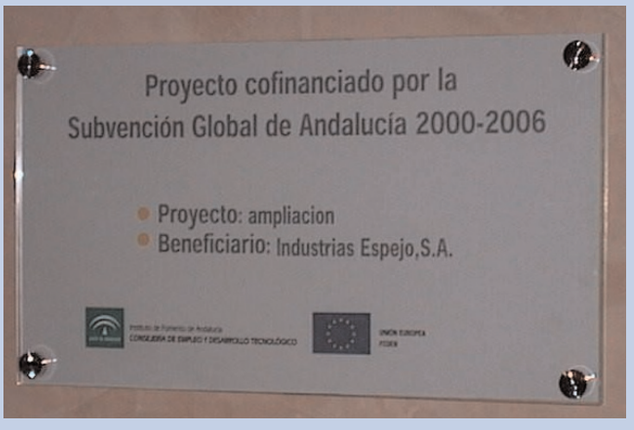
Con el objetivo de dar mayor difusión a la cofinanciación de la compra/construcción de cualquier tipo de equipamiento –dado que no existe ninguna especificación al respecto en la normativa vigente, ni en las orientaciones para el próximo periodo- son varios los órganos gestores que, entre sus actividades de información y publicidad, han diseñado pegatinas con el emblema de la Unión que reparten entre los beneficiarios para ser adheridos en el equipamiento, de acuerdo con lo detallado en la Tabla 10.

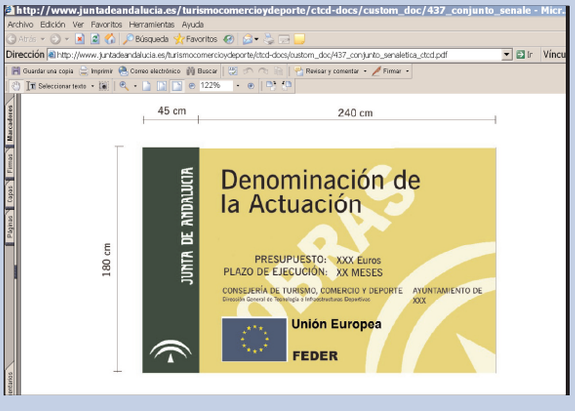
Como se muestra a continuación, la constante en todas las pegatinas o adhesivos es la inserción de la bandera europea, aunque habría que señalar que no se incluye el emblema comunitario completo, puesto que no aparece el término *Unión Europea*. En algunos casos se acompaña de texto en el que se especifica algún detalle más.

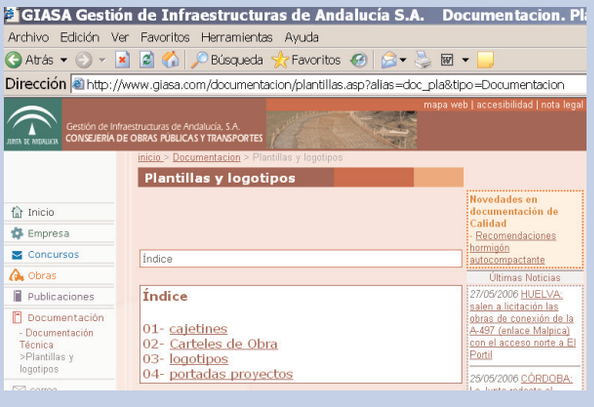
3.2. Instrumento: Modelos de placas y vallas.

Entre los gestores del POIA entrevistados, cabe destacar a aquellos que, con el fin de cumplir la normativa comunitaria de modo homogéneo, proporcionan a los beneficiarios de las ayudas las placas y/o vallas, o en su defecto, los modelos que han de seguir, para ser colocadas en lugar visible, durante un año. En algunos de estos casos es posible la descarga de los modelos a través de la página Web de algunos de los órganos gestores, como por ejemplo la DG de Tecnología e Infraestructura Deportiva y GIASA .

Los siguientes ejemplos sirven de muestra para ilustrar esta buena práctica.



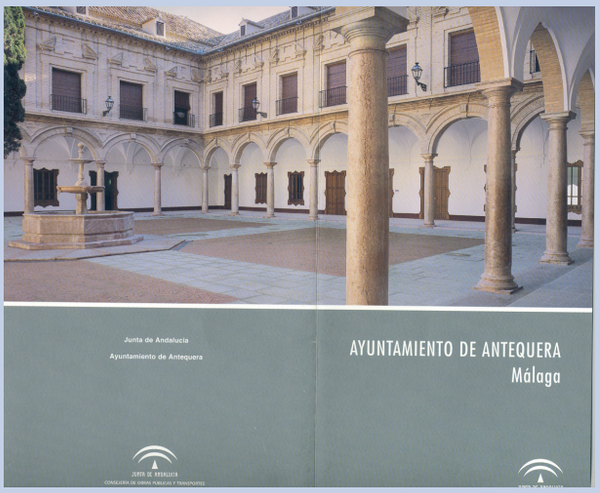




3.3. Instrumento: Edición de material post-actuación.

En algunos de los proyectos seleccionados del POIA los órganos gestores -e incluso, a veces, los propios beneficiarios de las actuaciones- han elaborado diferentes elementos publicitarios para dar una mayor difusión de la actividad desarrollada, una vez que ésta ha finalizado.

Los instrumentos utilizados varían entre CDs, cuadernillos de carácter divulgativo, libros, trípticos, etc.



AYUNTAMIENTO DE ANTEQUERA, Málaga.

DIRECCIÓN GENERAL DE ARQUITECTURA Y VIVIENDA

Se ignora quién proyectó el edificio, convento franciscano en su origen, también qué maestro alarife pudo dirigir las obras. La primera noticia conocida –de julio del año 1679– está referida a una entrega de columnas para su claustro; otros elementos datables como las yeserías de la escalera principal (1725), la cornisa de la fachada trasera (1747), o la fuente de su patio (1756), sugieren un ritmo de construcción lento, incluso para la época.

En 1845, y al amparo de las leyes desamortizadoras, el ayuntamiento adquiere el ya antiguo convento para sede de la casa capitular. Se encontraba entonces –a tenor de un informe de 1850– bastante deteriorado, y ruinoso en ciertas dependencias, por lo que en las décadas siguientes se acometen las obras de reconstrucción –y de adaptación al nuevo uso civil– bajo la supervisión de los arquitectos locales Francisco de Torres y Juan Muñoz. La peculiar configuración del jardincillo, fachadas y verja en la calle lateral –de la Tercia– pertenece a esta etapa, así como los salones de Sesiones y de Reyes, en un estilo decimonónico tardío.

No hay más obras de entidad hasta mediados del siglo XX, cuando se le encarga al arquitecto madrileño Antonio Galán un nuevo diseño para la fachada principal –la de la calle Infante Don Fernando–, al entender el consistorio que la ejecutada en la adecuación –muy discreta y casi anónima– no se correspondía con la categoría arquitectónica del interior, ni manifestaba el carácter institucional del edificio.

FICHA TÉCNICA

Promotores	Junta de Andalucía Consejería de Obras Públicas y Transportes Ayuntamiento de Antequera
Proyecto y dirección técnica de la obra:	
Arquitectos:	Ricardo Alario López Sebastián del Pino Cabello Rafael Salgado Ordóñez
Arquitectos técnicos:	Antonio Madrona Sánchez Francisco José Ruz García
Empresa constructora	CONSTRUCCIONES MIGUEL REBOLLO S.L.
	Proyecto cofinanciado por el: Fondo Europeo de Desarrollo Regional
Superficie construida en rehabilitación:	4.963,00 m²
Superficie construida de nueva planta	1.247,60 m²
Superficie construida total	6.210,6 m²
Presupuesto total	4.237.589,26 euros
Consejería de Obras Públicas y Transportes	3.145.138,75 euros
Ayuntamiento de Antequera	1.092.450,51 euros
Fecha inicio de obras:	2002

El palacio consistorial se encuentra en el tramo central de una de las principales vías del casco histórico, la antaño calle de Estopa, arteria fundamental en la expansión de la ciudad alta hacia la vega a partir del siglo XVI. Dispuesto en dos plantas –más el sobrado bajo cubierta– su configuración se justifica en su origen conventual, que también ilustra la estrecha vinculación con la iglesia colindante de los Remedios.

El espléndido patio claustral –un gran cuadrado de veinticinco metros de lado, con fachadas balconadas de ladrillo visto, de influencia manierista, y dispuestas sobre arquerías toscanas de siete vanos– estructura todo el conjunto. Conectando las dos plantas del claustro, la escalera principal, de planta rectangular y tres tramos, es la más monumental entre las barrocas de Antequera por su trazado, ornamentación y materiales.

En torno al patio se distribuyen las numerosas dependencias, pautando su estricta geometría la colonización hacia los bordes de la parcela. Se explica así la anómala planta triangular del jardín exterior y el fuerte sesgo en las fachadas de la calle Tercia.

En la pequeña parcela de atrás –la destinada a la ampliación– se ubicaba una añosa y deteriorada construcción, presunto resto del complejo conventual más primitivo. Organizada en doble crujía y dos plantas, con alturas más modestas que las del edificio principal, presentaba una fachada urbana hermética y en su alzado interior una logia con tres arcos rebajados. Fue demolida antes de la rehabilitación.

Partiendo de la premisa de desvincular en lo posible las funciones protocolarias de las administrativas, éstas se desplazan a los ámbitos de ampliación o nueva planta, reservando las primeras para el edificio histórico donde su implementación es utilizada como herramienta en la revisión crítica de sus espacios, conservando los elementos de claro valor histórico o arquitectónico, "poniendo en razón" los que habían perdido sentido, y recuperando los que permanecían desaprovechados.

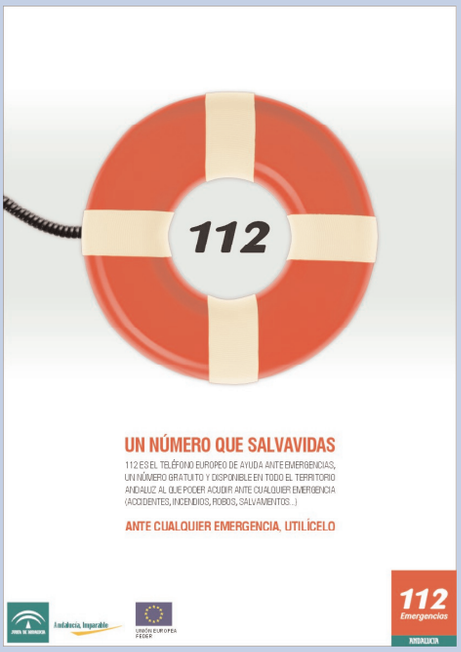
El desmesurado contraste entre el gran artefacto claustral y el tamaño y la posición marginal de la ampliación indujo a abordarla como "crecimiento" del convento, es decir, como una continuación natural de sus disposiciones y espacios característicos que así cons-

3.4. Instrumento: Actividades de difusión.

En relación con la envergadura y características de los proyectos, se ha observado que en algunas de las actuaciones más significativas, se han realizado grandes despliegues informativos que han permitido informar, con mayores garantías, a la población andaluza, sobre las actuaciones que se están llevando a cabo en la región con el apoyo de los Fondos Europeos.

Tal es el caso del anuncio en televisión -año 2003-, en relación con el proyecto 112 de la DG de Política Interior, o de las diversas ferias de empleo en Andalucía, organizadas por el Servicio Andaluz de Empleo, y que han sido objeto de una difusión informativa considerable.

Por otra parte, la DG de Economía Social y Emprendedores ha organizado la entrega de los *Premios Arco Iris del Cooperativismo*, que ha contado con la presencia del Presidente de la Junta de Andalucía, Manuel Chaves, y que ha servido para promover las ayudas a la creación de empresas de economía social.



3.5. Instrumento: Actividades de información y publicidad de la DGFE.

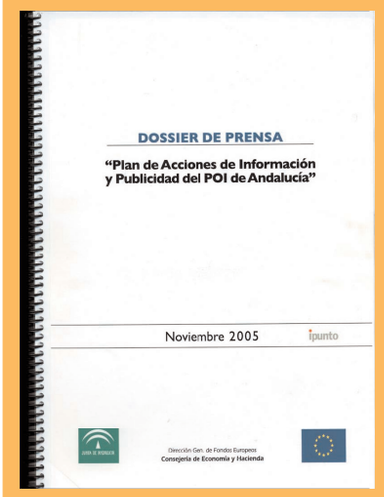
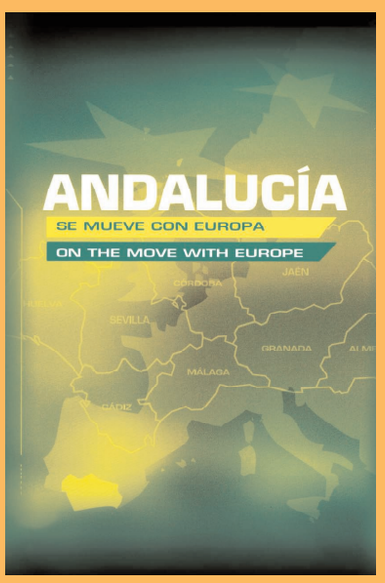
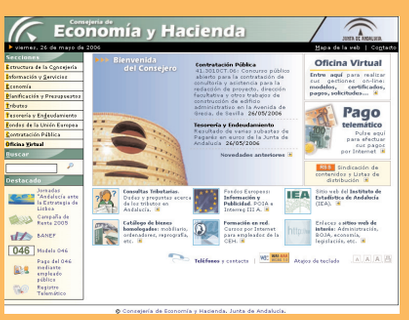
Junto a las buenas prácticas de los proyectos del POI de Andalucía, la DGFE ha realizado, dentro del Plan de Información y Publicidad del Programa, numerosas actividades que merecen ser destacadas tras el análisis de aplicación de los factores explicativos de buenas prácticas (Tabla 11) y los indicadores de calidad propuestos por la Comisión Europea.

Tabla 11. Actuaciones de buenas prácticas de comunicación desarrolladas por la DGFE dentro del Plan de Información y Publicidad del POI de Andalucía.

Justificación	Instrumento
La elaboración de un **claim** propio, asociado a los beneficios que se derivan de la participación europea en la región, mediante su uso en los proyectos cofinanciados por el **POIA**, permite captar mejor la atención de la población, gracias a la utilización de un mensaje positivo, claro y conciso.	Andalucía se mueve con Europa Andalucía se mueve con Europa

Justificación	Instrumento
La edición de **Documentos descriptivos** sobre el POIA, junto con los artículos sobre el funcionamiento de los proyectos integrados en el mismo (revista **Huella**) mejoran el nivel de conocimiento y la transparencia, de los gestores y personas interesadas, sobre las actividades que se realizan en el marco del Programa.	
La elaboración de un **Manual de Información y Publicidad**, que además se mejoró en su segunda edición, ha permitido facilitar a los gestores implicados este tipo de tareas asociadas a la gestión de Fondos Europeos. Además está disponible en la Web.	 
La organización de una **Jornada Específica de Información y Publicidad**, de carácter internacional, con expertos de todos los ámbitos en esta materia, y en la que se convocaron a los órganos gestores del POIA, constituye una excelente práctica de información y de difusión.	 

Justificación	Instrumento
Uno de los objetivos fundamentales del Plan de Publicidad del **POIA** es trasladar la mayor información posible a la opinión publica andaluza, acerca de los Fondos Europeos. Con esta finalidad la **Campaña publicidad** que ha sido diseñada cumple extraordinariamente con las características y requisitos exigidos para el logro de los objetivos perseguidos. Se han utilizado numerosos y diversos medios de comunicación, diferentes formatos, los mensajes han sido claros y concisos, etc. Lo que ha facilitado al ciudadano la visualización y el entendimiento de todo lo que desde la DGFE se le ha querido transmitir.	
La elaboración y publicación de **Noticias Estrella** dentro de la campaña publicitaria es una buena y efectiva práctica, en tanto que refuerza el proceso de sensibilización de los ciudadanos andaluces de las actuaciones europeas en la región. Asimismo, el hecho de que finalmente se hicieran más noticias estrella de las previstas fortifica su carácter de buenas práctica.	
El futuro de la Unión Europea, los más pequeños, han sido también objetivo de la publicidad del **POIA**, de una manera original y educativa, a través de un concurso dentro del **Programa Infantil** de mayor audiencia en Andalucía "La Banda".	

Justificación	Instrumento
Mensualmente la DGFE obtiene un **Dossier de Prensa** muy completo de todas las noticias y artículos relacionados con las actuaciones cofinanciadas por el **POIA** en la región, gracias a la labor de la empresa especializada de publicidad contratada. De esta forma no sólo comprueban el alcance del **POIA** en los medios, sino que sirve de fuente básica para completar la información disponible en la Web.	 
De forma complementaria destaca el **video de ejecución del POIA** que durante unos minutos informa de manera completa y especifica, con ejemplos concretos, de las más significativas actuaciones y beneficios que se están realizando y consiguiendo a través de estás, en Andalucía. Asimismo, la elevada difusión de éste DVD que se está produciendo en toda la región, resto de Comunidades Autónomas y entre miembros de la Comisión, refuerza su carácter de la buena práctica.	
La Página Web de la DGFE ya en la portada hace referencia a la información y publicidad de los Programas Operativos que gestiona, de forma que, a través de dicho enlace, el usuario puede acceder, fácilmente, a todo el material relacionado con el POIA. Desde Programación, noticias, banco de imágenes, etc.	 

4. Buenas Prácticas en Materia de Control del Cumplimiento

4. Buenas prácticas en materia de control del cumplimiento

Como se ha mencionado con anterioridad, tanto los órganos gestores, como los beneficiarios finales y la Autoridad Intermedia del Programa, son responsables del cumplimiento de la normativa comunitaria en materia de información y publicidad.

De acuerdo con estas directrices, algunas de las Direcciones Generales han desarrollado medidas específicas de seguimiento y control, con el fin de asegurar el absoluto respeto de la normativa vigente.

En la Tabla 12 se mencionan las medidas más eficaces en este ámbito, que deberían ser consideradas como ejemplos de buenas prácticas en la gestión de los fondos europeos.

Tabla 12: Medidas de control y seguimiento por parte de los órganos gestores.

ÓRGANO GESTOR	ACCIÓN
CONSEJERÍA DE OBRAS PÚBLICAS Y TRANSPORTES	
GIASA	Un requisito imprescindible para dar comienzo a las obras es la comprobación, por parte del órgano gestor, de la instalación del cartel de obra.
	El órgano gestor controla, de manera activa, la instalación del cartel de obra y de la placa conmemorativa, ya sea mediante visitas "in situ", o a través del envío de fotografías. En el caso de detectar algún tipo de deficiencia, se exige el reemplazo del instrumento de publicidad por otro que cumpla todas las condiciones.
	Con el fin de concienciar a la opinión pública del papel que juegan los fondos europeos en la cofinanciación de las intervenciones, durante las ruedas de prensa se hace un considerable hincapié en la proveniencia comunitaria de parte de la financiación. Asimismo, las notas de prensa tratan de recalcar este elemento, lo que favorece su percepción.
DG de Arquitectura y Vivienda	El envío de fotos de las vallas es un requerimiento obligatorio en cada uno de los proyectos, de modo que el órgano gestor pueda comprobar la adecuación de las mismas a los requisitos de publicidad.
CONSEJERÍA DE INNOVACIÓN, CIENCIA Y EMPRESA	
Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía	El órgano gestor controla, efectivamente, la instalación de las vallas y las placas, ya sea mediante visitas "in situ" de los técnicos o a través del envío de fotografías, de acuerdo con los formatos que desde la Agencia les han sido previamente enviados.

ÓRGANO GESTOR	ACCIÓN
CONSEJERÍA DE EMPLEO	
DG Intermediación e Inserción Laboral	En el marco del proyecto Andalucía Orienta, se ha distribuido un Manual Específico de Estilo entre los diferentes centros, con el objetivo de mantener un estilo común. Entre los diferentes elementos contenidos en la guía, se encuentran las referencias a la obligación de indicar la participación del Fondo Social Europeo en la financiación del proyecto y modelos de los emblemas a utilizar. De este modo, el órgano gestor realiza un seguimiento activo del cumplimiento normativo.
CONSEJERÍA DE TURISMO, COMERCIO Y DEPORTE	
DG de Promoción y Comercialización Turística	Las Delegaciones Provinciales de esta Dirección General reciben una copia del Manual de Información y Publicidad de Fondos Europeos en las actuaciones cofinanciadas en la Junta de Andalucía. Esta medida resulta de especial relevancia, al ocuparse de la gestión de proyectos que en numerosos casos consisten, precisamente, en el desarrollo de campañas publicitarias.
CONSEJERÍA DE CULTURA	
DG de Fomento y Promoción Cultural	Además de la mención a las medidas de publicidad a cumplir, contenida en la documentación de licitación, el órgano gestor envía una comunicación a los beneficiarios, advirtiéndoles de la necesidad de mencionar la cofinanciación en todo documento, así como en las vallas y placas. De este modo, se hace hincapié, de forma expresa, en esta medida obligatoria.
	Un requisito de obligado cumplimiento es el envío de fotografías de las vallas, junto con los justificantes de la primera certificación.
DG del Libro	Debido a las dudas suscitadas entre numerosos entes locales, con respecto a las obligaciones en materia de información y publicidad, las Resoluciones han pasado a incorporar la referencia expresa al Reglamento 1159/2000, de modo que pueda ser consultado en caso de duda.
	El órgano gestor remite un escrito a la totalidad de beneficiarios, a través del cual se recuerdan los requisitos mínimos a satisfacer.
	El Manual de Información y Publicidad de Fondos Europeos en las actuaciones cofinanciadas en la Junta de Andalucía, editado por la Dirección General de Fondos Europeos, es remitido a todos los entes locales.
CONSEJERÍA DE INNOVACIÓN, CIENCIA Y EMPRESA	
SODEAN	El órgano gestor comprueba directamente la instalación de la placa conmemorativa.
DG de Economía Social y Emprendedores	Una copia del Manual de Información y Publicidad de Fondos Europeos en las actuaciones cofinanciadas en la Junta de Andalucía es enviado a las diferentes Delegaciones Provinciales, a quien se ha encomendado la tarea de comprobación del cumplimiento de la normativa en este caso.

ÓRGANO GESTOR	ACCIÓN
CONSEJERÍA DE ECONOMÍA Y HACIENDA	
Dirección General de Fondos Europeos	En su labor de órgano intermedio, la Dirección General de Fondos Europeos distribuye, entre el resto de Consejerías, un "Cuestionario sobre la compatibilidad con las políticas comunitarias de las operaciones financiadas con Fondos Europeos", entre las que se encuentra la Política de Información y Publicidad. De este modo, se comprueba la realización de actuaciones de información y publicidad sobre las intervenciones cofinanciadas, así como información específica sobre la naturaleza de las mismas. Este tipo de medida podría ser aplicado a los beneficiarios, por parte de los diferentes órganos gestores, lo que les permitiría controlar de manera activa las acciones llevadas a cabo en esta materia.

Fuente: Elaboración propia.

Estas medidas de seguimiento y control favorecen, de manera notable, el adecuado cumplimiento de la normativa comunitaria en materia de información y publicidad por parte de los beneficiarios. Esto contribuye a alcanzar algunos de los objetivos generales del Plan de Información y Publicidad, tales como:

- Garantizar la transparencia en la ejecución.
- Proporcionar información sobre el Programa y sobre la participación de los Fondos Estructurales en el mismo.
- Informar a la Opinión Pública sobre el papel de la Política Regional Europea.

Por consiguiente, la generalización de estas medidas por parte de la totalidad de los órganos gestores, además de las recomendadas en la *Evaluación del Plan de Información y Publicidad del POI de Andalucía*, sería altamente conveniente de cara a fomentar una mayor eficacia en la labor de control de la Administración Pública.

5. Conclusiones

5. Conclusiones.

A modo de resumen, cabe destacar las siguientes conclusiones obtenidas a partir del análisis de selección de buenas prácticas de comunicación y de gestión de los Fondos, de acuerdo con lo establecido en el Reglamento (CE) 1159/2000 y en el Plan de Información y Publicidad del POI de Andalucía.

La consideración de estas buenas prácticas como posibles modelos a tener en cuenta en el futuro y, en consecuencia, que puedan incorporarse como ejemplos de uso y de buenas prácticas en el Manual de Información y Publicidad del POIA, convierte muchas de estas conclusiones en recomendaciones para mejorar la aplicación y efectividad de los objetivos perseguidos por esta normativa.

Tomando como base las valoraciones sobre los diferentes proyectos analizados como ejemplos de buenas prácticas, se ha elaborado la Tabla 13, en la que se muestra una síntesis de los resultados globales.

Tabla 13. Grado de cumplimiento de los criterios de excelencia.

CRITERIOS	CALIFICACIÓN
Claridad del mensaje	Alta
Uso de nuevas tecnologías	Media-Alta
Amplitud de la población objetivo	Media-Alta
Complementariedad	Alta
Participación de los beneficiarios	Media-Alta
Sostenibilidad	Alta
Cumplimiento de la normativa	Alta
Variedad de instrumentos utilizados	Alta
Calidad de las actuaciones propias	Alta

Fuente: Elaboración propia

En relación con los excelentes resultados obtenidos en el estudio, cabe destacar, por tanto, las siguientes conclusiones:

- Se han encontrado numerosas buenas prácticas y de notable calidad, lo que no significa que no existan prácticas con amplios márgenes de mejora. Consecuencia que está, en gran parte, influenciada por el elevado conocimiento e interés de los órganos gestores sobre las obligaciones que han de cumplir en esta materia y sobre cuál es su papel/responsabilidad al respecto. Este hecho se debe, en gran medida, a la labor de difusión desarrollada por la DGFE.

- En todos los casos de buenas prácticas seleccionados, se aprecia que la información transmitida es clara y amplia, por lo que se dan a conocer con precisión la naturaleza, contenido y objetivos perseguidos con las actuaciones emprendidas.

- Igualmente, en la mayoría de los ejemplos escogidos se respeta la normativa de la Unión Europea y las directrices emanadas de la DGFE, si bien en algunos casos se registran pequeñas deficiencias respecto al formato del emblema comunitario que, en repetidas ocasiones, no incluye el término *Unión Europea*.

- Se observan notables grados de complementariedad entre las distintas herramientas o actuaciones utilizadas, y cabe concluir que éstas están correctamente programadas en cuanto a la población objetivo a la que van dirigidas, e inserción en el tiempo, garantizándose así su sostenibilidad.

- Cuando la naturaleza de las intervenciones lo permite, las acciones de comunicación de los gestores se complementan con las emprendidas por beneficiarios y entidades colaboradoras. La participación de éstas, por su mayor proximidad a los beneficiarios finales de los proyectos, amplía, significativamente, la difusión del carácter cofinanciado de las actuaciones.

- Del conjunto de buenas prácticas seleccionadas se observa que, por lo general, la DGFE utiliza instrumentos de comunicación de gran difusión, por lo que se logra un apreciable impacto entre la población andaluza; mientras que, los órganos gestores dirigen, fundamentalmente, sus actuaciones hacia los beneficiarios potenciales y fínales de las ayudas, es decir, realizan actuaciones publicitarias enfocadas a un colectivo específico de la población.

- La utilización de nuevas tecnologías de la información y la comunicación son mayoritarias entre los órganos gestores de los proyectos / medidas de buenas prácticas seleccionadas. Si bien sería deseable su mayor ampliación, dado que hasta ahora se traduce en la utilización de las páginas web y elaboración de algunos CDs.

- Entre las buenas prácticas señaladas destaca, por su efectividad y claridad en el mensaje, la continua y específica referencia a la cofinanciación europea -durante la licitación y contratación de las ayudas-. En ambas fases hacen referencia a la participación, en apartados adecuados y en párrafos a parte, de:

  - la Unión Europea,
  - el POIA,
  - el Fondo correspondiente,
  - la cuantía subvencionada,
  - las condiciones de publicidad. En las que se especifica el Reglamento (CE) 1159/2000.

- Entre las buenas prácticas obtenidas en la revisión de la gestión, publicitaria e informativa, de los proyectos cofinanciados por el POIA se han señalado posibles mejoras en los ámbitos de:

  - Control
  - Gestión
  - Eficacia de las actuaciones, en términos de transparencia y concienciación pública.

- Cada vez son más numerosos los gestores que no sólo atienden a los requisitos de información y publicidad asociados a los fondos europeos, sino que se hacen eco de los objetivos de homogeneización y comunicación que pretende la normativa. De esta forma, algunos de ellos han creado sus **propios manuales** de información y publicidad, otros han hecho **resoluciones con los criterios y formatos** que han de utilizar los beneficiarios e incluso, otros **proporcionan las placas**, etc. que han de utilizar los distintos beneficiarios, para publicitar las ayudas que reciben.

- Las medidas de control y seguimiento desempeñadas por algunos de los gestores, por propia iniciativa, contribuyen de forma indudable a incrementar la eficacia de las actuaciones de publicidad. La generalización de su uso al resto de Direcciones Generales resultaría muy conveniente.