

**INFORME DE EVALUACIÓN E INFORME
DE BUENAS PRÁCTICAS DEL PLAN DE
INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD DE LOS
PROGRAMAS INTERREG IIIA
ESPAÑA-PORTUGAL Y ESPAÑA-MARRUECOS**

**SUBPROGRAMA ANDALUCÍA - ALGARVE - ALENTEJO
SUBPROGRAMA ANDALUCÍA - NORTE DE MARRUECOS**

EVALUACIÓN DEL PLAN DE INFORMACIÓN
Y PUBLICIDAD DE LOS PROGRAMAS
INTERREG IIIA
ESPAÑA-PORTUGAL Y ESPAÑA-MARRUECOS

INFORME DE BUENAS PRÁCTICAS, EN
MATERIA DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD,
DEL PLAN DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD
DE LOS PROGRAMAS INTERREG III A
ESPAÑA-PORTUGAL Y ESPAÑA-MARRUECOS

SUBPROGRAMA ANDALUCÍA - ALGARVE - ALENTEJO

SUBPROGRAMA ANDALUCÍA - NORTE DE MARRUECOS



Unión Europea

SEPTIEMBRE 2006

© Consejería de Economía y Hacienda 2007.
Junta de Andalucía

Dirección: Dirección General de Fondos Europeos.

Elaboración: Quasar Consultores

Edita: Servicio de Estudios y Publicaciones

Maquetación e Impresión: RC Impresores, S.C.A.

ISBN: 978-84-8195-289-6

Depósito Legal: SE-1819-2007

Impreso en Sevilla. España

EVALUACIÓN DEL PLAN DE INFORMACIÓN
Y PUBLICIDAD DE LOS PROGRAMAS
INTERREG IIIA
ESPAÑA-PORTUGAL Y ESPAÑA-MARRUECOS

ÍNDICE DE CONTENIDOS

0. INTRODUCCIÓN	13
1. METODOLOGÍA.....	17
1.1. <i>Contenido de cada una de las etapas del proceso de evaluación</i>	18
2. EL PLAN DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD INTERREG III A ESPAÑA-PORTUGAL, ESPAÑA-MARRUECOS.	29
2.1. <i>Descripción: Aprobación, articulación, objetivos, instrumentos utilizados.....</i>	29
2.2. <i>Actuaciones: Continuas y específicas.....</i>	33
2.2.1. <i>Acciones continuas</i>	33
2.2.2. <i>Acciones específicas.</i>	37
2.3. <i>Cronograma</i>	47
2.4. <i>Recursos financieros utilizados.</i>	48
3. ANÁLISIS DEL CUMPLIMIENTO DE LA NORMATIVA INFORMATIVA Y PUBLICITARIA	49
3.1. <i>Cumplimiento de la normativa comunitaria por parte de los órganos gestores y los beneficiarios de las ayudas cofinanciadas</i>	49
3.1.1. <i>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.....</i>	49
3.1.2. <i>Fase de licitación</i>	51
3.1.3. <i>Fase de ejecución</i>	62
3.1.4. <i>Tras la realización del proyecto.....</i>	73
3.2. <i>Desarrollo de instrumentos y actividades de iniciativa propia.....</i>	75
3.3. <i>Control y seguimiento de las actuaciones de información y publicidad realizadas</i>	78
3.4. <i>Orientaciones normativas, en materia de información y publicidad, para el próximo periodo de programación 2007-2013</i>	81
4. ALCANCE DE LAS ACTUACIONES INFORMATIVAS Y PUBLICITARIAS EN CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS ESPECÍFICOS COMUNITARIOS	87
4.1. <i>Valoración de las actuaciones informativas y publicitarias realizadas en términos de Transparencia</i>	87
4.2. <i>Valoración de las actuaciones informativas y publicitarias realizadas en términos de concienciación de la opinión pública</i>	90
4.2.1. <i>Caso particular del Programa INTERREG III A España-Portugal</i>	92
4.2.2. <i>Caso particular del Programa INTERREG III A España-Marruecos</i>	95
4.3. <i>Alcance de las Actuaciones de Información y Publicidad: Indicadores de medición</i>	98



5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	103
5.1. <i>Conclusiones y Recomendaciones sobre el diseño y la aplicación del Plan de Información y Publicidad de los INTERREG III A España-Portugal y España-Marruecos.....</i>	103
5.2. <i>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 de los INTERREG III A en Andalucía.....</i>	105
5.3. <i>Conclusiones y Recomendaciones sobre el impacto de las actuaciones informativas y publicitarias realizadas.....</i>	111
5.4. <i>Conclusiones y Recomendaciones para mejorar la eficacia de los Planes de Información y Publicidad para el próximo período</i>	112
ANEXO I: CHEK-LIST	115
ANEXO II: CUESTIONARIO A GESTORES.....	119
<i>Grado de Conocimiento y Utilidad de las Obligaciones en materia de Información y Publicidad</i>	119
<i>Instrumentación: Aplicación Operativa y Seguimiento.....</i>	120
<i>Evaluación del Plan de Información y Publicidad del INTERREG III A</i>	
<i>Valoración del Impacto</i>	124
ANEXO III: CUESTIONARIO A LA OPINIÓN PÚBLICA.....	127
<i>INTERREG III A España-Portugal.....</i>	127
<i>INTERREG III A España-Marruecos.....</i>	130

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.	Principales objetivos del Plan de Información y Publicidad de los Programas INTERREG III A España-Portugal y España-Marruecos.....	13
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	19
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	22
Tabla 4.	Representatividad de la muestra de proyectos seleccionada.....	23
Tabla 5.	Relación de proyectos seleccionados del PIC INTERREG IIIA España-Marruecos.....	24
Tabla 6:	Relación de proyectos seleccionados del PIC INTERREG IIIA España-Portugal.....	24
Tabla 7.	Normativa Comunitaria en relación a la Información y Publicidad.....	29
Tabla 8.	Líneas principales del Plan de Información y Publicidad INTERREG III A de los Programas España-Portugal y España-Marruecos en actuaciones competencia de la Junta de Andalucía	32
Tabla 9.	Alternativas encontradas para especificar la cofinanciación europea de las ayudas en la fase de licitación	54
Tabla 10.	Muestra de páginas web de los proyectos seleccionados en la muestra	56
Tabla 11.	Ejemplo de mailing como instrumento en la oferta de las ayudas	58
Tabla 12.	Edición de trípticos y folletos.....	59
Tabla 13.	Dificultades detectadas con el emblema europeo	61
Tabla 14.	Instrumentos obligatorios en función del tipo de proyecto.....	62
Tabla 15.	Documentación sobre proyectos.....	64



Tabla 16. Material promocional	65
Tabla 17. Material de papelería	66
Tabla 18. Emblema europeo en el INTERREG III A España-Marruecos	68
Tabla 19. Ejemplos de vallas informativas	70
Tabla 20. Actos públicos	71
Tabla 21. Asistencia de cargos públicos a inauguraciones	72
Tabla 22. Anuncios en prensa.....	73
Tabla 23. Ejemplos de colocación de placas.....	74
Tabla 24. Material promocional tras la finalización de los proyectos	75
Tabla 25. Muestra de algunas de las acciones de publicidad, de iniciativa propia, elaboradas por los gestores de los Programas	76
Tabla 26. Documentos de control y seguimiento	80
Tabla 27. Porcentaje de ciudadanos que se considera mejor o peor informados sobre aspectos relacionados con el INTERREG III A España-Portugal	95
Tabla 28. Porcentaje de ciudadanos que se considera mejor o peor informados sobre los aspectos relacionados con el INTERREG III A España-Marruecos	97
Tabla 29. Indicadores de Efectividad de los Indicadores de medición propuestos por la Guía Práctica sobre la Comunicación de los Fondos Estructurales, 2000-2006	98
Tabla 30. Indicadores definidos para la medición de los principales objetivos perseguidos en el Plan de Información y Comunicación de los INTERREG España-Portugal y España-Marruecos	99
Tabla 31. Valoración de la efectividad y calidad del Plan de los INTERREG III A España-Portugal y España-Marruecos en función de los indicadores de medición diseñados	102

ÍNDICE DE ESQUEMAS

Esquema 1. Objetivos generales de la Evaluación	14
Esquema 2. Etapas de la metodología de evaluación	18
Esquema 3. Principales aspectos analizados a través del Check-list.....	20
Esquema 4. Ámbitos de análisis en la aplicación operativa y seguimiento de las acciones publicitarias e informativas.....	27
Esquema 5. Elementos del Plan de Actividades de Publicidad.....	30
Esquema 6. Estrategias en política de Información y Publicidad.....	31
Esquema 7. Indicadores de calidad de la web de la DGFE.....	42
Esquema 8. Cambios en la normativa europea sobre publicidad para el próximo período	85
Esquema 9. Principales objetivos de la Encuesta a la opinión pública	92
Esquema 10. Niveles de control.....	110

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Alcance de las medidas informativas y publicitarias realizadas, de acuerdo con la opinión de los gestores entrevistados	88
Gráfico 2. Valoración de los gestores del grado de repercusión de los distintos instrumentos informativos y publicitarios empleados, según el proyecto.....	89
Gráfico 3. Alcance de las actuaciones sobre beneficiarios potenciales y población andaluza, de acuerdo con la opinión de los gestores entrevistados	90
Gráfico 4. Nivel de conocimiento de la población encuestada de los ámbitos en los que invierte la Unión Europea en Andalucía y en cooperación con la zona del Algarve-Alentejo portugués	93
Gráfico 5. De qué modo han tenido conocimiento los ciudadanos de proyectos concretos cofinanciados con fondos europeos	94
Gráfico 6. Conocimiento diferenciado de la población encuestada sobre los ámbitos en los que invierte la Unión Europea en Andalucía y en cooperación con la zona del Norte de Marruecos	96
Gráfico 7. De qué modo han tenido conocimiento los ciudadanos que la UE invierte en la región en proyectos concretos cofinanciados con fondos europeos.....	96

0. INTRODUCCIÓN

De acuerdo con lo establecido en la normativa comunitaria, el *Plan de Información y Publicidad de los Programas INTERREG III A España-Portugal y España-Marruecos en actuaciones competencia de la Junta de Andalucía* precisa ser evaluado, con el objetivo de comprobar el cumplimiento de la legislación de la Unión Europea al respecto, así como su grado de aplicación y su eficacia.

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*- específico 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.

En esta evaluación se comprobará el cumplimiento de los principales objetivos del Plan de Información y Publicidad, que se encuentran recogidos en la Tabla 1.

Tabla 1. Principales objetivos del Plan de Información y Publicidad de los Programas INTERREG III A España-Portugal y España-Marruecos.

OBJETIVOS DEL PLAN DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD
Dar a conocer el Programa INTERREG III A y la cooperación transfronteriza Andalucía-Algarve-Alentejo y Andalucía-Norte de Marruecos.
Fomentar la cooperación económico-social.
Garantizar la transparencia del Programa y la correcta utilización de las disponibilidades financieras.
Sensibilizar a la Opinión Pública sobre la importancia de la cooperación transfronteriza.

La normativa de la Unión Europea, de cara a las actuaciones cofinanciadas por fondos comunitarios para el nuevo periodo de programación 2007-2013, pone un mayor acento en materia de información y publicidad que la correspondiente al periodo anterior. Esto responde al principio de transparencia perseguido por la Comisión Europea.

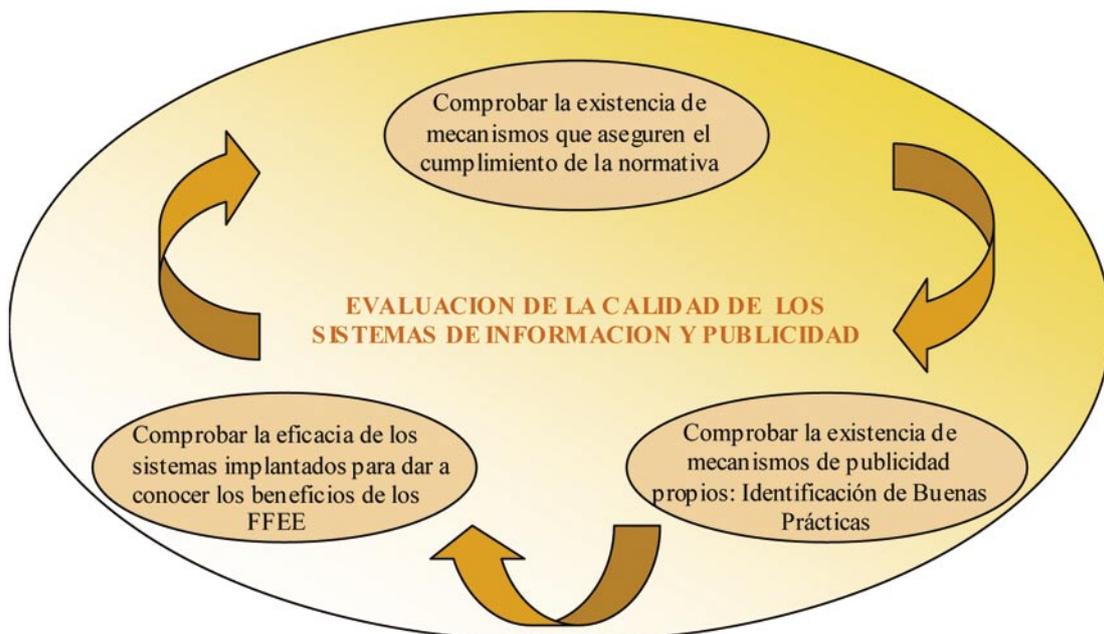
En este sentido, se pretende intensificar las acciones desarrolladas en este ámbito y dotarlas de mayor efectividad. En el artículo 68 del Capítulo III *“Información y Publicidad”* de la *Propuesta del Reglamento del Consejo por el que se establecen las disposiciones generales relativas al FEDER, FSE 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, esta institución europea adoptará una postura más exigente, de carácter sancionador, de cara al cumplimiento de la legislación relativa a este asunto, por lo que es conveniente enfatizar en la correcta aplicación y apropiado cumplimiento de la reglamentación.

La **Evaluación del Plan de Información y Publicidad de los Programas INTERREG III A España-Portugal y España-Marruecos en actuaciones competencia de la Junta de Andalucía** presenta tres objetivos principales (Esquema 1).

De esta forma, los objetivos que este trabajo persigue son 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 generadores se desglosan en los siguientes objetivos, más concretos:

- ✓ Comprobación de la calidad de las medidas adoptadas en la aplicación del Plan de Información y Publicidad.
- ✓ Apreciación del grado de cumplimiento de la normativa vigente en materia de información y publicidad, por los órganos gestores y el órgano intermedio de los Programas de Iniciativa Comunitaria INTERREG III A España-Portugal y España-Marruecos.



- ✓ Estudio del nivel de conocimiento, tanto de los Programas INTERREG III A España-Marruecos y España-Portugal, como de las actuaciones cofinanciadas por estos Programas, por parte de los órganos gestores, los potenciales beneficiarios de las ayudas y la opinión pública.
- ✓ Análisis del grado de cumplimiento del Plan de Información y Publicidad por los responsables de su ejecución.
- ✓ Identificación de aquellos casos que puedan considerarse como buenas prácticas en la materia tratada.

Los resultados conseguidos con la Evaluación permitirán por consiguiente por un lado, valorar 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. Esto proporcionará una serie de conclusiones que servirán para intensificar o modificar, en caso de así precisarlo, las actuaciones que se están llevando a cabo, en virtud de su mayor o menor impacto.

De este modo, la realización de una selección de buenas prácticas resultará esencial de cara a la definición de instrumentos de información y publicidad más eficaces.

1. METODOLOGÍA

El objetivo de dar a conocer las prioridades de la Política Regional Europea y la contribución de la Unión Europea al progreso económico y social de las regiones a la población pública europea implica el cumplimiento, por parte de los Estados miembros, de una serie de requisitos en materia de información y publicidad.

Por ello, sería conveniente valorar cuantitativamente los siguientes aspectos:

- ✓ El grado de repercusión de los distintos medios informativos y/o publicitarios utilizados –página Web, trípticos, medios de comunicación, vallas, medios propios, carteles, actividades informativas, etc.-. Para ello, la opinión de los Gestores de los Proyectos resulta determinante.
- ✓ El impacto que las actuaciones informativas y publicitarias producen sobre los ciudadanos andaluces.

La metodología de evaluación para llevar a cabo esta evaluación diferencia tres grandes etapas (Esquema 2):

- ✓ **Primera etapa**, en la que se analiza la normativa existente en materia de información y publicidad para las actuaciones cofinanciadas por fondos europeos. De este modo, podrán ser diseñadas herramientas específicas de evaluación, con el fin de 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.
- ✓ **Segunda etapa**, en la que se realiza una selección previa de una muestra representativa de proyectos del Programa a analizar. A continuación se cumplimentan los cuestionarios, previamente diseñados, mediante entrevista a los gestores de dichos proyectos, así como a través de una encuesta realizada a una muestra de la ciudadanía andaluza.
- ✓ **Tercera etapa**, en la que se examina la documentación recopilada, lo que posibilita, tanto el análisis de la efectividad y calidad de las actuaciones informativas y publicitarias -desarrolladas por los órganos correspondientes-, como la puesta en relieve de interesantes y útiles conclusiones y recomendaciones para el próximo periodo de programación. En este sentido, las buenas prácticas seleccionadas servirán de ejemplo para el futuro (véase informe complementario).

Esquema 2. Etapas de la metodología de evaluación.



Fuente: Elaboración propia

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

➤ Estudio de documentación y diseño de herramientas:

El estudio de la normativa, tanto comunitaria como nacional, sobre las acciones de información y publicidad llevadas a cabo en el ámbito de los Programas de Iniciativa Comunitaria INTERREG, resulta un paso esencial para la evaluación del Plan de Información y Publicidad correspondiente a estos Programas.

En la Tabla 2 se presenta una relación del material legislativo de aplicación. Asimismo, es importante conocer las indicaciones propias de la DG de Comunicación Social, de la Consejería de Presidencia de la Junta de Andalucía.

La etapa previa de esta evaluación comprende el análisis del Plan de Información y Publicidad diseñado por la Junta de Andalucía, que sienta las bases a seguir por las acciones llevadas a cabo en este ámbito.

Asimismo, para evaluar el cumplimiento de la normativa referente a las acciones de información y publicidad, se ha realizado un **check-list, o lista de verificación** (anexo I), cuya cumplimentación ha permitido obtener una valoración general sobre la puesta en práctica de la legislación correspondiente. Este documento cubre las diferentes etapas en la vida de los diferentes proyectos que, tal y como se observa en el Esquema 3, comprende las etapas de licitación, ejecución y finalización.

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	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 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	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 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).
DOCUMENTACIÓN DE LOS PIC INTERREG ESPAÑA-MARRUECOS, ESPAÑA-PORTUGAL	
PLAN DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Plan de Información y Publicidad INTERREG IIIA España-Marruecos y España-Portugal, en actuaciones competencia de la Junta de Andalucía.
GUÍA PRÁCTICA	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Manual de Información y Publicidad de Fondos Europeos en las actuaciones cofinanciadas en la Junta de Andalucía.
PROGRAMAS DE INICIATIVA COMUNITARIA	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Programa de Iniciativa Comunitaria INTERREG IIIA España-Marruecos, 2000-2006. ✓ Programa de Iniciativa Comunitaria INTERREG IIIA España-Portugal, 2000-2006.
EVALUACIONES INTERMEDIAS	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Evaluación Intermedia del Programa de Iniciativa Comunitaria INTERREG IIIA España-Marruecos, 2000-2006. ✓ Evaluación Intermedia del Programa de Iniciativa Comunitaria INTERREG IIIA España-Portugal, 2000-2006.
INFORMES DE EJECUCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Informes anuales de ejecución de los dos Programas de Iniciativa Comunitaria.

Fuente: Elaboración propia

La etapa previa de esta evaluación comprende el análisis del Plan de Información y Publicidad diseñado por la Junta de Andalucía, que sienta las bases a seguir por las acciones llevadas a cabo en este ámbito.

Asimismo, para evaluar el cumplimiento de la normativa referente a las acciones de información y publicidad, se ha realizado un **check-list, o lista de verificación** (anexo I), cuya cumplimentación ha permitido obtener una valoración general sobre la puesta en práctica de la legislación correspondiente. Este documento cubre las diferentes etapas en la vida de los diferentes proyectos que, tal y como se observa en el Esquema 3, comprende las etapas de licitación, ejecución y finalización.

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



Fuente: Elaboración propia

En la valoración de la **fase de licitación**, se tendrá en cuenta la publicación, cuando corresponda, del procedimiento de licitación en los diferentes diarios oficiales (DOUE, BOE y BOJA) y se prestará especial atención a la mención expresa a la cofinanciación comunitaria en los anuncios de licitación, contratos, pliegos administrativos, convenio y formularios de solicitud de ayudas, así como la aparición del Fondo correspondiente y el porcentaje de cofinanciación. Asimismo, se comprobará la puesta en marcha de una política de comunicación lo más amplia posible, que incluya la difusión de esta fase en los medios de comunicación y la página web y la información a través de los órganos intermedios.

Durante la **fase de ejecución** se valorará el cumplimiento de la normativa que rige la cofinanciación de la Unión Europea de las diferentes intervenciones, referente a las resoluciones de adjudicación, elementos obligatorios de publicidad, campañas publicitarias, material informativo y control por parte de los órganos gestores del cumplimiento de la legislación en este ámbito.

Por último, se analizará la considerada como **fase de finalización** del proyecto, con el fin de valorar la difusión de las acciones llevadas a cabo una vez terminado el proyecto, tanto para los beneficiarios finales, como para el público en general, que se realiza mediante acciones publicitarias (anuncios en los medios de comunicación, material divulgativo, etc). En el caso de obras de infraestructuras, un elemento esencial a valorar es el relativo a la instalación obligatoria de placas conmemorativas, una vez transcurridos seis meses desde la finalización de los trabajos de construcción y/o acondicionamiento.

Tanto los ejemplos a seguir, como los errores más frecuentes serán presentados de forma gráfica, con el fin de alcanzar la mayor claridad posible.

Las iniciativas propias en materia de información y publicidad llevadas a cabo por los diferentes gestores y no contempladas, por tanto, en la normativa, serán asimismo analizadas, y podrán ser propuestas como buenas prácticas a seguir en base a su eficacia como mecanismos de promoción, tanto de los proyectos, como de los resultados conseguidos.

Otras herramientas empleadas en la elaboración de esta evaluación son dos **questionarios** (anexo II y III), que proporcionarán información sobre el cumplimiento de la normativa, y que servirá de base para la proposición de recomendaciones de cara a adoptar mejoras para el nuevo periodo de programación, 2007-2013:

- ✓ Un *questionario destinado a los **gestores** de las actuaciones* en cuestión en materia de información y publicidad, que servirá para valorar su conocimiento de la normativa de aplicación y el cumplimiento de la misma. Este instrumento permite recoger las observaciones realizadas por los órganos gestores.
- ✓ Un *questionario destinado a la **ciudadanía andaluza***, que servirá para conocer el impacto de las actuaciones de publicidad llevadas a cabo en el ámbito de los las Iniciativas Comunitarias INTERREG España-Marruecos y España-Portugal en la región andaluza.

Estos procedimientos proporcionarán información que servirá para valorar la eficacia del *proceso efectivo* y *afectivo*, respectivamente, del Plan de Información y Publicidad de los Programas de Iniciativa Comunitaria INTERREG España-Marruecos y España-Portugal realizado por la Junta de Andalucía.

Y para terminar, otro de los instrumentos utilizados para evaluar el impacto de las acciones llevadas a cabo en el marco del Plan de Información y Publicidad construyen los Indicadores de Efectividad que han sido definidos siguiendo las orientaciones proporcionadas por la Comisión Europea en la Guía Práctica de Evaluación, y que se relacionan en la 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	<ul style="list-style-type: none">✓ 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	<ul style="list-style-type: none">✓ Métodos de información y publicidad empleados<ul style="list-style-type: none">• Cambios en términos de transparencia y concienciación• Cambios en términos de resultados producidos por las medidas e instrumentos
Indicadores de mejora	<ul style="list-style-type: none">✓ Mejoría efectiva de los instrumentos/métodos utilizados por el Plan en relación con los inicialmente planificados
Indicadores presupuestarios	<ul style="list-style-type: none">✓ Evaluación de los recursos financieros utilizados para la puesta en práctica de las acciones publicitarias e informativas

Fuente: Elaboración propia

➤ Trabajo de campo:

El trabajo de campo realizado resulta de gran importancia para la elaboración del presente estudio, y distingue entre dos tipos de acciones:

- ✓ Entrevistas a los gestores.
- ✓ Encuestas a la opinión pública andaluza.

Las entrevistas a los gestores han resultado un elemento esencial para el conocimiento de las actuaciones prácticas que se realizan en este área para las actuaciones cofinanciadas por la UE. Asimismo, ha permitido conocer las debilidades del Plan de Información y Publicidad elaborado por la Junta de Andalucía, lo que ha posibilitado definir una serie de recomendaciones.

Por su parte, la encuesta a la opinión pública andaluza ha permitido conocer el alcance real de las actuaciones llevadas a cabo, a través de la percepción del nivel de concienciación real de la población y, por tanto, la efectividad de las medidas puestas en práctica.

A. Entrevistas a gestores de los PIC INTERREG España-Marruecos y España-Portugal en Andalucía: Selección de proyectos

Tomando como base su experiencia en evaluaciones de esta naturaleza, el equipo responsable del estudio ha seguido una serie de criterios para realizar la selección de la muestra

de proyectos de los Programas INTERREG IIIA España-Marruecos y España-Portugal. Los aspectos considerados han sido los siguientes:

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

La representatividad de la muestra se ha efectuado sobre el total de proyectos de los dos Programas INTERREG en los que participa la Junta 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	EJES		MEDIDAS		CUANTÍA CERTIFICADA	
PIC INTERREG IIIA España -Marruecos	3	4	4	9	10.908.424	39.186.332
PIC INTERREG IIIA España-Portugal	4	5	5	14	4.515.081	27.019.552

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 reuniones con los órganos gestores de la Junta de Andalucía, así como con algunos de los beneficiarios de los proyectos, como por en el proyecto “Turismo Sostenible en las Riberas del Guadiana”, gestionado por la Consejería de Turismo, Comercio y Deportes.

Los proyectos seleccionados que han sido objeto del análisis aparecen reflejados en la Tabla 5 y Tabla 6:

Tabla 5. Relación de proyectos seleccionados del PIC INTERREG IIIA España-Marruecos.

Proyecto	Órgano Gestor	Medida	Fondo	Certificado (J.A)	Certificado (proyecto)
<i>"Parque en la Ribera del Río Guadalporcún"</i>	Consejería de Obras Públicas. DG Urbanismo	1.2	FEDER	167.904	167.904
<i>"Transportes primera fase"</i>	Consejería de Obras Públicas. DG Transportes	1.1	FEDER	2.700.652	2.700.652
<i>"Encuentros de la Sociedad Civil de Ambas Orillas"</i>	Consejería de Presidencia. Agencia de Cooperación Exterior	4.1	FEDER	166.591	166.591
<i>"Observatorio de las Migraciones en el Estrecho y Prevención"</i>	Consejería de Gobernación. DG Coordinación de Políticas Migratorias	4.1	FEDER	574.478	574.478
<i>"Desarrollo Económico y Enriquecimiento Cultural con Perspectiva de Género"</i>	Instituto Andaluz de la Mujer. Servicio de Formación y Empleo	3.1	FEDER	905.455	905.455

Fuente: Elaboración propia

Tabla 6: Relación de proyectos seleccionados del PIC INTERREG IIIA España-Portugal.

Proyecto	Órgano Gestor	Medida	Fondo	Certificado (JA)	Certificado (proyecto)
<i>"Tecnología y Espacios Productivos"</i>	Consejería de Innovación. IDEA	3.1	FEDER	1.549.940	1.549.940
<i>"Acondicionamiento del Eje de Comunicación Transfronterizo Andévalo Bajo- Carretera A499 y Pasos Transversales"</i>	Consejería de Obras Públicas y Transportes DG Carreteras	1.1	FEDER	8.168.317	8.168.317
<i>"Turismo Sostenible en la riberas del Guadiana"</i>	Consejería de Turismo, Comercio y Deportes. DG Planificación y Ordenación Turística	2.4	FEDER	649.090	852.101
<i>"Promoción Empresarial del Sudoeste de Europa"</i>	Consejería de Turismo, Comercio y Deportes. EXTENDA	3.3	FEDER	150.215	272.775
<i>"Programa Para la Atención e Inclusión Social de Personas Excluidas o en Riesgo de Exclusión"</i>	Consejería de Igualdad y Bienestar Social. DG Bienestar Social	4.1	FEDER	390.862	779.421

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.

Los criterios utilizados para seleccionar la muestra de población andaluza que servirá de base para valorar el impacto de las medidas de información y publicidad realizadas en la región son los siguientes:

- ✓ Peso financiero de los Programas,
- ✓ NUTS III fronterizos (Málaga y Huelva),
- ✓ Población de estas provincias.

El equipo evaluador decidió realizar la encuesta correspondiente al PIC INTERREG IIIA España-Marruecos en la ciudad de Málaga, al ser ésta la provincia fronteriza de mayor población, y la correspondiente PIC INTERREG IIIA España-Portugal en la ciudad de Huelva, al ser ésta la única provincia rayana con Portugal.

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 para el PIC INTERREG España-Marruecos.

Universo: Población residente en Andalucía
Fecha de recogida: Del 12 al 16 de junio de 2006
Lugar de encuestación: Málaga
Método de recogida: Encuestas personales a pie de calle
Tamaño de la muestra: 60 encuestas válidas
Significatividad: 0,9%
Margen de error: 0,0475
Cuestionario: Véase anexo III

Ficha técnica de la encuesta para el PIC INTERREG España-Portugal.

Universo: Población residente en Andalucía
Fecha de recogida: Del 5 al 9 de junio de 2006
Lugar de encuestación: Huelva
Método de recogida: Encuestas personales a pie de calle
Tamaño de la muestra: 50 encuestas válidas
Significatividad: 0,9%
Margen de error: 0,0475
Cuestionario: Véase anexo III

➤ **Análisis y elaboración de documentos finales.**

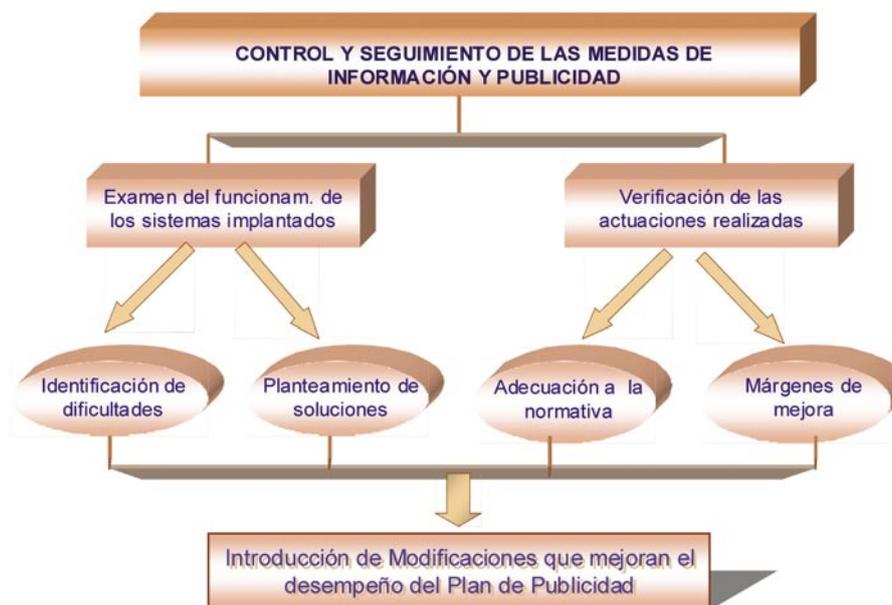
Una vez realizados los pasos anteriores, la información obtenida servirá de base para la creación del Informe de Evaluación que, de acuerdo con la metodología determinada, tendrá como objetivo prioritario analizar la eficacia de las medidas –**continuas y específicas**– adoptadas en el marco del *Plan de Información y Publicidad INTERREG IIIA España-Portugal y España- Marruecos en actuaciones competencia de la Junta de Andalucía*.

En concreto, el Informe presentará los resultados obtenidos en el estudio del cumplimiento de la normativa en referencia a los aspectos señalados a continuación:

- ✓ 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 cumplimiento de los objetivos de los Fondos Estructurales.
- ✓ La mejora de la transparencia de los flujos de información.

El Informe permitirá adoptar una serie de **conclusiones** y **recomendaciones** o **propuestas de mejora**, que tendrán como finalidad mejorar las actuaciones llevadas a la práctica de cara al nuevo periodo de programación, según la estructura indicada en el Esquema 4

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



Fuente: Elaboración propia

Además del Informe de Evaluación, se realizarán un **Informe de Buenas Prácticas** –que destacará las actuaciones específicas y los proyectos cuyos resultados sean excepcionales, tanto por su calidad, como por los resultados obtenidos en materia de publicidad- y un **Catálogo de Proyectos** (muestra del banco de imágenes), documentos que complementarán el trabajo realizado.

2. EL PLAN DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD

INTERREG III A ESPAÑA-PORTUGAL, ESPAÑA-MARRUECOS.

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

La creación del *Plan de Información y Publicidad INTERREG III A para los Programas Operativos España-Portugal y España-Marruecos en actuaciones competencia de la Junta de Andalucía* responde al propósito, establecido por la normativa comunitaria (Tabla 7), de dar mayor notoriedad a las acciones de la Unión Europea desarrolladas en los diferentes Estados miembros.

Tabla 7: 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.*

El *Reglamento 1159/2000, de 30 de mayo de 2000*, establece una serie de elementos que deben estar contenidos en dicho Plan (Esquema 5).

Los Destinatarios a los que va dirigido el *Plan de Información y Publicidad INTERREG III A, de los Programas España-Portugal y España-Marruecos* son los siguientes:

- ✓ Beneficiarios potenciales y finales.
- ✓ Autoridades.
- ✓ Organismos profesionales y agentes económicos.
- ✓ Promotores de proyectos.

Esquema 5: Elementos del Plan de Actividades de Publicidad.



Fuente: Elaboración propia.

- ✓ ONG's, Organismos de promoción de la igualdad de género, organismos relacionados con la integración social e institucional, empresas, entidades e instituciones relacionadas con la ordenación y el desarrollo rural transfronterizo.
- ✓ Opinión pública.

Asimismo, el Plan de Información y Publicidad contiene cuatro **objetivos específicos**:

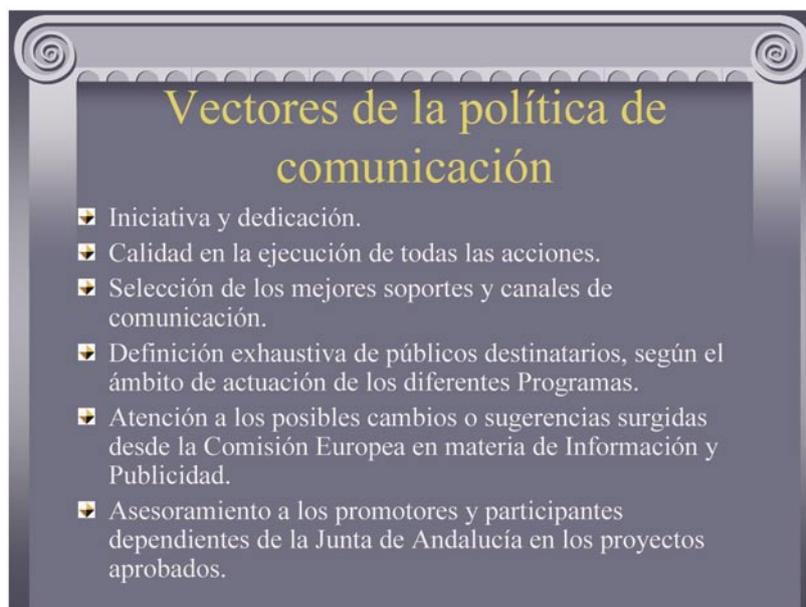
- 1) Dar a conocer el Programa INTERREG III A y la cooperación transfronteriza Andalucía-Algarve-Alentejo y Andalucía-Norte de Marruecos.
- 2) Fomentar la cooperación económico-social.
- 3) Garantizar la transparencia del Programa y la correcta utilización de las disponibilidades financieras.
- 4) Sensibilizar a la Opinión Pública sobre la importancia de la cooperación transfronteriza.

La obligación de cumplimiento de estas disposiciones se extiende a todos los órganos gestores y beneficiarios finales, así como a la propia 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.

Este documento se rige por una serie de características estratégicas que marcan las actuaciones en materia de Información y Publicidad (Esquema 6):

Esquema 6: Estrategias en política de Información y Publicidad.



Fuente: Elaboración propia.

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 (Tabla 8). Asimismo, se articula en torno a cuatro estrategias de acción:

- ✓ Publicación/divulgación del contenido de las intervenciones y comunicación a los solicitantes interesados, poniendo especial énfasis en la participación de los Programas INTERREG III A.
- ✓ Mantenimiento de una comunicación constante y fluida con los organismos gestores de los programas INTERREG III A de la región (autoridades regionales, locales, agentes etc. 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 Programas INTERREG III A.
- ✓ Información directa a los ciudadanos.

Tabla 8: Líneas principales del Plan de Información y Publicidad INTERREG III A de los Programas España-Portugal y España-Marruecos en actuaciones competencia de la Junta de Andalucía.

Objetivos / Destinatario	Estrategia	Acciones
<p>Informar a beneficiarios potenciales y finales y al resto de autoridades y organizaciones implicadas (<i>actores</i>) de las posibilidades ofertadas por la Unión Europea a través de estos Programas INTERREG.</p>	<p>Publicación/divulgación del contenido de las intervenciones y comunicación a los solicitantes interesados, poniendo especial énfasis en la participación de los Programas INTERREG III A</p> <p>Mantenimiento de una comunicación constante y fluida con los organismos gestores de los programas INTERREG III A de la región (autoridades regionales, locales, agentes etc. y sociales, etc.) y de un asesoramiento continuo sobre el desarrollo de las intervenciones</p> <p>Organización de actividades de información relacionadas con la gestión, seguimiento y la evaluación de las intervenciones de los Programas INTERREG III A</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 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 documentos descriptivos de los Programas INTERREG España-Portugal y España-Marruecos y publicaciones sobre la ejecución de los mismos. - 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) para los Directores de Comunicación, Técnicos en publicidad de la Administración y beneficiarios. - Elaboración de epígrafe específico sobre actuaciones de Información y Publicidad en el Informe Anual de Ejecución. - Dossier interno de prensa. - Información sobre las actuaciones concretas cofinanciadas por los Programas INTERREG en Andalucía a través de la Revista trimestral "Huella".
<p>Informar a la opinión pública andaluza (<i>espectadores</i>) sobre el papel que desempeñan los Fondos Estructurales en la política de cooperación transfronteriza, así como <i>la forma</i> 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.</p>	<p>Información directa a los ciudadanos</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Servicio de información al ciudadano. Para ello, mejorar la visibilidad y el contenido de los Programas INTERREG en la página 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. - Campaña de Publicidad y "Noticias Estrella". - 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 los Programas INTERREG, así como facilitar información sobre los distintos proyectos cofinanciados llevados a cabo. Por ejemplo, publicación de documentos descriptivos de los Programas INTERREG España-Portugal y España-Marruecos. - Encartes de los trípticos en la prensa andaluza. - Información sobre las actuaciones concretas cofinanciadas por INTERREG en los distintos municipios de la región a través de <i>la Revista trimestral "Huella"</i>.

Fuente: *Elaboración propia a partir del Plan De Información y Publicidad INTERREG III A de los Programas España-Portugal y España-Marruecos.*

2.2. Actuaciones: Continuas y específicas.

El Plan de Información y Publicidad INTERREG III A incluye dos tipos de acciones a poner en práctica por la Dirección General de Fondos Europeos (DGFE), de la Consejería de Economía y Hacienda de la Junta de Andalucía, que son desarrolladas a continuación:

- ✓ Las acciones continuas.
- ✓ Las acciones específicas.

2.2.1. Acciones continuas.

La DGFE desarrolla, de modo continuado, una serie de acciones con el fin de contribuir al cumplimiento de las directrices comunitarias en materia de información y publicidad dentro del ámbito de INTERREG III A.

La contribución de esta Dirección General resulta esencial en la labor de comunicación que la Junta de Andalucía desempeña para las actuaciones encuadradas dentro de estas Iniciativas Comunitarias, tanto por su papel como “coordinador” de los órganos gestores, como por el control que lleva a cabo sobre la puesta en práctica del Plan de Información y Publicidad.

➤ **Asesoramiento a los órganos gestores.**

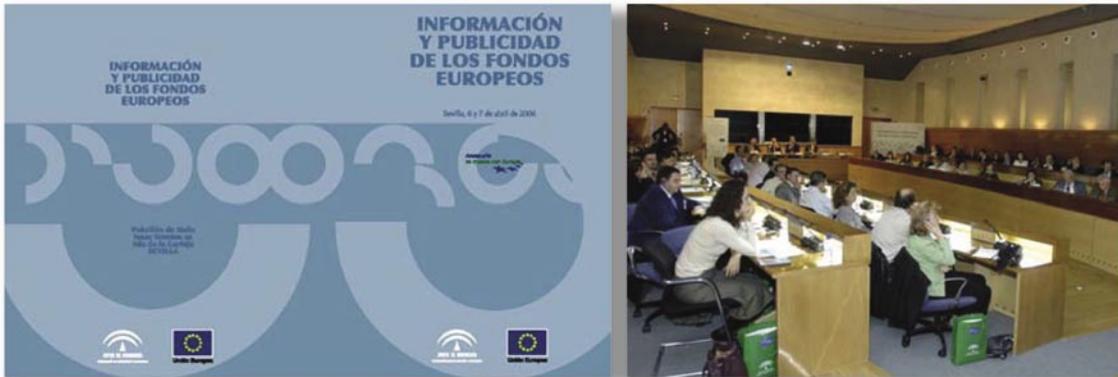
La DGFE lleva a cabo un rol de asesoramiento a los órganos gestores de los Programas INTERREG III A España-Marruecos y España-Portugal.

Esta labor se lleva a cabo, tanto de forma global, como individualizada.

Entre las acciones de asesoramiento colectivo hay que destacar las reuniones celebradas con los órganos gestores o el envío de documentación a través de mailing list, tales como el Plan de Información y Publicidad INTERREG III A o el Manual de Información y Publicidad, elaborados por la Junta de Andalucía,

Entre este tipo de acciones colectivas, 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 de los Programas -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 como 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.

Además de las acciones de orientación colectiva, la DGFE asesora de forma individual a los gestores que requieran asistencia específica en la resolución de dudas, así como en la puesta en práctica de determinadas acciones de información y publicidad, que por su carácter novedoso, precisan de un estudio pormenorizado.

Esta acción de asesoramiento resulta fundamental, puesto que de ella dependerá el correcto cumplimiento de la normativa, así como la mayor concienciación de los gestores sobre la importancia de poner en práctica las medidas contenidas en el Plan de Información y Publicidad y la comprensión del Manual.

➤ ***Seguimiento y comprobación del adecuado cumplimiento de las normas de Información y Publicidad por los distintos Órganos Gestores.***

Otra de las acciones que se realiza es un seguimiento continuado de las actuaciones que los órganos gestores llevan a cabo en materia de información y publicidad.

Con el fin de controlar el cumplimiento de la normativa, la DGFE envía una serie de cuestionarios a los diferentes gestores, para comprobar la compatibilidad de las acciones llevadas a cabo con las políticas comunitarias, entre los que se incluye un formulario específico sobre la política de publicidad (página siguiente).

Cuestionario sobre la compatibilidad con la política comunitaria de publicidad.

JUNTA DE ANDALUCÍA 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) n° 1260/99, del Consejo, de 21.6.1999			MODELO FE02 (I)			
INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD						
MEDIDA	PROGRAMA OPERATIVO					
	INTEGRADO DE ANDALUCÍA					
	FONDO	EJE	MEDIDA	CÓDIGO DE LA MEDIDA		
	FEDER	1	4	AM20010413		
	DENOMINACIÓN DE LA MEDIDA					
APOYO A EMPRESAS DE ECONOMÍA SOCIAL						
INSTRUMENTO DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD	REALIZACIÓN DE ACTUACIONES DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD DE LA PARTICIPACIÓN EUROPEA EN LAS OPERACIONES DE ESTA MEDIDA:					
	sí <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>					
	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 INFORMATIVO	OTROS (ESPECIFICAR)
	→ AM200104130001			X	X	Notificaciones de concesión 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.						

De este modo, la DGFE conoce los instrumentos de publicidad que están siendo empleados en los diferentes proyectos en el ámbito de las iniciativas comunitarias INTERREG III A España-Marruecos y España-Portugal.

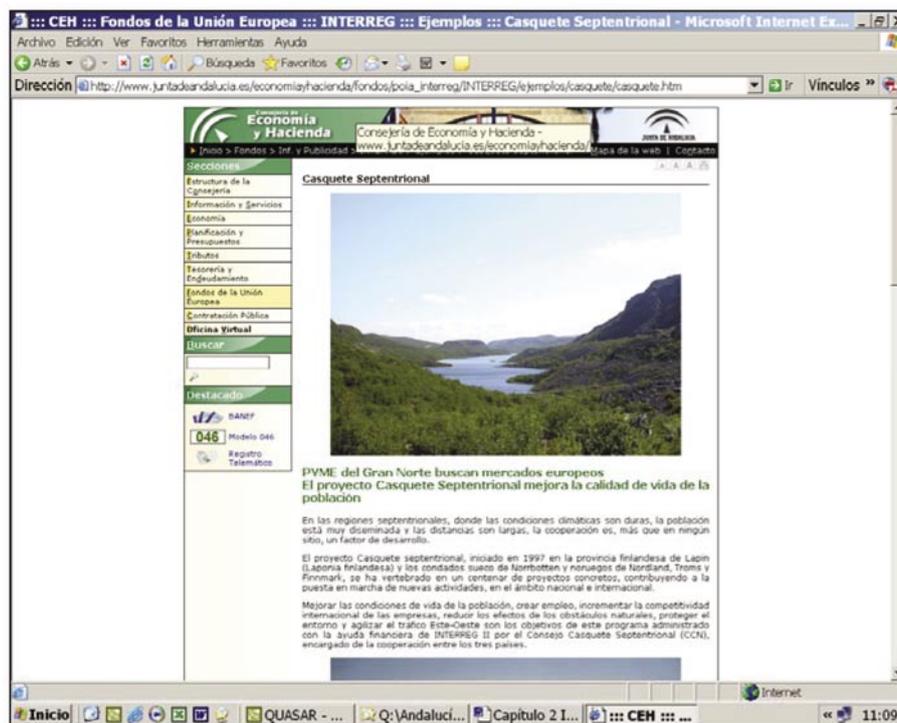
➤ **Base de datos.**

Ha sido creada una base de datos con toda la información relativa a los proyectos INTERREG España-Marruecos y España-Portugal, tanto publicada por los medios de comunicación, como la elaborada por la Junta de Andalucía (seminarios, inauguraciones, gráficos, comentarios sobre los datos, etc.).

La información contenida en ella es actualizada regularmente, de modo que se pueda llevar un seguimiento de las acciones desarrolladas.

Asimismo, una muestra de este material es seleccionada y publicada en la página web de la Consejería de Economía y Hacienda, junto con otros ejemplos de cooperación transfronteriza en Europa.

Base de Datos de la Consejería de Economía y Hacienda.



➤ **Asesoramiento como gabinete de prensa.**

Siempre que sea requerido, la DGFE ejerce la función de gabinete de prensa para los diferentes proyectos de cooperación transfronteriza, mediante el desarrollo de diversas accio-

nes: contacto con los medios de comunicación, elaboración de notas de prensa, reacciones a noticias publicadas en los rotativos, etc.

Set de prensa realizado con ocasión del Subcomité de Gestión del INTERREG España-Portugal, celebrado el 29 de noviembre de 2005.



Para ello, la Junta de Andalucía cuenta con un equipo de profesionales en comunicación que se ocupan de dar la mayor difusión posible a las actuaciones realizadas en la región.

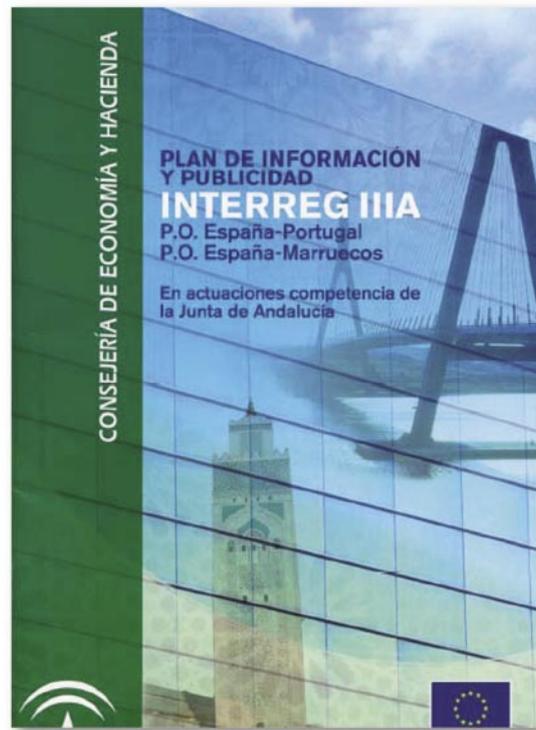
2.2.2. Acciones específicas.

Además de las acciones realizadas de forma continuada, la DGFE lleva a cabo una serie de acciones específicas con el fin de cumplir los objetivos fijados por la Junta de Andalucía en materia de información y publicidad para los programas INTERREG III A España-Marruecos y España-Portugal:

➤ **Desarrollo del Plan de Información y Publicidad.**

Un Plan de Información y Publicidad específico para las iniciativas comunitarias INTERREG III A en las actuaciones competencia de la Junta de Andalucía ha sido creado por esta Dirección General.

Plan de Información y Publicidad INTERREG III A.



Este documento sigue la misma línea que el Plan encaminado al POI de Andalucía, 2000-2006, y contiene las siguientes secciones:

- ✓ Objetivos y destinatarios del Plan,
- ✓ Contenido y estrategia,
- ✓ Programa de trabajo,
- ✓ Cronograma de las acciones.

El Plan, creado en enero de 2005, ha sido distribuido entre los diferentes órganos que gestionan los proyectos de cooperación transfronteriza de la región (autoridades regionales y locales, ONG's, promotores, agentes económicos y sociales, Administración General del Estado y Comisión Europea).

La tirada inicial consta de 2.000 ejemplares.

➤ **Documentos descriptivos.**

La Consejería de Economía y Hacienda ha diseñado sendos documentos descriptivos para los programas INTERREG III A España-Portugal y España-Marruecos.

Estas publicaciones pretenden difundir información sobre estas iniciativas comunitarias, a través de una relación de los Ejes y Medidas de cada uno de los Programas, así como de las actuaciones más destacables.

Documentos descriptivos INTERREG III A.



Estos documentos cumplen una función esencial de concienciación de la importancia de estas actuaciones, tanto para la sociedad, como para los actores implicados, al contener información financiera detallada para los diferentes Ejes y Medidas, así como de los proyectos concretos. De este modo, se da a conocer la contribución de cada una de las Administraciones implicadas (comunitaria, nacional y regional).

El número de ejemplares que han sido publicados ha alcanzado la cifra de 5.000, y han sido distribuidos entre autoridades regionales y locales, interlocutores económicos y sociales, beneficiarios potenciales y finales, ONG's, medios de comunicación y público interesado.

➤ **Informes Anuales de los Comités.**

La Consejería de Economía y Hacienda es responsable de la redacción de los apartados "Información y Publicidad" contenidos en los Informes Anuales de Ejecución de ambos Programas de Iniciativa Comunitaria, en los cuales se detallan las diferentes acciones que se han llevado en esta materia, tanto a nivel global, como en cada uno de los proyectos.

Esto responde a la necesidad de la redacción de estos documentos con ocasión de las reuniones de los Comités de Seguimiento y de los Comités de Gestión.

Además, la DGFE se ocupa de dar difusión ante los medios de comunicación de estas reuniones, apoyándose en material gráfico.

Reunión del Comité de Seguimiento INTERREG III A España-Portugal, en Sevilla, el 24 de abril de 2001.



➤ **Página Web.**

Dentro de la Página Web de la Consejería de Economía y Hacienda, ha sido creado un apartado dirigido, específicamente, a los programas INTERREG, para divulgar los aspectos más importantes de estas actuaciones comunitarias en Andalucía.

La página Web cuenta con los siguientes apartados:

- ✓ INTERREG III A España-Marruecos.

Además de la definición de las Medidas que componen cada uno de ellos, se hace mención a la estructura de gestión del Programa.

- ✓ INTERREG III A España-Portugal.

Contiene una descripción de los Ejes y Medidas, así como la estructura de gestión del Programa España-Portugal y del Subprograma Andalucía-Alentejo-Algarve.

- ✓ Normativa.

En este apartado se recoge la normativa de aplicación en los programas de cooperación transnacional cofinanciados por la Unión Europea.

✓ Manual de Información y Publicidad.

En esta sección se posibilita la descarga del *Manual de Información y Publicidad de Fondos Europeos en las actuaciones cofinanciadas en la Junta de Andalucía*.

Manual de Información y Publicidad (Manual y CD Interactivo)



Esto se completa con las subsecciones de resolución de *Consultas Frecuentes (FAQ)* y *Descarga de Símbolos*, en la que se ofrecen los emblemas a utilizar en las diferentes actuaciones, con el fin de dar cumplimiento a la normativa en materia de información y publicidad.

✓ Publicaciones.

Además de poder acceder a los Documentos Descriptivos España-Portugal y España-Marruecos, así como al Plan de Información y Publicidad INTERREG III A, se recogen todas las revistas *HUELLA-INTERREG*, que han sido publicadas entre julio de 2004 y marzo de 2006.

✓ Plan de Información y Publicidad.

El *Plan de Información y Publicidad INTERREG III A P.O. España-Portugal y P.O. España- Marruecos en las actuaciones competencia de la Junta de Andalucía* es accesible a través de la página Web, dividido en las diferentes secciones que lo componen.

✓ Ejemplos europeos.

Una descripción de diferentes ejemplos de programas de cooperación transnacional permite un conocimiento en profundidad de la tipología de actuaciones que se está llevando a la práctica a lo largo del territorio europeo.

✓ Banco de imágenes.

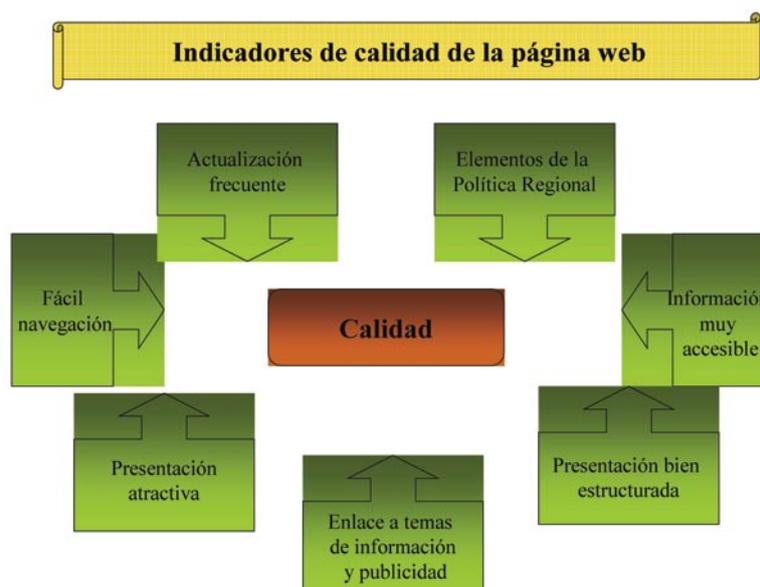
Esta sección es cerrada con un banco de imágenes, que actúa como testimonio gráfico de las diferentes acciones que se están llevando a la práctica en el marco de estos dos Programas.

Banco de imágenes (Web de la Consejería de Economía y Hacienda)



Tomando como base los indicadores de calidad que se muestran en el Esquema 7, el análisis de las características de la página Web permite hacer una valoración altamente positiva de este instrumento.

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



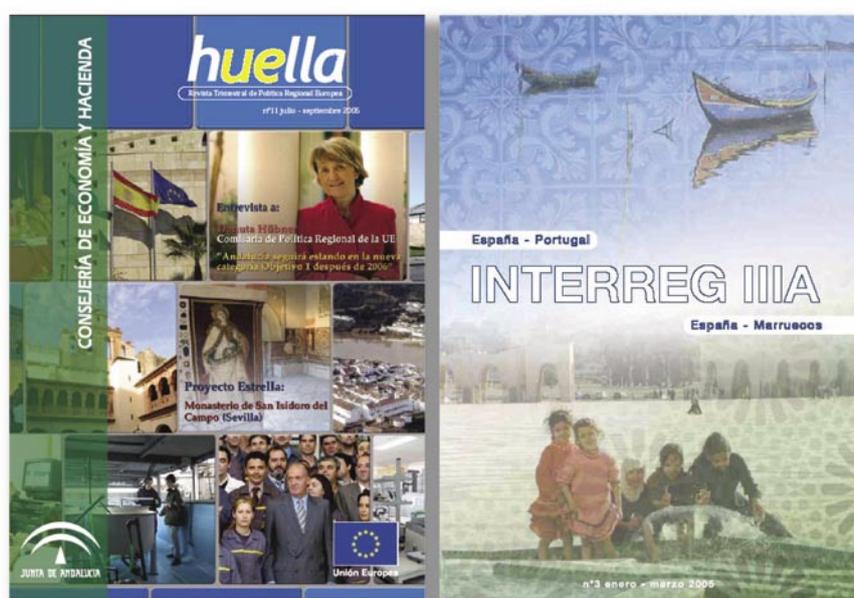
Fuente: Elaboración propia.

➤ **Revista trimestral.**

La DGFE edita la revista trimestral HUELLA, que recoge las actuaciones cofinanciadas por los Fondos Europeos en Andalucía.

A partir de julio de 2004 se incluye en ella un apartado específico de ocho páginas para la cooperación transfronteriza en la región, titulado HUELLA-INTERREG, que responde al éxito de acogida que ha experimentado esta publicación. La distribución y la tirada se han visto incrementadas con la incorporación de esta nueva sección.

De este modo, se pretende dar una mayor visibilidad a las acciones que la Junta de Andalucía realiza conjuntamente con los Gobiernos de Portugal y Marruecos.



La Comisión Europea ha mostrado su reconocimiento a la función que HUELLA desempeña en la difusión de los resultados fruto de las acciones comunitarias.

➤ **Folleto y encartes.**

Con el objetivo de dar a conocer los Programas INTERREG en los que participa la Junta de Andalucía, se han elaborado sendos trípticos correspondientes a los INTERREG III A España-Portugal y España-Marruecos.

Su diseño atractivo y fácil lenguaje los hace accesibles al público en general, llegando, de este modo, a los beneficiarios potenciales.

Para favorecer su difusión, los trípticos han sido distribuidos mediante encartes en la prensa andaluza.

El tríptico de la iniciativa comunitaria INTERREG III A, España-Portugal, ha sido distribuido en la prensa de la provincia de Huelva.

Tríptico del Programa INTERREG III A, España-Portugal.



Por su parte, el tríptico diseñado con motivo del INTERREG III A, España-Marruecos ha sido insertado en la prensa editada en las provincias de Cádiz y Málaga.

Tríptico del Programa INTERREG III A, España-Marruecos.



➤ **Vídeo.**

Un vídeo conjunto sobre los Programas INTERREG III A España- Marruecos y España-Portugal ha sido editado y distribuido.

Este material, en formato digital, contribuye a cumplir los objetivos de transparencia y notoriedad contenidos por el Plan de Información y Publicidad, puesto que sirve para dar a conocer las actuaciones llevadas a la práctica en el ámbito de la cooperación entre fronteras.

➤ **Organización de jornadas.**

Se han organizado una serie de Jornadas con una temática específica sobre INTERREG, para dar a conocer estas iniciativas comunitarias.

Ejemplos de jornadas sobre INTERREG, celebradas el 14 de julio de 2005 y el 16 de diciembre de 2005, respectivamente.



➤ **Campaña de publicidad.**

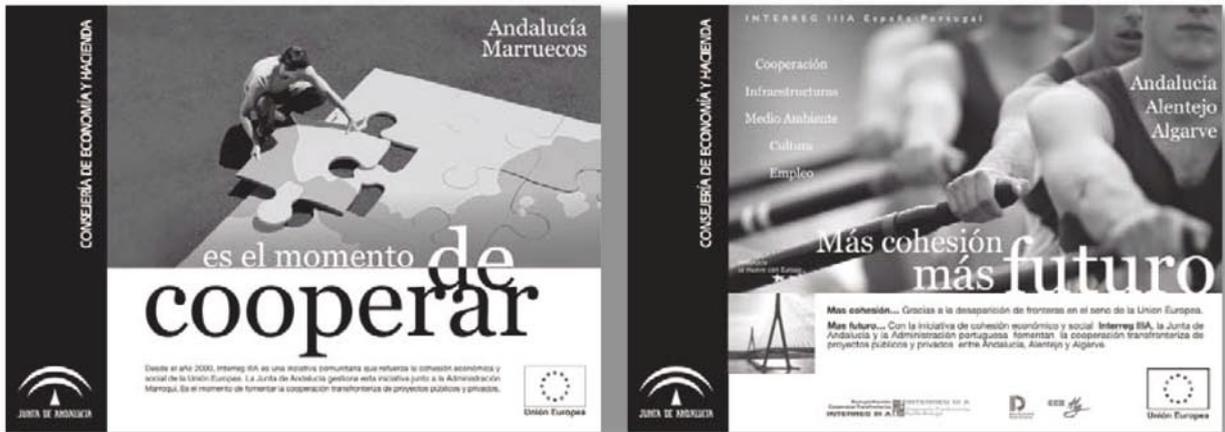
En cumplimiento del objetivo de dar notoriedad a las acciones desarrolladas en el marco de los Programas INTERREG, establecido en el Plan de Información y Publicidad, se ha puesto en práctica una campaña de publicidad.

Los instrumentos previstos a tal efecto son el *encarte de noticias* en medios de comunicación, y la definición de dos *noticias estrella* (una para cada uno de los Programas).

Las *noticias estrella* recogen ejemplos de proyectos destacables dentro de las iniciativas comunitarias INTERREG III A.

Además, durante el mes de octubre de 2005 se publicaron en prensa escrita sendos anuncios, consistentes en media página en blanco y negro.

Anuncios publicados en prensa andaluza.



➤ **Vallas de Publicidad Exterior Estática.**

Vallas publicitarias han sido instaladas en diferentes localizaciones del territorio andaluz, con el fin de dar a conocer de forma masiva la puesta en práctica de los Programas INTERREG III A, así como sus objetivos.

Las vallas, que han sido ubicadas en zonas exteriores estratégicas dentro del ámbito de actuación de los dos Programas, tienen una longitud de 8 metros y una altitud de 3 metros.

Las vallas publicitarias correspondientes al programa de cooperación transfronteriza con Portugal han sido emplazadas en la provincia de Huelva.

Valla publicitaria del Programa INTERREG III A España-Portugal.



Por su parte, las vallas que publicitan las intervenciones realizadas conjuntamente por España y Marruecos se han situado en las provincias de Cádiz y Málaga.

Valla publicitaria del Programa INTERREG III A España-Marruecos.



➤ **Publicación de la Ejecución del Programa.**

Ha sido prevista la creación de un documento sobre el desarrollo de la ejecución de ambos Programas INTERREG.

Esta publicación permitirá dar a conocer las diferentes actuaciones previstas y los proyectos que se están llevando a la práctica.

➤ **Dossier de prensa.**

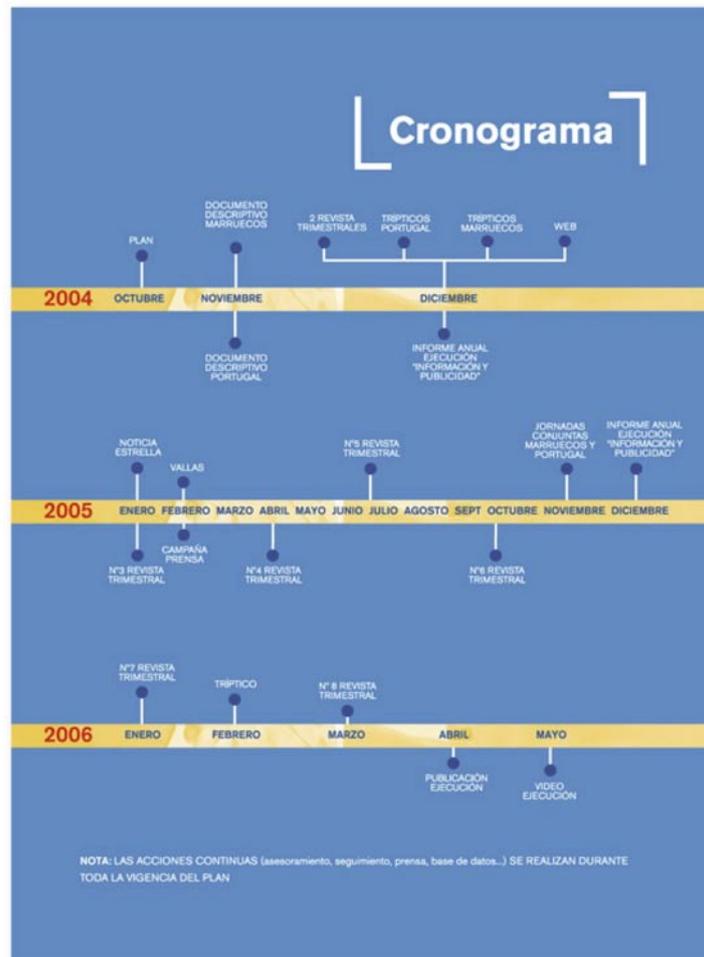
Tal y como establece el Plan de Información y Publicidad, se está realizando un dossier de prensa mensual, mediante la recopilación de todas las noticias relacionadas con los dos Programas INTERREG III A, publicadas en la prensa escrita andaluza: EL País, El Mundo, ABC, La Voz de Almería, Sur de Málaga, Europa Sur, Diario de Córdoba, Diario de Jaén e Ideal de Granada.

La empresa “iPunto Comunicación y Publicidad”, contratada para proporcionar asistencia técnica en la ejecución del *Plan de Información y Publicidad INTERREG III A España-Marruecos y España-Portugal en las actuaciones competencia de la Junta de Andalucía* ha sido la encargada de realizar esta labor.

2.3. Cronograma.

El *Plan de Información y Publicidad INTERREG III A de los Programas España-Portugal y España-Marruecos en actuaciones competencia de la Junta de Andalucía* contiene un cronograma con las acciones a desarrollar en materia de Información y Publicidad.

Cronograma de las acciones de Información y Publicidad.



Tal y como se observa en el mismo, las diferentes actuaciones específicas han tenido lugar entre los años 2004 y 2006.

Por su parte, las acciones continuas han sido llevadas a la práctica durante toda la vigencia del Plan.

2.4. Recursos financieros utilizados.

En la realización de esta Evaluación del Plan de Información y Publicidad INTERREG III A de los Programas España-Portugal y España-Marruecos en actuaciones competencia de la Junta de Andalucía que se está llevando a cabo en estas hojas, se echa en falta una mención a los presupuestos indicativos en materia de Información y Publicidad, tal y como establece el Reglamento (CE) nº 1159/2000, 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.

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.

Para verificar el cumplimiento de la normativa comunitaria, por parte de los órganos gestores de las Iniciativas INTERREG III A objeto de estudio, se ha analizado -a partir de la información recopilada de las entrevistas con responsables de las actuaciones seleccionadas (capítulo 1)-:

- ✓ cuál es el nivel de conocimiento que tienen de la normativa y de los requisitos existentes, en materia de información y publicidad, para las actuaciones cofinanciadas por Fondos Europeos,
- ✓ cuál es su capacidad de acceso a este tipo de documentación (planes, manuales, etc.).

De acuerdo con las diferentes etapas en las que se desenvuelve cada proyecto se presentan, a continuación, los resultados obtenidos de este examen.

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.

El cumplimiento de la normativa comunitaria en este terreno, como en cualquier otro, está condicionado por el grado de conocimiento y disponibilidad que tengan los gestores de la información pertinente.

En este sentido, la DGFE de la Junta de Andalucía ha distribuido el Plan de Información y Publicidad, objeto de estudio, entre los órganos gestores correspondientes, junto con el Manual de Información y Publicidad de fondos europeos, diseñado por ellos. Ambas publicaciones han sido puestas a disposición, además, de todo personal y/o ciudadano interesado a través de la página web, lo que facilita significativamente la transparencia y seguimiento de los requisitos de información y publicidad.

En líneas generales, los resultados muestran el **elevado conocimiento** que tienen los órganos gestores de las medidas a aplicar en esta materia, aunque existan aún ciertos márgenes de mejora en determinados ámbitos.

Lo relativo al conocimiento de la normativa, cabe destacar que la práctica totalidad de los gestores entrevistados (90%) manifiesta tener un conocimiento suficiente de la misma, sin existir, además, diferencias entre los órganos de uno u otro Programa. No obstante, el 50% de los gestores manifiesta la necesidad de ampliar o especificar algunos de los aspectos establecidos por la reglamentación.

En particular, el 60% de los gestores entrevistados conoce el Plan de Información y Publicidad de los Programas INTERREG III A España-Portugal y España-Marruecos y un 95% el Manual de comunicación de la Junta. Este último documento se ha configurado como un elemento de gran utilidad para facilitar a los gestores la práctica de las obligaciones existentes en este terreno, dada la dificultad de seguimiento del Reglamento (CE) 1159/2000, dificultad; aún mayor para los gestores de la Iniciativa de España-Marruecos dado que, según manifiestan, la normativa y demás documentos relacionados no son suficientemente claros para la gestión de Iniciativas Comunitarias.

Por otro lado, el análisis de los resultados ha puesto de manifiesto otras conclusiones interesantes que merecen ser destacadas:

- ✓ El 30% de los órganos gestores entrevistados ha accedido al Manual de Información y Publicidad de la Junta a través de la página web de la DGFE, mientras que el 70% restante lo ha recibido directamente de la propia DG.
- ✓ No obstante, el 60% de los gestores que disponen del Manual considera que existen algunos aspectos que están insuficientemente tratados para los Programas INTERREG. En particular, cuándo ha de incluirse el emblema comunitario o cómo ha de hacerse referencia a la inclusión de las ayudas en una Iniciativa Comunitaria -máxime si no se dispone de un emblema propio, como corresponde al INTERREG III A España-Marruecos-.
- ✓ El 90% de los gestores entrevistados sabe a qué persona o a qué punto de contacto debe dirigirse en términos de asesoramiento para el cumplimiento de la normativa informativa y publicitaria. En general, la mayoría de los que han consultado alguna duda, independientemente del Programa que gestionen, acuden a la DG de Comunicación Social de la Consejería de Presidencia para solicitar ayuda (60%) y, un porcentaje menor (40%) consulta a la propia DGFE.
- ✓ La relación y coordinación con la DGFE es, sin embargo, suficientemente fluida para el 60% de los gestores entrevistados, aunque un 30% de los mismos considera que sería necesario aumentarlas (sobre todo, entre los gestores del Programa España-Portugal).

En éste ámbito, el papel de la DGFE no sólo ha sido facilitar y proporcionar documentación relativa a la información y publicidad, sino que, además, ha desarrollado otro tipo de ac-

tuaciones para contribuir al cumplimiento de la normativa –como es a través de reuniones específicas con algunos gestores o mediante el envío de instrucciones conjuntas a los distintos gestores de los Programas-.

Instrucción Conjunta de la DGFE



3.1.2. Fase de licitación

Todo proyecto comienza con la licitación de las ayudas, aunque su forma varíe según corresponda a la contratación. Por este motivo, para una mayor representatividad de la muestra, se han considerado las diferentes alternativas existentes –contratación pública, convenios y subvenciones- tal y como se ha especificado en la metodología.

En este sentido, cabe precisar que, si bien la normativa no establece expresamente la obligatoriedad de comunicar en esta etapa de las actuaciones la cofinanciación de la ayuda –para ningún tipo de proyecto-, lo considera como una práctica habitual y, desde luego, muy útil de cara a la consecución de los objetivos perseguidos por el Reglamento (CE) 1159/2000: 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 Programa España-Portugal y del Programa España-Marruecos.

En líneas generales, los resultados obtenidos muestran que la documentación y las publicaciones realizadas por los órganos gestores entrevistados, en esta fase, hacen referencia expresa a la cofinanciación de las ayudas por parte de la Unión Europea y con motivo de la participación de la región en una iniciativa comunitaria INTERREG III A; si bien, cabe destacar que las mejores prácticas, en éste ámbito, se han encontrado en el Programa de España-Portugal. No obstante, con mayor grado de detalle, se ha observado que:

- ✓ El 70% de las actuaciones analizadas comunica a los posibles beneficiarios la participación de los Fondos Europeos en la financiación de las mismas, a través de su anuncio en la diversa documentación administrativa.
- ✓ De este porcentaje, si se diferencia entre los dos Programas examinados, la cifra asciende hasta el 80% en el caso del Programa España-Portugal y desciende, hasta el 60%, en el correspondiente al Programa España-Marruecos.
- ✓ Todos los proyectos de contratación pública, de acuerdo con los requisitos de publicidad y transparencia, han sido anunciados en el BOE, BOJA y DOCE, según correspondiera. Sin embargo, a pesar de la que la normativa no especifica la obligatoriedad de comunicación, tan sólo en el 29% de los casos analizados se ha incorporado información específica sobre la participación europea en los anuncios.
- ✓ Cabe destacar que todas las actuaciones en las que se referencia su implicación en los INTERREG III A, en Andalucía, pertenecen al Programa España-Portugal.
- ✓ En línea con lo anterior, el 80% de las actuaciones evaluadas no comunica a los posibles beneficiarios -ni en los anuncios de las ayudas, ni en la documentación administrativa correspondiente- la obligatoriedad de éstos últimos de cumplir los requisitos de información y publicidad, al tratarse de ayudas europeas.
- ✓ Entre los que sí exigen el cumplimiento de estas exigencias, como se deriva de lo anterior son, de nuevo, actuaciones del Programa España-Portugal.
- ✓ En ningún caso de los analizados se ha remitido al cumplimiento del Reglamento 1159/2000 de la Comisión, como obligación de los beneficiarios.
- ✓ Por otra parte, el 43% de la muestra analizada ha complementado las publicaciones en los boletines oficiales con anuncios en los medios de comunicación social -como prensa y radio-, para facilitar así la transparencia y la mayor demanda de las ayudas.
- ✓ Por último, cabe 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 obtener mayor información.

Asimismo, cabe señalar la 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 existen directrices específicas al respecto.

Como muestra de las distintas alternativas encontradas para manifestar la colaboración de la Unión Europea en la realización de las actuaciones, se presentan los siguientes ejemplos:

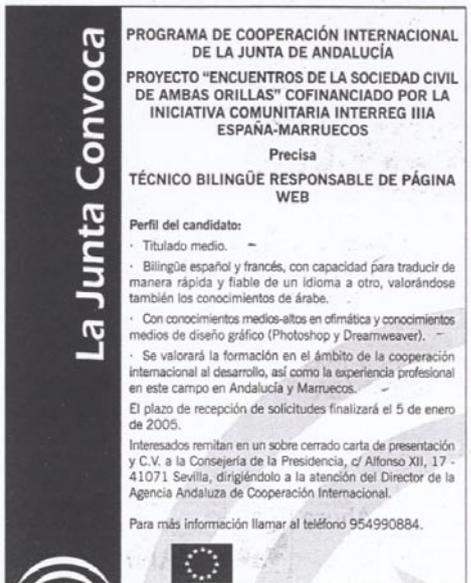
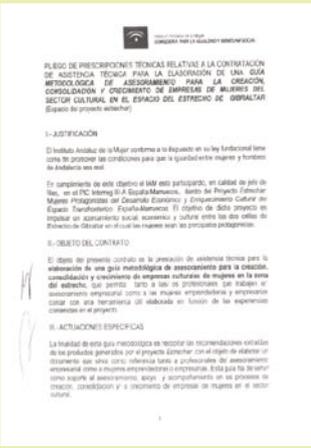
- ✓ Referencia en el *cuerpo del documento*, o del anuncio, a la cofinanciación europea a través del INTERREG correspondiente.
- ✓ Referencia en el apartado específico de financiación de la ayuda:
- ✓ mediante la especificación del *INTERREG* correspondiente; o bien,
- ✓ a través del *código de participación 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.

Como es lógico, 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 –estos es, 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)-.

En base a estos comentarios, la Tabla 9 recoge algunos ejemplos de las diferentes formas en las que los órganos gestores de los Programas de España-Portugal y España-Marruecos comunican, en esta fase, la cofinanciación del proyecto por la Unión Europea. En algunos casos, además, los gestores especifican con claridad el objetivo perseguido por el Programa (por ejemplo, en la cláusula primera en el convenio correspondiente al proyecto *Turismo Sostenible en la riberas del Guadiana*), lo que contribuye significativamente a mejorar la transparencia y concienciación pública sobre las actividades desarrolladas por la Unión Europea.

Tabla 9. Alternativas encontradas para especificar la cofinanciación europea de las ayudas en la fase de licitación.

PROYECTO EVALUADO	EJEMPLO								
<p>“Turismo Sostenible en la riberas del Guadiana” Consejería de Turismo, Comercio y Deportes DG de Planificación y Ordenación Turística</p> <p>INTERREG III A España-Portugal</p>	<p>Por ello, las entidades firmantes, sin renuncia a sus competencias, acuerdan suscribir el presente convenio con las siguientes</p> <p style="text-align: center;">CLÁUSULAS:</p> <p>PRIMERA</p> <p>El Subcomité de Gestión del Subprograma 5 Andalucía-Algarve-Alentejo, en el marco del Programa de Iniciativa Comunitaria Interreg III A España-Portugal, aprobó, con fecha de 15 de julio de 2004, el proyecto “TURISMO SOSTENIBLE RIO GUADIANA, (TURSOS II/SP5.E40/02), presentado por la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte en colaboración con los socios portugueses ODIANA y Planície Dourada. Dicha iniciativa tiene como objetivo general reforzar la cohesión económica y social de la Unión Europea, fomentando la cooperación transfronteriza para una mejor integración territorial europea, siendo uno de sus instrumentos el turismo de calidad, compatible y respetuoso con el medio ambiente, con diseño e introducción de nuevos productos, especialmente los culturales y de Naturaleza.</p> <p>- Gerencia del proyecto.</p> <p>TERCERA</p> <p>Las actuaciones citadas están valoradas en QUINIENTOS CINCUENTA MIL NOVECIENTOS SEIS EUROS CON SESENTA Y SEIS CENTÍMOS (550.906,66 €), que se financiarán por la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.</p> <p>Esta financiación se efectuará con arreglo al siguiente cuadro de distribución de anualidades:</p> <table border="1" data-bbox="831 1061 1273 1133"> <thead> <tr> <th>Anualidad</th> <th>2004</th> <th>2005</th> <th>Totales</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Consejería de Turismo, Comercio y Deporte</td> <td>395.617</td> <td>154.289,66</td> <td>550.906,66</td> </tr> </tbody> </table> <p>La aportación de la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte de la Junta de Andalucía correspondiente a 2004 se efectuará tras la firma del convenio, imputándose a las aplicaciones presupuestarias: 01090017217660275B1 y 11090017217660275B32003, y la de 2005 tras la justificación documental de las inversiones de 2004, la cual deberá producirse antes del 31 de julio de 2005, imputándose a la aplicación 31090017217660275B72005. Por su parte, las inversiones correspondientes a la aportación de 2005 deberán tener lugar con anterioridad al 15 de diciembre de 2005.</p> <p>Mancomunidad de Municipios Beturia Andévalo Sur</p>  <p>TERCERO.- La Mancomunidad de Municipios Beturia, en el pleno celebrado en el Ilmo. Ayuntamiento de Villablanca, en sesión de fecha siete de octubre de dos mil cinco adoptó, entre otros, el siguiente ACUERDO:</p> <p>6.- PROYECTO TURSOS II: PROPUESTA DE ENCOMIENDA DE GESTIÓN</p> <p>Visto el expediente del proyecto TURSOS II, promovidos por la Consejería de Comercio, Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía y enmarcados en la Iniciativa Comunitaria Interreg III A ESPAÑA PORTUGAL, dentro de los cuales la Mancomunidad participa con el desarrollo de las siguientes acciones:</p> <p>arreglo a las siguientes CLÁUSULAS:</p> <p>PRIMERA.- Constituye el objeto del presente Convenio la colaboración de “EMPRESA DE DIVERSIFICACIÓN INDUSTRIAL DEL ANDÉVALO, S.L.”, con esta Mancomunidad para el ejercicio de las funciones que la Corporación tiene legalmente encomendadas en materia de “la gestión de la promoción y realización de actividades que fomenten y desarrollen el turismo en la comarca...”, regulándose en el presente documento la gestión y ejecución de actuaciones dentro del Proyecto TURSOS II.</p> <p>SEGUNDA.- La financiación de las obras encomendadas se realizará a través de fondos derivados del Programa de Iniciativa Comunitaria INTERREG III-A ESPAÑA PORTUGAL.</p> <p>TERCERA.- La Mancomunidad de Municipios Beturia, realizará el abono del coste de las obras, hasta el 100% del importe de las certificaciones de obras, que se vayan produciendo.</p>	Anualidad	2004	2005	Totales	Consejería de Turismo, Comercio y Deporte	395.617	154.289,66	550.906,66
Anualidad	2004	2005	Totales						
Consejería de Turismo, Comercio y Deporte	395.617	154.289,66	550.906,66						

PROYECTO EVALUADO	EJEMPLO
<p>“Encuentros de la Sociedad Civil de Ambas Orillas” Agencia de Cooperación Exterior Consejería de Presidencia</p> <p>INTERREG III A España-Marruecos</p>	 <p>PROGRAMA DE COOPERACIÓN INTERNACIONAL DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA</p> <p>PROYECTO “ENCUENTROS DE LA SOCIEDAD CIVIL DE AMBAS ORILLAS” COFINANCIADO POR LA INICIATIVA COMUNITARIA INTERREG IIIA ESPAÑA-MARRUECOS</p> <p>Precisa</p> <p>TÉCNICO BILINGÜE RESPONSABLE DE PÁGINA WEB</p> <p>Perfil del candidato:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Titulado medio. • Bilingüe español y francés, con capacidad para traducir de manera rápida y fiable de un idioma a otro, valorándose también los conocimientos de árabe. • Con conocimientos medios-altos en informática y conocimientos medios de diseño gráfico (Photoshop y Dreamweaver). • Se valorará la formación en el ámbito de la cooperación internacional al desarrollo, así como la experiencia profesional en este campo en Andalucía y Marruecos. <p>El plazo de recepción de solicitudes finalizará el 5 de enero de 2005.</p> <p>Interesados remitan en un sobre cerrado carta de presentación y C.V. a la Consejería de la Presidencia, c/ Alfonso XII, 17 - 41071 Sevilla, dirigiéndolo a la atención del Director de la Agencia Andaluza de Cooperación Internacional.</p> <p>Para más información llamar al teléfono 954990884.</p>
<p>“ESTRECHAR: Desarrollo económico y enriquecimiento cultural con perspectiva de género” Instituto Andaluz de la Mujer</p> <p>INTERREG III A España-Marruecos</p>	 <p>PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS RELATIVAS A LA CONTRATACIÓN DE ASISTENCIA TÉCNICA PARA LA ELABORACIÓN DE UNA GUÍA METODOLÓGICA DE ASESORAMIENTO PARA LA CREACIÓN, CONSOLIDACIÓN Y FORTALECIMIENTO DE EMPRESAS DE MUJERES DEL SECTOR CULTURAL EN EL ESPACIO DEL ESTRECHO DE GIBRALTAR (Español de proyecto estrechar).</p> <p>I.- JUSTIFICACIÓN</p> <p>El Instituto Andaluz de la Mujer conforma a lo dispuesto en su ley funcional una línea como la priorizar las condiciones para que la igualdad entre mujeres y hombres se alcance en real.</p> <p>En cumplimiento de este objetivo el IAM está participando, en calidad de jefe de filas, en el FIC Interreg III A España-Marruecos. Dentro del Proyecto Estrechar Mujeres Protagonistas del Desarrollo Económico y Enriquecimiento Cultural del Espacio Transfronterizo España-Marruecos. El objetivo de dicho proyecto es mejorar el asesoramiento social, económico y cultural entre las dos orillas del Estrecho de Gibraltar en el cual las mujeres sean las protagonistas.</p> <p>II.- OBJETO DEL CONTRATO</p> <p>El objeto del presente contrato es la prestación de asistencia técnica para la elaboración de una guía metodológica de asesoramiento para la creación, consolidación y crecimiento de empresas culturales de mujeres en la zona del estrecho. Tal perfil, dado el tipo de intervención que supone el asesoramiento empresarial como el de mujeres emprendedoras y empresarias contar con una herramienta útil elaborada en función de las experiencias vividas en el terreno.</p> <p>III.- ACTIVACIONES ESPECÍFICAS</p> <p>La finalidad de esta guía metodológica es recibir las recomendaciones validadas de los productos generados por el proyecto Estrechar con el objeto de elaborar un documento que sirva como referencia tanto a profesionales del asesoramiento empresarial como a mujeres emprendedoras o empresarias. Esta guía ha de servir como soporte al asesoramiento social, económico y cultural en el proceso de creación, consolidación y el crecimiento de empresas de mujeres en el sector cultural.</p>

Por otra parte, la publicación de las ayudas en la Web está constituida como una práctica habitual entre los gestores de la Junta, aunque ya no sólo entre las actuaciones cofinanciadas con fondos europeos. Este hecho facilita, una vez más, la transparencia y facilidad de acceso a la información a todos los ciudadanos, máxime teniendo en cuenta la dimensión territorial de los proyectos INTERREG. En algunos casos, además, durante el desarrollo del proyecto se pone a disposición de toda la población información relativa a la actuación y al Programa en concreto (Tabla 10), tal y como hacen la DG de Coordinación de Políticas Migratorias, de la Consejería de Gobernación y la Agencia de Cooperación Exterior, de la Consejería de Presidencia.

Tabla 10. Muestra de páginas web de los proyectos seleccionados en la muestra.

“Encuentros de la Sociedad Civil de Ambas Orillas”
Agencia de Cooperación Exterior. Consejería de Presidencia
INTERREG III A España-Marruecos

“OMEPEI: Observatorio de las Migraciones en el Estrecho y Prevención de Efectos Indeseados”
Consejería de Gobernación. DG de Coordinación de Políticas Migratorias
INTERREG III A, España-Marruecos



En relación con lo anterior, en algunas de las actuaciones estudiadas se ha comprobado la utilización de las nuevas tecnologías para contratar los proyectos. En este caso el mail, ha constituido una herramienta muy útil de cara a facilitar la coordinación y cooperación de los proyectos INTERREG entre los gestores de los diferentes países integrantes de los Programas. Un ejemplo de ello es la actuación “Promoción empresarial del Sudoeste de Europa”, gestionado por EXTENDA, en el que se puede acceder a los datos de la persona de contacto a través del correo electrónico. De este modo, los trámites para la participación en los proyectos se ven “facilitados”.

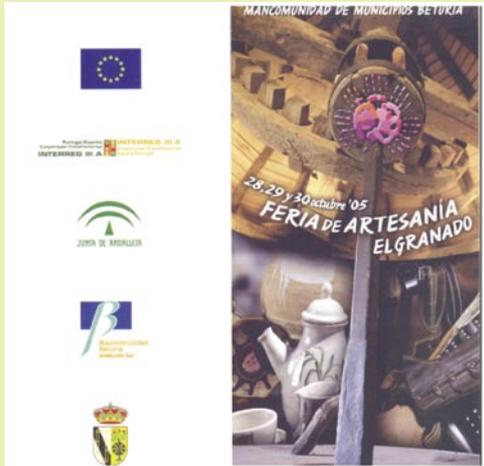
Otro instrumento que se utiliza para dar a conocer los proyectos son los *mailing list* o *listas de distribución* (Tabla 11), que permiten ponerse en contacto directo con los beneficiarios potenciales. Tanto la Agencia de Cooperación Exterior, como la DG de Coordinación de Políticas Migratorias, de la Consejería de Gobernación, utilizan este instrumento, aplicando de forma rigurosa la normativa referente a la publicidad, puesto que hacen constar claramente la adscripción de la actuación en cuestión al Programa INTERREG III A.

Tabla 11. Ejemplo de mailing como instrumento en la oferta de las ayudas.

ÓRGANO GESTOR	EJEMPLO
<p>“Encuentros de la Sociedad Civil de Ambas Orillas” Agencia de Cooperación Exterior Consejería de Presidencia</p> <p>INTERREG III A, España- Marruecos</p>	
<p>“Observatorio de las Migraciones en el Estrecho y Prevención” Consejería de Gobernación DG Coordinación de Políticas Migratorias</p> <p>INTERREG III A, España- Marruecos</p>	

De forma complementaria, teniendo en cuenta el tipo de actuaciones, y siempre que los órganos gestores lo estimen oportuno o cuenten con los recursos necesarios para ello, se realizan folletos y trípticos en relación con las ayudas (Tabla 12) que, con posterioridad, se ponen a disposición del público en las Consejerías de la Junta de Andalucía y otros organismos intermedios participantes (institutos, centros especializados, etc.). En algunos proyectos, como “OMEPEI: Observatorio de las Migraciones en el Estrecho y Prevención de Efectos Indeseados”, se han editado trípticos en los tres idiomas utilizados: español, francés y árabe.

Tabla 12. Edición de trípticos y folletos.

PROYECTO EVALUADO	EJEMPLO
<p>“Turismo Sostenible en la riberas del Guadiana” Consejería de Turismo, Comercio y Deportes DG de Planificación y Ordenación Turística</p> <p>INTERREG III A España-Portugal</p>	
<p>“Programa para la Atención e Inclusión Social de Personas Excluidas o en Riesgo de Exclusión”. Dirección General de Bienestar Social Consejería de Igualdad y Bienestar Social</p> <p>INTERREG III A España – Portugal</p>	

PROYECTO EVALUADO	EJEMPLO
<p align="center"> “OMEPEI: Observatorio de las Migraciones en el Estrecho y Prevención de Efectos Indeseados”. Consejería de Gobernación. DG de Coordinación de Políticas Migratorias INTERREG III A, España-Marruecos </p>	

Lo que se desprende de este material divulgativo es la continua presencia, en todo el material revisado (100% de los casos), del emblema comunitario junto al propio del INTERREG III A de España-Portugal y de referencias al PROGRAMA de Marruecos –al carecer éste de logo propio-, lo cual se suple con la utilización del logo FEDER. Sin embargo, en los proyectos examinados dentro del Programa España-Portugal, se ha detectado la ausencia de referencia alguna, tanto al fondo FEDER, como a la cuantía de participación europea en los proyectos.

Respecto a la forma de presentación de los emblemas comunitarios cabe destacar, por un lado, que en el 50% de los casos analizados los emblemas están perfectamente elaborados y, por otro, que los principales problemas se concentran en el INTERREG III A de España-Marruecos puesto que, como carecen de emblema específico y no existe normativa específica al respecto, los órganos gestores de estas ayudas -concienciados de la necesidad de publicitar e informar sobre este tipo de ayudas- no saben como hacerlo. Problema, aún no resuelto, que se manifestará a lo largo de todo el desarrollo de estos proyectos. En la Tabla 13 se recogen algunos ejemplos relativos al uso de los emblemas comunitarios.

Tabla 13. Dificultades detectadas con el emblema europeo.

FALLO DETECTADO	EJEMPLOS
<p>El emblema comunitario es incorrecto, al no incluir el término Unión Europea. Asimismo, la referencia a FEDER es incorrecta, puesto que no debe contener la palabra “Fondo” (ya contenida en el acrónimo FEDER).</p>	
<p>El emblema comunitario es incorrecto, puesto que se hace alusión a la Comunidad Europea en lugar de a la Unión Europea.</p>	
<p>El emblema comunitario está incompleto, puesto que falta la referencia a la “Unión Europea”</p>	
<p>El emblema comunitario es incorrecto, puesto que no debe incluir la mención a la Iniciativa comunitaria INTERREG III.</p>	
<p>El emblema comunitario es incorrecto, puesto que no debe incluir la mención a la Iniciativa comunitaria INTERREG III.</p>	
<p>La utilización del emblema comunitario es incorrecta, puesto que, al ir sobre fondo de color, debe estar rodeada por un recuadro blanco.</p>	

Finalmente, de acuerdo 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 desde el inicio del, todavía, actual período, cuando se han comparado los expedientes de los primeros años del periodo respecto a los más recientes.

3.1.3. Fase de ejecución

Una vez licitados los proyectos, a continuación se procede a la contratación de los mismos. En esta fase, en el 100% de los casos analizados se comunica, con mayor o menor claridad- la participación de los proyectos en un Programa de Iniciativa Comunitaria entre España y Portugal o Marruecos.

No obstante, de nuevo es necesario aclarar que la normativa europea no establece ningún requisito específico de publicidad a la hora de contratar las ayudas europeas, si bien con el fin de contribuir a los objetivos perseguidos en materia de información y publicidad se deduce¹ que en la notificación de concesión a los beneficiarios se debe aclarar y facilitar toda la información sobre el Programa que sea 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 de la Junta 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 14 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 14. Instrumentos obligatorios en función del tipo de proyecto.

HERRAMIENTA	INFRAESTRUCTURA (COSTE TOTAL < 3 M. €)	INFRAESTRUCTURA (COSTE TOTAL > 3 M. €)	PYME	SOCIAL
Vallas	✓	✓👍	✓	✓
Placas	✓	✓👍	✓👍*	✓
Carteles	✓	✓	👍	👍
Publicaciones	✓	✓	✓	✓👍
Notificación**				

Notas: * 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)

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

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 límite 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 algunos pósteres, de forma que el conjunto de trabajadores y toda persona que acuda a la empresa perciba que la empresa está recibiendo fondos europeos como apoyo a 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.

En base a estos requisitos, una vez analizados los resultados obtenidos tras la explotación del check-list sobre el cumplimiento de estas exigencias, se observa la adecuada publicidad realizada de cara a informar al beneficiario de su participación en un INTERREG, más completa y directa que en la fase de licitación anterior.

Incluso se ha advertido una utilización aún mayor de la exigida, generalmente fruto 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 para publicar los proyectos -circunstancia que, a su vez, también se traduce en que el formato utilizado no sea siempre el adecuado-.

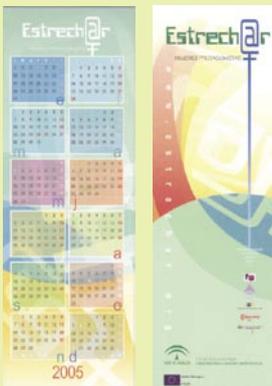
Un elemento fundamental de publicidad durante la ejecución de los proyectos son las guías y documentación publicadas con el fin de dar información práctica sobre los mismos, tanto descriptiva, como de contacto, así como sobre la organización de las diferentes actividades. En estos casos, la mención a la participación comunitaria se realiza de forma sistemática (Tabla 15).

Tabla 15. Documentación sobre proyectos.

<p align="center">“OMEPEI: Observatorio de las Migraciones en el Estrecho y Prevención de Efectos Indeseados” Consejería de Gobernación DG Coordinación de Políticas Migratorias</p>	
<p align="center">“Desarrollo Económico y Enriquecimiento Cultural con Perspectiva de Género”. Instituto Andaluz de la Mujer Servicio de Formación y Empleo</p>	

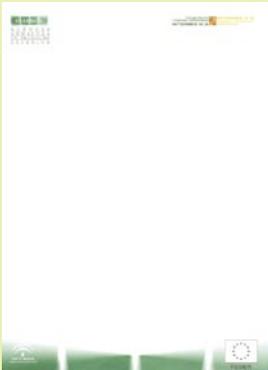
La Tabla 16 contiene una muestra de los instrumentos publicitarios utilizados con el objetivo de dar una mayor difusión a la participación de la Unión, a través de material promocional: carteras, póster, calendarios, etc. Se ha detectado una mayor utilización de este tipo de elementos dentro del Programa España-Marruecos, lo cual se debe al carácter de los proyectos realizados en este Programa.

Tabla 16. Material promocional.

PROYECTO EVALUADO	EJEMPLOS
<p>“Encuentros de la Sociedad Civil de Ambas Orillas”. Agencia de Cooperación Exterior Consejería de Presidencia INTERREG III A, España- Marruecos</p>	
<p>“Desarrollo Económico y Enriquecimiento Cultural con Perspectiva de Género” Instituto Andaluz de la Mujer Servicio de Formación y Empleo INTERREG III A, España- Marruecos</p>	
<p>“OMEPEI: Observatorio de las Migraciones en el Estrecho y Prevención de Efectos Indeseados” Consejería de Gobernación DG Coordinación de Políticas Migratorias INTERREG III A, España- Marruecos</p>	

Además, algunas Consejerías han creado material de papelería específico de las actuaciones llevadas a cabo. Entre este material encontramos sobres, carpetas, papel, bolígrafos, cuadernos, etc. De este modo, se da una mayor visibilidad tanto a los proyectos, como a la participación de la Unión Europea en la financiación de los mismos (Tabla 17).

Tabla 17. Material de papelería.

<p>“Desarrollo Económico y Enriquecimiento Cultural con Perspectiva de Género” Instituto Andaluz de la Mujer. Servicio de Formación y Empleo INTERREG III A, España- Marruecos</p>	
<p>Cuaderno</p>	
<p>Carpeta</p>	
<p>“Promoción empresarial del Sudoeste de Europa” Consejería de Turismo, Comercio y Deportes. EXTENDA INTERREG III A, España- Portugal</p>	
<p>Sobres</p>	
<p>Papel de correspondencia</p>	

“OMEPEI: Observatorio de las Migraciones en el Estrecho y Prevención de Efectos Indeseados”. Consejería de Gobernación. DG de Coordinación de Políticas Migratorias INTERREG III A, España- Marruecos	
Cuaderno en español y en árabe	
Bolígrafos	

Por otro lado, en lo relativo al cumplimiento de las disposiciones de homogeneidad establecidas por la normativa (formato del emblema, vallas, placas, etc.), la mayoría de los gestores entrevistados se han ajustado a lo dispuesto en cuanto a la presentación del material informativo y publicitario.

Entre las mayores dificultades, en este ámbito, para los encargados de la gestión y control de las actuaciones, destaca, como el principal factor común, la elaboración del emblema europeo. No obstante, se ha comprobado una mejora paulatina y 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.

En concreto, en el 67% de las actuaciones analizadas los emblemas estaban normalizados en lo relativo a la presentación de la bandera europea y el texto que ha de acompañarla². En el 33% de los casos restantes, la equivocación en la bandera (100% de los casos incorrectos) se debía a la ausencia del recuadro blanco –que ha de rodear el emblema cuando se presenta sobre un fondo de color- y/o a la inclusión de un texto diferente (75%) al que ha de acompañar a la bandera (Unión Europea y el Fondo participante).

Sin embargo, cabe destacar que el caso de las actuaciones cofinanciadas por el INTERREG III A España-Marruecos es diferente al del INTERREG III A España-Portugal dado que, como se avanzó en el epígrafe anterior, a diferencia de este último, el de España-Marruecos no tiene un emblema propio. Esta circunstancia se traduce en la existencia de mayores dificultades para los gestores a la hora de especificar la participación del Programa en los proyectos y, por consiguiente, en una mayor heterogeneidad entre los emblemas construidos (Tabla 18).

² http://ec.europa.eu/regional_policy/country/commu/guide_es.htm

Tabla 18. Emblema europeo en el INTERREG III A España-Marruecos.



Respecto al emblema particular del INTERREG III A España-Portugal, éste aparece junto al comunitario, si bien en ocasiones específicas aparece en solitario.

Por el contrario, la utilización de la firma de identidad *Andalucía se mueve con Europa*, creada desde la DGFE para ambos Programas –al igual que para el caso del POI de Andalucía, al tratarse de un Programa de Fondos Europeos-, no se ha implantado entre los mecanismos de gestión publicitaria de los órganos gestores de los INTERREG III A en Andalucía.

La principal causa se debe, tanto al desconocimiento del mismo por parte de la mayoría de los gestores, como también al hecho de considerar que la utilización de este “claim”

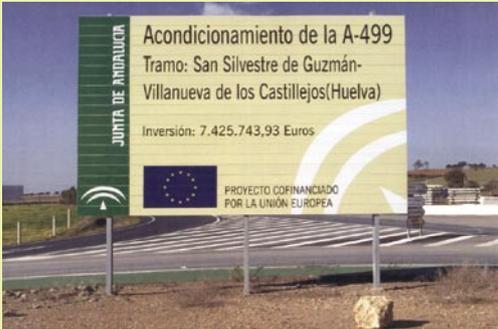
-que es visto, principalmente, como un elemento a utilizar en las campañas institucionales- no les concierne. No obstante, cabe señalar que el Manual de Información y Publicidad de la Junta solamente recomienda su uso, y no obliga a su utilización.

Por otra parte, respecto a la utilización y diseño de los instrumentos propuestos por la Comisión, para publicitar e informar sobre las actuaciones cofinanciadas con fondos europeos, se ha comprobado el cumplimiento generalizado de la normativa europea, en esta materia, y la elevada concienciación, por parte de los gestores de los Programas, sobre la importancia y obligatoriedad de realización de este tipo de acciones.

Las vallas analizadas cumplen con la normativa europea, respecto al espacio reservado para la mención europea y al texto correspondiente asociado (Tabla 19) en el 100% de los casos; si bien, a la vista de los ejemplos obtenidos y la falta de normativa específica para los INTERREG cabe destacar:

- ✓ Por un lado, es más visual y completo utilizar la denominación íntegra del Fondo y no sus siglas.
- ✓ La inclusión de una referencia a la iniciativa comunitaria en el interior de la valla, en la parte correspondiente a Europa, aumenta la visualización de la iniciativa comunitaria de cooperación, aunque no se recoja como obligatorio o necesario por la normativa vigente.
- ✓ La colocación de las mismas en lugares de fácil acceso y de elevado tránsito favorece la consecución de los objetivos perseguidos por el Plan y el Reglamento: transparencia y concienciación pública.

Tabla 19. Ejemplos de vallas informativas.

ÓRGANO GESTOR	EJEMPLOS
<p>Consejería de Obras Públicas DG de Transportes</p> <p>INTERREG III A, España- Marruecos</p>	 <p>URBANIZACIÓN DE LA Z.A.L. DEL CAMPO DE GIBRALTAR SECTOR "FRESNO SUR" DEL P.G.O.U. DE LOS BARRIOS (CÁDIZ)</p> <p>FASE 0: OBRAS DE DEFENSA Y MOVIMIENTO DE TIERRAS</p> <p>DIRECCIÓN FACULTATIVA: V.S. INGENIERÍA Y URBANISMO, S.L. COORDINADOR DE OBRA POR E.F.P.A.: D. ONOFRE SÁNCHEZ CASTAÑO</p> <p>PROYECTO COFINANCIADO POR LA UNIÓN EUROPEA Fondo Europeo de Desarrollo Regional Iniciativa Comunitaria Interreg III</p>
<p>Consejería de Obras Públicas DG de Carreteras</p> <p>INTERREG III A, España- Portugal</p>	 <p>Acondicionamiento de la A-499 Tramo: San Silvestre de Guzmán-Villanueva de los Castillejos(Huelva)</p> <p>Inversión: 7.425.743,93 Euros</p> <p>PROYECTO COFINANCIADO POR LA UNIÓN EUROPEA</p>
<p>IDEA Consejería de Innovación</p> <p>INTERREG III A, España- Portugal</p>	 <p>Centro de Innovación y Tecnología de la Nueva Agricultura Onubense</p> <p>PROYECTO COFINANCIADO POR LA UNIÓN EUROPEA FEDER</p>

Otro instrumento de gran relevancia, desde el punto de vista de la publicidad, es la organización de actos públicos (Tabla 20), tales como inauguraciones, jornadas, conferencias, etc., debido a la atracción que ejercen sobre los medios de comunicación social.

Tabla 20: Actos públicos.

ÓRGANO GESTOR	EJEMPLOS
<p>Salón Internacional de Logística (Barcelona 2006) Consejería de Obras Públicas DG Transportes</p> <p>INTERREG III A, España- Marruecos</p>	
<p>Foro Luso-Español EXTENDA Consejería de Turismo, Comercio y Deportes.</p> <p>INTERREG III A, España- Portugal</p>	
<p>Feria OVIBEJA EXTENDA Consejería de Turismo, Comercio y Deportes</p> <p>INTERREG III A, España- Portugal</p>	
<p>EXPOMUESTRA Cádiz 2005 Instituto Andaluz de la Mujer Servicio de Formación y Empleo</p> <p>INTERREG III A, España- Marruecos</p>	

La participación de personalidades políticas acentúa la trascendencia de estas actividades contribuyendo, de este modo, a la difusión de la participación comunitaria en los proyectos. El ejemplo más notable, entre los proyectos evaluados, corresponde a la inauguración de la Unidad de Promoción de Negocios de Andalucía en Lisboa, a la cual asistió el Presidente de la Junta de Andalucía, Manuel Chaves (Tabla 21).

Tabla 21: Asistencia de cargos públicos a inauguraciones.

“Promoción empresarial del Sudoeste de Europa” EXTENDA . Consejería de Turismo, Comercio y Deportes INTERREG III A, España- Portugal	
	
	
“Acondicionamiento del Eje de Comunicación Transfronterizo Andévalo Bajo- Carretera A499 y Pasos Transversales”. Consejería de Obras Públicas y Transportes. DG Carreteras INTERREG III A, España- Portugal	
	



Del mismo modo, en la prensa local, regional y nacional, así como en prensa especializada, se publican artículos relacionados con el objetivo de informar a los ciudadanos sobre los proyectos desarrollados, dentro de los diferentes Programas, y de los principales avances de los mismos (Tabla 22).

Tabla 22. Anuncios en prensa.



3.1.4. Tras la realización del proyecto

De acuerdo con lo establecido por la normativa comunitaria, en el Reglamento (CE) 1159/2000, la mayoría de las acciones de información y publicidad han de realizarse durante la ejecución de los proyectos; si bien también se establece la consideración de otras acciones e instrumentos de cara a la mayor visibilidad y comunicación de la participación europea en los proyectos.

Como consecuencia de la naturaleza de los proyectos cofinanciados por las Iniciativas comunitarias, la obligatoriedad de colocación de placas no es tan habitual como en la de los

Programas Operativos -por ejemplo, en el POI de Andalucía-. Asimismo, en algunos de los casos seleccionados en la muestra, como el de la construcción del Centro *de Innovación y Tecnología* de Lepe, los proyectos aún no se habían terminado, en el periodo en el que se realizó el trabajo de campo para el presente estudio -por lo que, en consecuencia, aún no se han colocado las placas-.

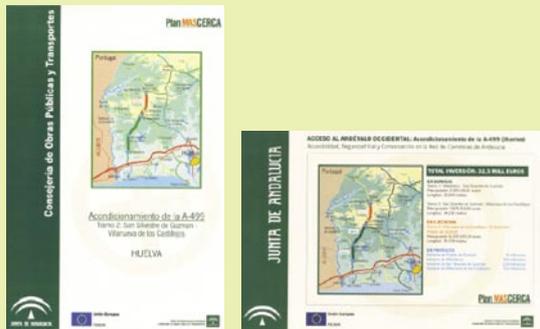
No obstante, y a partir de la experiencia del equipo evaluador en el análisis de cumplimiento de éste, se ha observado que los órganos gestores colocan las placas aún cuando no son estrictamente necesarias -al no sobrepasar la financiación la cuantía mínima que establece el Reglamento para su colocación e, incluso a veces, al no exigirse por la propia naturaleza de los proyectos-. Tal es el caso, de las placas colocadas en los centros rehabilitados para la atención e inclusión de personas desfavorecidas de la DG de Bienestar Social. Su colocación favorece significativamente, en este y otros casos, la visibilidad de la participación europea en la ejecución y financiación de diferentes obras y proyectos; circunstancia que justifica y avala su colocación, a pesar de no ser obligatorias para tales ejemplos (Tabla 23).

Tabla 23. Ejemplos de colocación de placas

Contenido de la Placa	Colocación en lugar visible
	
	

Por otra parte, algunas Consejerías producen material promocional de sus actuaciones una vez finalizadas las mismas (Tabla 24). Tal es el caso de la Consejería de Obras Públicas y Transportes o el Instituto Andaluz de la Mujer.

Tabla 24: Material promocional tras la finalización de los proyectos.

Proyecto	Material promocional
<p align="center"> “Transportes primera fase” Consejería de Obras Públicas DG Transportes INTERREG III A, España- Marruecos </p>	
<p align="center"> “Acondicionamiento del Eje de Comunicación Transfronterizo Andévalo Bajo- Carretera A499 y Pasos Transversales” Consejería de Obras Públicas y Transportes DG Carreteras INTERREG III A, España- Portugal </p>	
<p align="center"> “Desarrollo Económico y Enriquecimiento Cultural con Perspectiva de Género” Instituto Andaluz de la Mujer Servicio de Formación y Empleo INTERREG III A, España- Marruecos </p>	

3.2. Desarrollo de instrumentos y actividades de iniciativa propia.

Junto con las actividades y herramientas de comunicación presentadas –que han sido desarrolladas por la DG de Fondos Europeos-, y las realizadas por los órganos gestores del Programa de acuerdo con la normativa, algunos gestores y beneficiarios de las actuaciones han desarrollado una serie de medidas de iniciativa propia para reforzar la visibilidad de las anteriores actividades y acciones de difusión. Esta circunstancia supone un significativo **efecto multiplicador** y da muestra de la **notable concienciación** de algunos gestores sobre en estos temas.

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

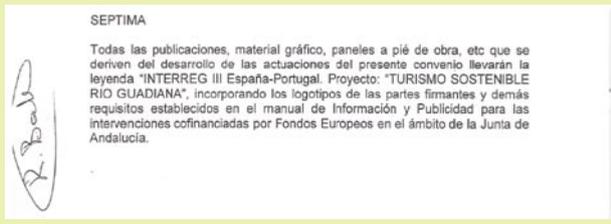
–en el caso de infraestructuras- o carteles –en el caso de ayudas a empresas-. No obstante, la utilización de instrumentos de información y publicidad de iniciativa propia no exime del cumplimiento de la normativa. En este sentido, ha podido comprobarse un amplio respeto de las disposiciones establecidas 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, a veces, que el de los instrumentos obligatorios.

Este hecho se justifica debido a una necesidad de mayor conocimiento de los requisitos exigidos al utilizar instrumentos de publicidad no convencionales, cuya elaboración, por consiguiente, suele conllevar dudas vinculadas a su novedad.

Por otra parte, las medidas de iniciativa propia destacan por su vistosidad y originalidad, así como por el impacto obtenido en relación con la difusión de qué parte de la financiación es europea.

De acuerdo con los datos obtenidos de la explotación de resultados del trabajo de campo realizado, aproximadamente, el 70% de los gestores entrevistados han llevado a cabo algún tipo de actuación propia. Entre otras, cabe destacar las pegatinas identificativas –que son colocadas en los equipamientos que son comprados con cargo a los proyectos cofinanciados-, o la inclusión, entre las cláusulas de los contratos, del cumplimiento –por parte de los beneficiarios del Programa España-Portugal- de lo establecido por el Manual de Publicidad editado por la DGFE (Tabla 25).

Tabla 25. Muestra de algunas de las acciones de publicidad, de iniciativa propia, elaboradas por los gestores de los Programas.

Órgano gestor	Instrumento
<p>Agencia Andaluza de Cooperación Exterior Consejería de Presidencia</p> <p>INTERREG III A España-Marruecos</p>	
<p>Consejería de Turismo, Comercio y Deporte DG Planificación y Ordenación Turística</p> <p>INTERREG III A España-Portugal</p>	
<p>EXTENDA Consejería de Turismo, Comercio y Deportes</p> <p>INTERREG III A España-Portugal</p>	<p>Han diseñado material de papelería específico para este proyecto con el logo del Programa <i>INTERREG III A España-Portugal</i>, por lo que todas las comunicaciones escritas hacen publicidad de la cofinanciación de esta iniciativa comunitaria.</p>

Órgano gestor	Instrumento
<p>Consejería de Obras Públicas DG Transportes</p> <p>INTERREG III A, España- Marruecos</p>	 
<p>Consejería de Gobernación DG Coordinación Políticas Migratorias</p> <p>INTERREG III A, España- Marruecos</p>	 

Como puede comprobarse en la tabla anterior, la tipología de acciones realizadas por propia iniciativa de los gestores es muy variada.

En el caso de la Agencia Andaluza de Cooperación Exterior, de la Consejería de Presidencia, la mención “Iniciativa Comunitaria INTERREG III” ha sido añadida al emblema de la Unión Europea, con el fin de tratar de subsanar la falta de un logo específico del Programa INTERREG España-Marruecos.

Por su parte, la DG Planificación y Ordenación Turística, de la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, incluye una cláusula en los contratos en la que se indica la obligación de insertar la leyenda “INTERREG III A, España-Portugal” en todo el material producido en el ámbito de los diferentes proyectos.

La Agencia Andaluza de Promoción Exterior (EXTENDA), de la Consejería de Turismo, Comercio y Deportes, utiliza material de papelería específico para los proyectos desarrolla-

dos en el ámbito de la iniciativa comunitaria INTERREG III A, España-Portugal, para evitar la no inclusión del emblema correspondiente en la correspondencia enviada en el marco de esta actuación.

Otra medida por propia iniciativa a destacar es la llevada a cabo por la DG de Coordinación de Políticas Migratorias, de la Consejería de Gobernación. Este órgano ha creado un *Manual Corporativo*, que establece las directrices a seguir en materia de información y publicidad, y que recoge los diferentes logos que deben ser incluidos en todo el material producido en los diversos proyectos. Este Manual ha sido editado tanto en versión libro, como en CD.

Asimismo, la DG de Transportes, de la Consejería de Obras Públicas, ha diseñado paneles informativos con el emblema de la iniciativa comunitaria INTERREG III A, que son utilizados con motivo de la organización de eventos de carácter informativo.

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

La importancia de la existencia de algún tipo de mecanismo o acción sistemática de control y seguimiento de las actuaciones informativas y publicitarias realizadas reside en dar perfecto cumplimiento a las disposiciones reglamentarias, en esta material; dado que la mayoría de las veces, como argumentan los gestores, no es suficiente con la entrega o remisión de estos requisitos a los beneficiarios de las ayudas, sino que es necesario estar pendiente, al final, de su puesta en práctica.

Del mismo modo que si se tienen en cuenta las restricciones humanas y presupuestarias para la gestión de los proyectos, es muy interesante conocer también qué medidas o actuaciones, de información y publicidad, tienen un mayor o menor éxito entre los demandantes.

En consecuencia, la implantación de este tipo de controles en la gestión de los Fondos comunitarios permite verificar el cumplimiento de la normativa vigente al respecto, así como cumplir con una función de seguimiento que identifique los problemas existentes y las dificultades que se puedan presentar, y su posible 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.

Efectivamente, se han comprobado los esfuerzos y la intensa labor que hace la DGFE que está siendo reforzada, además, con diversas asistencias técnicas para supervisar y verificar

los dispositivos de gestión y control de las actuaciones cofinanciadas por los INTERREG, 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 (por ejemplo, controles del artículo 4 y demás auditorias)- los gestores han aprendido y mejorado sustancialmente la aplicación de esta normativa, tal y como señalaron la practica totalidad de los gestores entrevistados.

No obstante, en el Plan de Información y Publicidad del INTERREG III A España-Portugal y de España-Marruecos sería interesante haber hecho constar, en un apartado específico, quiénes son los órganos responsables del cumplimiento de estos requisitos en los Programas –al igual que se hizo para el Plan de Información y Publicidad del POIA-. Es decir, sería recomendable incluir junto con las competencias de la DGFE, en este ámbito, cuáles son las correspondientes a los distintos beneficiarios finales que participan en estos dos Programas.

En este sentido, cabe destacar la implantación de algunos procedimientos alternativos por órganos gestores de los Programas España-Marruecos y España-Portugal, que son de utilidad a los objetivos específicos de control. Estos, unidos a la organización de seminarios y el envío de diversa documentación, desde la DG de Fondos Europeos, están facilitando el trabajo y el cumplimiento de la normativa por parte de los organismos involucrados, en lo relativo a las exigencias de publicidad.

En concreto, el 27% de los gestores de ambas Iniciativas Comunitarias afirmó haber recibido algún tipo de documentación relacionada desde la DGFE.

Además, el 50% de los gestores 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.

No obstante a lo anterior, entre los gestores del INTERREG III A España-Portugal existe la opinión generalizada 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. Justifican este comportamiento en base a la seguridad de que cumplen holgadamente con el Reglamento, máxime con los recursos que disponen. De ahí, 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 30% de ellas dispone de una persona específica responsable de esta materia-.

Por el contrario, entre los responsables del INTERREG III A España y el Norte de Marruecos se plantea la necesidad de un mayor control de las actuaciones informativas y publicitarias finalmente desarrolladas, debido al problema de origen, y fundamental, con el que se encuentran a la hora de publicitar los proyectos del Programa, consistente en la falta de un emblema propio y el desconocimiento certero, en consecuencia, de cómo comunicar o hacer referencia al Programa de cooperación transfronteriza.

En general, la mayor parte de los gestores no ha desarrollado ninguna herramienta o mecanismo concreto para controlar el cumplimiento de las medidas de información por parte de los beneficiarios. A pesar de ello, el 42% de los gestores entrevistados lleva a cabo medidas concretas de control interno, de diferente índole (Tabla 26), si bien cabe destacar que todos ellos se caracterizan por gestionar, además de los Programas INTERREG III A, otros fondos comunitarios y, particularmente, el POI de Andalucía.

Tabla 26. Documentos de control y seguimiento

Órgano gestor	Instrumento
Instituto Andaluz de la Mujer INTERREG III A España-Marruecos	
IDEA Consejería de Innovación INTERREG III A España-Portugal	Se ha sistematizado una revisión por parte de los técnicos a los diferentes proyectos previo pago de los mismos.
Consejería de Obras Públicas y Transportes DG Carreteras INTERREG III A España-Portugal	Se solicitan fotos de las vallas y se exigen modificaciones en las mismas en caso de no cumplimiento de la normativa.
Consejería de Gobernación DG de Coordinación de Políticas Migratorias INTERREG III A España-Marruecos	Se solicita a los gestores una copia de todo el material publicitario producido.
EXTENDA Consejería de Turismo, Comercio y Deportes INTERREG III A, España- Portugal	En caso de detectarse que las empresas beneficiarias no incluyen los logo, se les excluye del programa de ayudas.

Con el fin de comprobar la instalación de placas y vallas, en algunos casos, se han implantado la realización de visitas “in situ”, por parte de los técnicos de la Junta, a las instalaciones/obras que han recibido cofinanciación europea -como hacen en IDEA- que desde un principio precisa al beneficiario la condición de ligar parte de los pagos a la comprobación de este tipo de cumplimientos-. Aunque, en general, la práctica más habitual es solicitar fotos como prueba de la instalación de estos instrumentos. En todo caso, 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.

Por otro lado, el Instituto Andaluz de la Mujer (IAM) ha incorporado una referencia específica, en las certificaciones de los expedientes, para confirmar que se cumplen los requisitos normativos al respecto.

3.4. Orientaciones normativas, 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 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.

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 generales³, 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 llegue a los beneficiarios y a la población en general (artículo 69 del Reglamento (CE) 1083/2006 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 (puesto que éste desaparece) y, en consecuencia, la Autoridad de gestión deberá elaborar un Plan de Información y Publicidad único para cada uno de los Programas que gestione. Si bien existe la posibilidad de aunar en un sólo Plan de Información y Publicidad varios Programas al estar cofinanciados por un mismo Fondo, en este caso FEDER.
3. El Plan ha de ser enviado a la Comisión en los tres primeros meses de aprobación del Programa pertinente. En el segundo caso (un único Plan para más de un Programa), el Plan de Información y Publicidad ha de enviarse a la Comisión antes del 31 de diciembre de 2007.
4. No obstante, los requisitos de contenido establecidos para los Planes de Información y Publicidad no variarán en términos generales.
5. Asimismo, permanecen las acciones de seguimiento de los Planes, es decir:

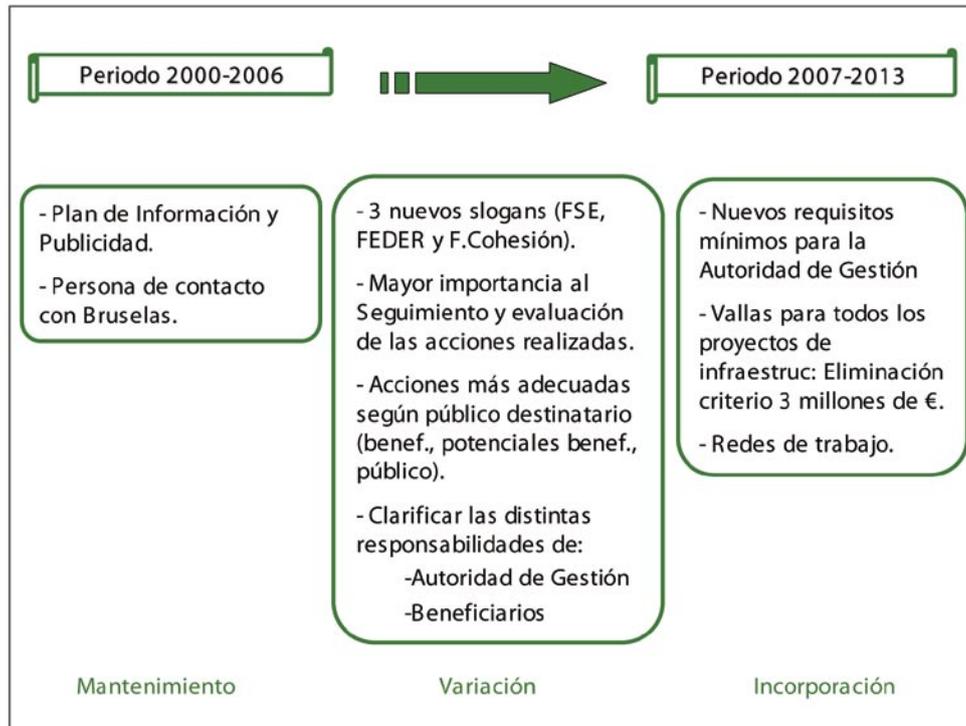
³ En la Jornada Europea sobre Información y Publicidad de los FFEE de la Comunidad de Madrid, que tuvo lugar en Madrid (Marzo 2005), Mr. Luigi Nigri (experto de la Comisión en publicidad de las actuaciones cofinanciadas por Fondos Estructurales) dejó patente la importancia de estos temas en la evolución 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

- ✓ 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, como en la evaluación intermedia 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.
6. De acuerdo con el **Artículo 9**, de características técnicas, se establece que:
- ✓ La información al público de las actuaciones cofinanciadas con fondos europeos debe incluir:
 - ✓ El emblema europeo
 - ✓ Referencia expresa a la Unión Europea
 - ✓ Referencia al Fondo correspondiente
 - ✓ El material promocional de pequeño tamaño tan sólo deberá contener el emblema de la Unión.
 - ✓ Se recomienda el uso de eslóganes para acompañar al emblema europeo y resaltar así la contribución de la Unión Europea. En particular, se propone el lema: Aquí Europa está invirtiendo en tu futuro.
7. Diferenciar y clarificar las responsabilidades de la Autoridad de Gestión de las correspondientes a los beneficiarios de las ayudas.
8. La **Autoridad de Gestión** debe informar a la opinión pública, con los medios de comunicación más adecuados para cada caso, sobre la aprobación de la Iniciativa Comunitaria, de sus principales logros y de su finalización. Para ello, además, se proponen, como requerimientos, los siguientes:
- ✓ Elaboración de, al menos, una campaña audiovisual en la que se resuman los principales logros obtenidos con el/los Programas/s –dependiendo de si existe un único Plan por Programa 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 cuyo coste total de la inversión supere los 200.000 euros.

9. 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 3 millones de euros 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.
 - ✓ 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.

10. 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.



Fuente: Elaboración propia

4. ALCANCE DE LAS ACTUACIONES INFORMATIVAS Y

PUBLICITARIAS EN CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS

ESPECÍFICOS COMUNITARIOS

Si bien en el capítulo anterior se analizó el grado de cumplimiento que daban los gestores de los Programas INTERREG III A, en Andalucía, a la normativa informativa y publicitaria europea, en este capítulo se avanza un paso más con el objetivo de valorar el alcance que, en la práctica, han tenido las actuaciones publicitarias e informativas desarrolladas dentro de este Plan de información y Publicidad -en términos de calidad y efectividad-.

Para este análisis se han considerado los principales objetivos que plantea el Reglamento comunitario para todo Plan de Información y Publicidad de fondos europeos. En consecuencia:

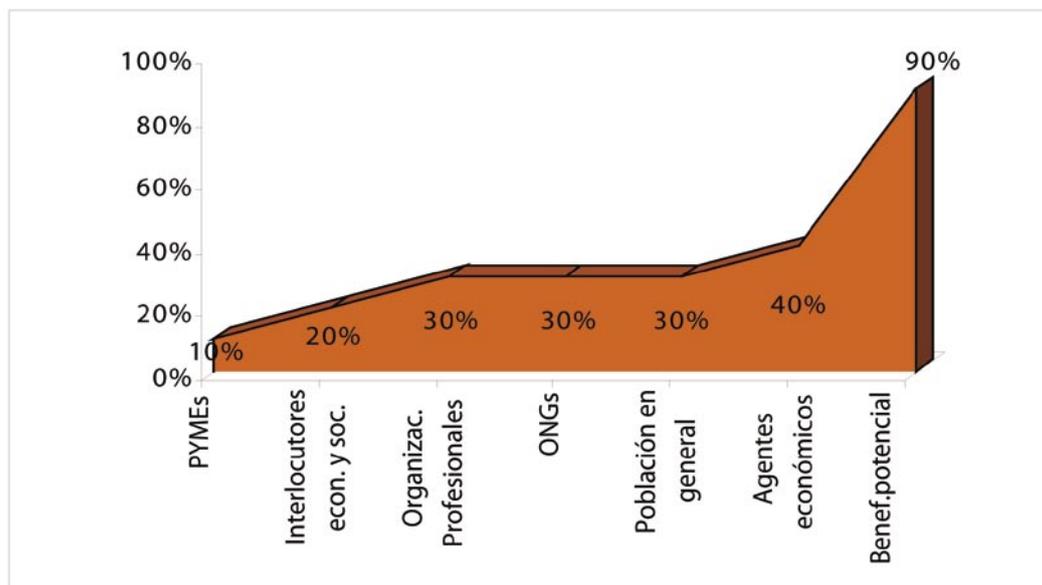
- ✓ Se evalúa el Plan en términos de **transparencia**, para lo cual se ha tenido en cuenta la valoración que han realizado los gestores del impacto de estas actividades sobre los Beneficiarios.
- ✓ Se valora el Plan en términos de **concienciación pública**; esto es, del posible impacto del Plan sobre la ciudadanía andaluza (resultados obtenidos a partir de las encuestas realizadas a la opinión pública).

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

El diseño de los instrumentos publicitarios e informativos ha de tener en cuenta, fundamentalmente, cuál es el público objetivo al que van dirigido. De esta forma, una de las cuestiones que se planteó a los gestores de los Programas del Plan, fue cuáles habían sido los principales destinatarios de las actuaciones publicitarias e informativas que habían realizado.

El Gráfico 1 muestra cómo la mayoría de las acciones publicitarias emprendidas por los gestores se centraban en los beneficiarios potenciales. Asimismo, las ONGs y diferentes organizaciones intermedias también han sido objeto de las herramientas utilizadas. En todo caso, aunque de forma indirecta, la información publicada por los gestores también se ha puesto a disposición de la población en general. No existen diferencias significativas por Programa.

Gráfico 1. Alcance de las medidas informativas y publicitarias realizadas, de acuerdo con la opinión de los gestores entrevistados.



Fuente: Elaboración propia

Como cabe esperar, los proyectos cuyo volumen es más reducido y,, benefician a un menor número de personas, tienen, por lo general, una repercusión global menor que aquellos otros proyectos cuyos beneficios son extensibles a amplios segmentos de la población y/o territorio, a los que van asociadas una mayor diversidad de medidas informativas y publicitarias.

En cualquier caso -y esta circunstancia es también extensible a ambos Programas- los gestores entrevistados subrayan la falta de cooperación en estos temas, e incluso de coordinación con los gestores del otro país, es decir, de la zonas del Algarve-Alentejo y Norte de Marruecos.

De cualquier modo, el impacto que han tenido, finalmente, estas acciones informativas y publicitarias sobre el destinatario de las mismas debe ser analizado aparte. Para ello, una alternativa factible consiste en valorar la eficacia de las actuaciones realizadas en base al objetivo de transparencia perseguido, analizando para ello:

- ✓ Los efectos de las mismas sobre la demanda de las ayudas
- ✓ La opinión de los gestores sobre cuáles son los instrumentos que, de acuerdo con su experiencia, tienen una mayor repercusión.

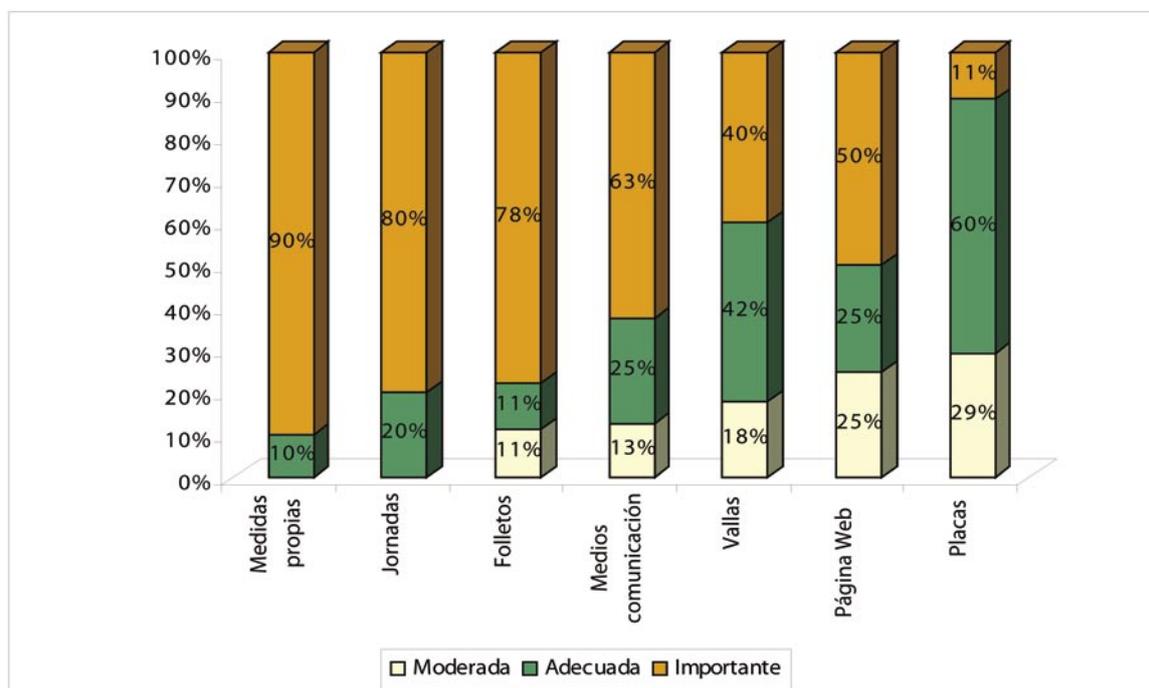
Según los datos obtenidos de las entrevistas a los gestores, el 70% de éstos afirma que la puesta en práctica de estas actuaciones –no sólo en los proyectos analizados, sino en su

quehacer habitual- ha derivado en una mayor demanda de las ayudas por parte de los beneficiarios. Este resultado es aún mayor (80%) en el caso del INTERREG III A España-Portugal.

No obstante, independientemente del Programa, lo que todos los gestores afirman es que no sólo han aumentado el número de acciones informativas y publicitarias realizadas a lo largo de este periodo, sino que, además, son cada vez más estrictos y exigentes en cuanto al cumplimiento de este tipo de requisitos.

Por otro lado, entre los numerosos instrumentos de publicidad e información que se utilizan para dar a conocer las actuaciones de ambos Programas -como se ha puesto de manifiesto en el capítulo 3- no todos han tenido el mismo éxito o impacto entre sus destinatarios. Las medidas propias, las jornadas, materiales específicos y las publicaciones en medios de comunicación son los instrumentos mejor considerados entre los gestores, de ambos Programas, dada su eficacia observada (Gráfico 2).

Gráfico 2. Valoración de los gestores del grado de repercusión de los distintos instrumentos informativos y publicitarios empleados, según el proyecto.

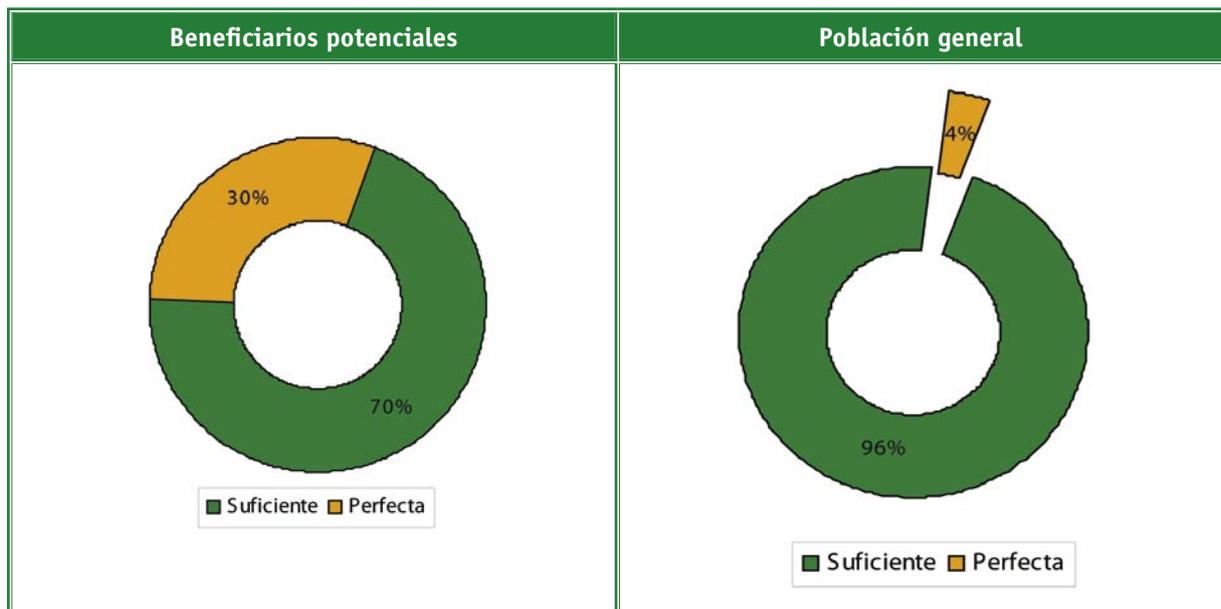


Fuente: Elaboración propia

En base a todo lo anterior, los gestores son conscientes de la importancia de la implementación de este tipo de actuaciones. De acuerdo con su opinión y experiencia, afirman que desarrollan las acciones necesarias para que los beneficiarios de las actuaciones sean conscientes de que las ayudas que reciben están cofinanciadas con fondos europeos. De este modo, según la opinión de los gestores entrevistados, con las acciones de publicidad

realizadas para los beneficiarios de las ayudas se ha logrado el reconocimiento del papel europeo; aunque reconozcan que existen aún márgenes de mejora (Gráfico 3). Sobre todo, en relación con el reconocimiento generalizado entre la población andaluza; más aún en el caso del INTERREG III A de España- Marruecos.

Gráfico 3. Alcance de las actuaciones sobre beneficiarios potenciales y población andaluza, de acuerdo con la opinión de los gestores entrevistados.



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 dar a conocer la participación comunitaria en el conjunto de la sociedad no sólo dependen de las desarrolladas por los órganos gestores de los Programas INTERREG, sino también de las realizadas desde la DG de Fondos Europeos de la Junta de Andalucía.

Por lo general, y como responde a las responsabilidades asumidas en materia de información y publicidad, el impacto promocional de las actuaciones aplicadas por los órganos gestores es mayor entre los colectivos directamente afectados por los proyectos, mientras que las diseñadas por la Autoridad de Gestión tienen, como principal objetivo, a la población en general -como ya se ha puesto de manifiesto-.

En particular, el 70% de los gestores de los Programas INTERREG III A de Andalucía entrevistados considera que, a través de las medidas informativas y publicitarias que se realizan

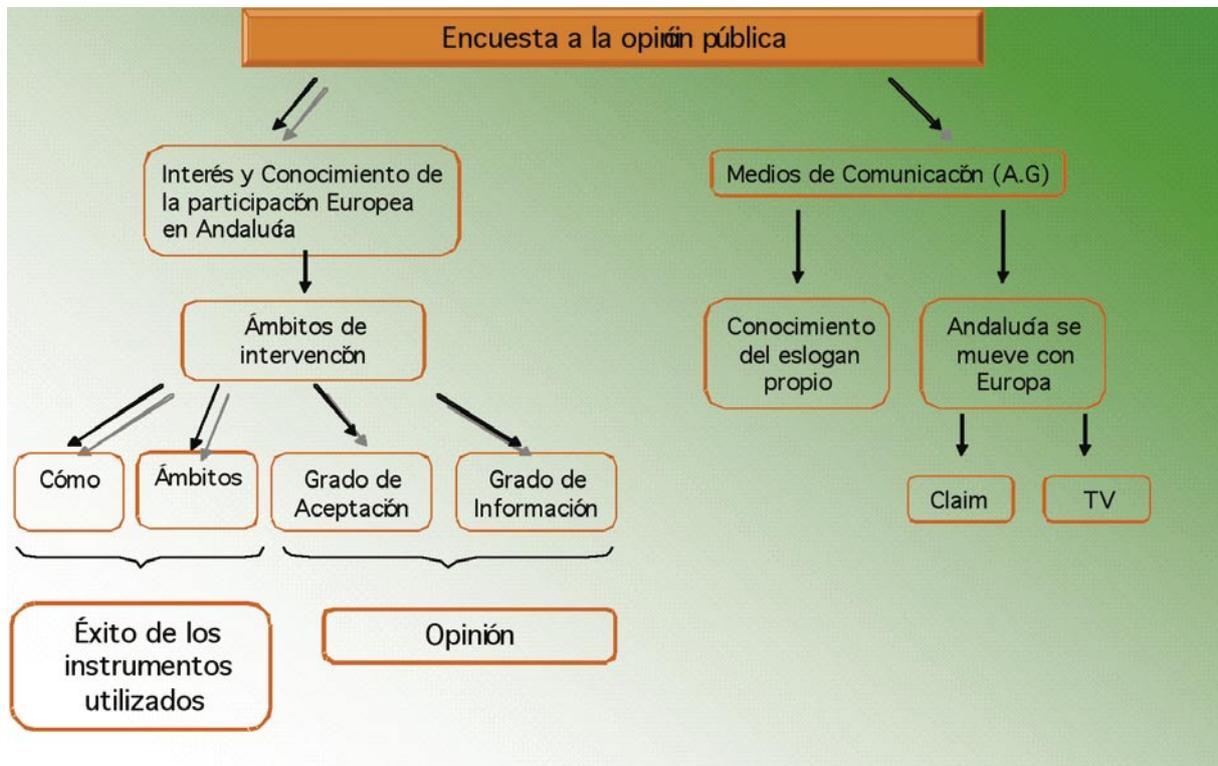
desde la Junta, se ha conseguido un reconocimiento **considerable** del papel y del apoyo que ofrecen los Fondos Europeos a Andalucía, mientras que por el contrario un 30% de los gestores cree que el reconocimiento es todavía **insuficiente**.

No obstante, cabe diferenciar estos resultados de acuerdo con los gestores de ambos Programas. Aproximadamente, las dos terceras partes de los gestores entrevistados que consideran necesario poner más énfasis en la publicidad, para dar a conocer el Programa entre la ciudadanía andaluza, son del INTERREG III A de España-Portugal.

Con objeto de comprobar y cuantificar estos resultados para valorar el éxito de las actuaciones informativas y publicitarias realizadas, el equipo evaluador, en consenso con la DG de Fondos Europeos, diseñó dos encuestas para la población andaluza –similares para cada Programa, véanse el capítulo metodológico y el anexo III- para poder evaluar el Plan, ante la falta de indicadores de seguimiento (como sí se disponen, en cambio, para otros ámbitos de la gestión: indicadores de realización, resultado e impacto).

El Esquema 9 muestra cuáles son los principales objetivos de dicha 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-. Y por otro lado, conocer el impacto o penetración que ha tenido la campaña publicitaria e informativa, realizada por la DGFE, sobre la población.

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



Fuente: Elaboración propia

A partir de los resultados obtenidos de las encuestas a la población, una vez depurados y relativizados los datos -y con la prudencia con la que éstos han de ser valorados- se ha observado, en líneas generales, un notable interés, por parte de los andaluces encuestados, por la actividad europea en Andalucía. Al igual que se ha comprobado el elevado grado de aceptación y concienciación positiva sobre los beneficios que esta intervención genera, en términos de calidad de vida de sus ciudadanos. Sin embargo, los niveles de conocimiento global sobre estas actividades conjuntas, y de cooperación, denotan la necesidad de implementación de nuevas o mayores actividades, o instrumentos de difusión, diferentes según cada Programa.

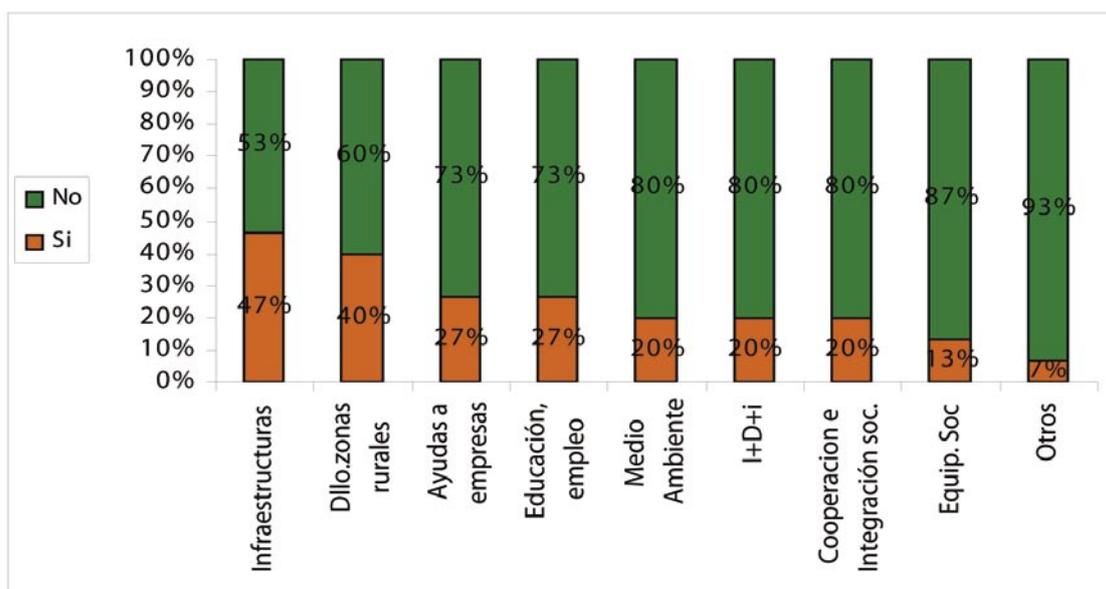
4.2.1. Caso particular del Programa INTERREG III A España-Portugal.

De acuerdo con los resultados de la encuesta realizada a la opinión pública andaluza para este Programa:

- ✓ La mayor parte de la población encuestada (70%) manifiesta un elevado interés en todo lo relacionado con la Unión Europea. El resto de los encuestados afirma tener poco interés en las noticias relativas a la misma.

- ✓ No obstante, a pesar del significativo interés y conocimiento de la actividad europea en la región, sólo el 25% de la población encuestada tiene conocimiento de la actuación conjunta de cooperación con la zona portuguesa de Algarve – Alentejo.
- ✓ En concreto, entre los que conocen o han oído hablar de estas actividades de cooperación en concreto, sobresalen los ámbitos de las infraestructuras y las inversiones en zonas de desarrollo rurales como las actuaciones más conocidas (Gráfico 4) por encima de las ayudas a empresas, empleo, medio ambiente y demás. Entre los aspectos menos conocidos, destacan las acciones desarrolladas en materia de cooperación e integración social.

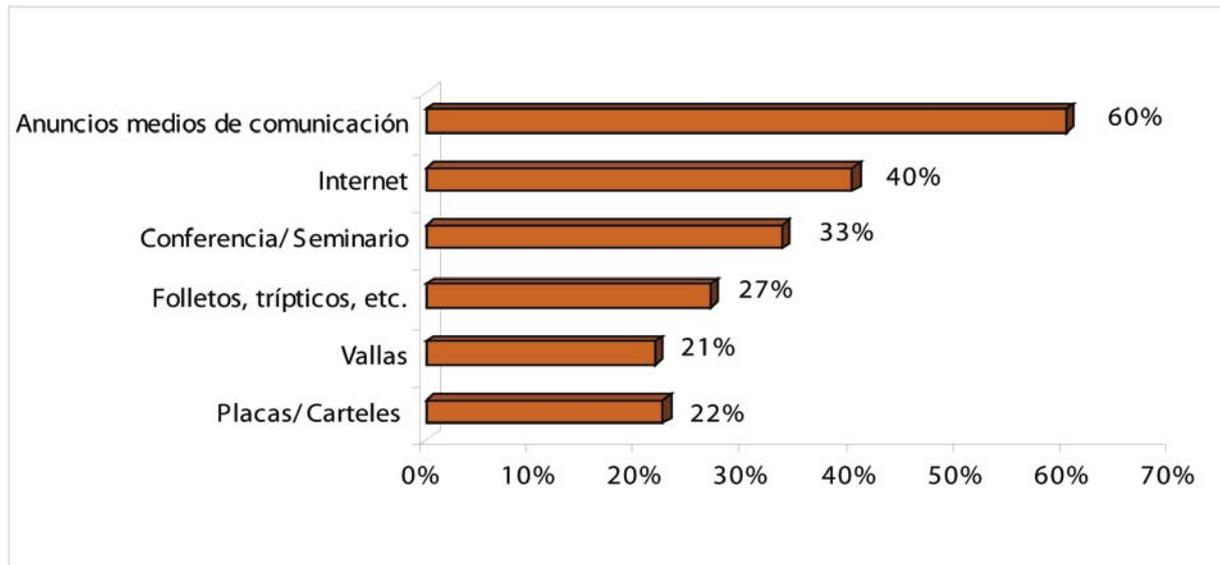
Gráfico 4. Nivel de conocimiento de la población encuestada de los ámbitos en los que invierte la Unión Europea en Andalucía y en cooperación con la zona del Algarve-Alentejo portugués.



Fuente: Elaboración propia

- ✓ Es significativo que el 48% de los encuestados que conocen las inversiones entre Andalucía y la zona portuguesa del Algarve-Alentejo, cofinanciadas por la UE, conoce algún proyecto concreto.
- ✓ Como muestra del diferente éxito informativo de los instrumentos publicitarios utilizados el Gráfico 5 relaciona, ordenadamente, los instrumentos que han obtenido un mayor éxito, dado que constituyen los principales medios por los que los encuestados han conocido la existencia de este tipo de actuaciones. Por delante de todos, cabe resaltar la importancia de la utilización de los medios de comunicación e Internet.

Gráfico 5. De qué modo han tenido conocimiento los ciudadanos de proyectos concretos cofinanciados con fondos europeos.



Fuente: Elaboración propia

- ✓ La cooperación con Portugal constituye un tema significativo entre los andaluces tal y como reflejan los datos de la encuesta cuando se les preguntó su opinión a cerca de las actuaciones desarrolladas para favorecer el desarrollo y la cooperación con la zona portuguesa del Algarve-Alentejo. En particular, el 50% de los encuestados lo consideró importante, y un 32% muy importante. Aunque, un 10% que conocía este tipo de actuaciones, no sabía que se trabajaba e invertía con este objetivo.
- ✓ Independientemente de ser conocedores o no de las actividades desarrolladas por el INTERREG IIIA de España-Portugal, la mayor parte de los encuestados (75%) considera que estas ayudas mejoran bastante/mucho las relaciones entre ambos países y se generan beneficios a favor de los ciudadanos de ambos. Sólo un 22% considera que estos beneficios son poco destacables.
- ✓ Entre los ciudadanos andaluces, el modo y lugar de acceso a las ayudas constituye uno de los principales focos de desconocimiento dentro del ámbito europeo; aunque menor, en el caso de que conozcan este tipo de actuaciones. En particular, son las mujeres las que mayores problemas se encuentran para saber como acceder a las oportunidades que el Programa les ofrece.
- ✓ Por otro lado, el 20% de los encuestados conoce o ha visto alguna vez, el eslogan "Unidos para el desarrollo" utilizado en la campaña de publicidad. Porcentaje que asciende hasta el 27% entre los ciudadanos encuestados que conocen estas actuaciones de cooperación.

- ✓ Finalmente, respecto a la consideración de los ciudadanos de hasta qué punto se les informa sobre este tipo de actuaciones, la mayoría cree estar poco informado. Los resultados, como muestra la Tabla 27, son mejores en caso de que el individuo conozca la existencia de alguna de estas actuaciones del INTERREG III A España-Portugal.

Tabla 27. Porcentaje de ciudadanos que se considera mejor o peor informados sobre aspectos relacionados con el INTERREG III A España-Portugal.

Ciudadanos encuestados		Ciudadanos que conocen este tipo de actividades		Ciudadanos que conocen algún/os proyecto/s en concreto	
10%	Bastante	33%	Bastante	21%	Bastante
70%	Poco	53%	Poco	71%	Poco
18%	Nada	13%	Nada	7%	Nada

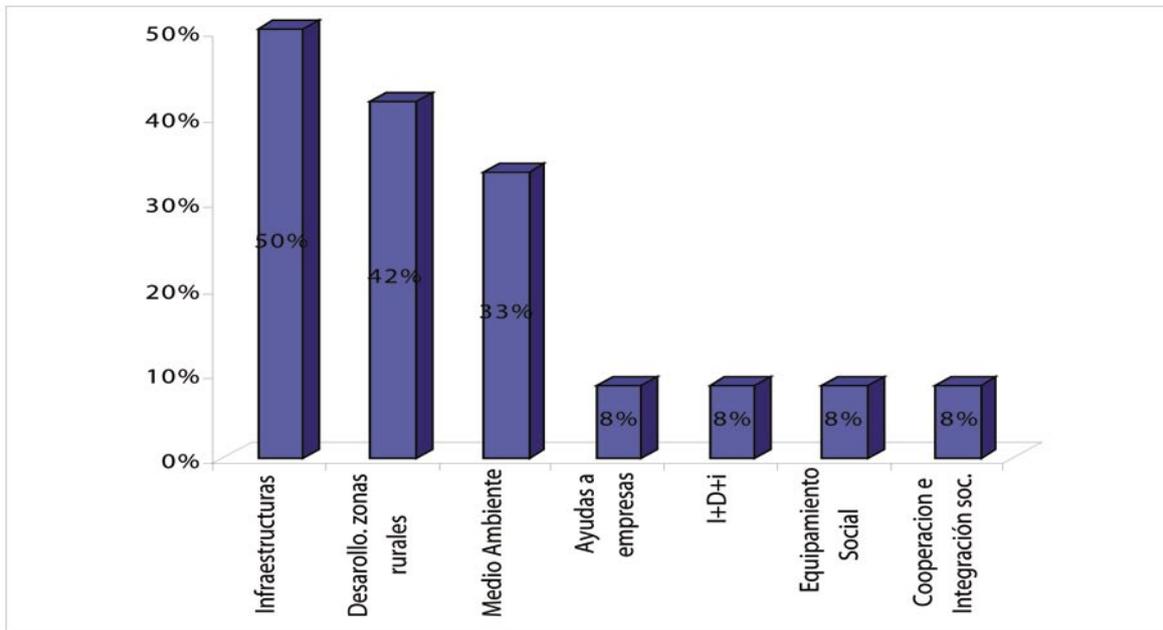
Fuente: Elaboración propia

4.2.2. Caso particular del Programa INTERREG III A España-Marruecos.

Por otro lado, los resultados de la explotación de la encuesta a la población sobre las características de este Programa revelan lo siguiente:

- ✓ Se ha detectado un bajo interés entre los ciudadanos encuestados por las noticias relacionadas con la Unión Europea. En concreto, el 48% de los encuestados afirma tener poco interés en estos temas, un 31,5% mucho/bastante y un 20,5% ninguno.
- ✓ Respecto al grado de conocimiento sobre las actuaciones desarrolladas por la Junta, el 18,5% de los encuestados sabe que Europa está invirtiendo con objeto de facilitar la integración de la región con el Norte de Marruecos y de reforzar así ambos territorios.
- ✓ Entre los ciudadanos encuestados que conocen, en cierta manera, el Programa, el 42% conoce algún proyecto concreto.
- ✓ De acuerdo con los ámbitos de intervención del Programa, la mayoría de los encuestados conoce actuaciones relacionadas con las infraestructuras, aunque también predominan las desarrolladas en las zonas menos favorecidas y las de carácter medio ambiental (Gráfico 6).

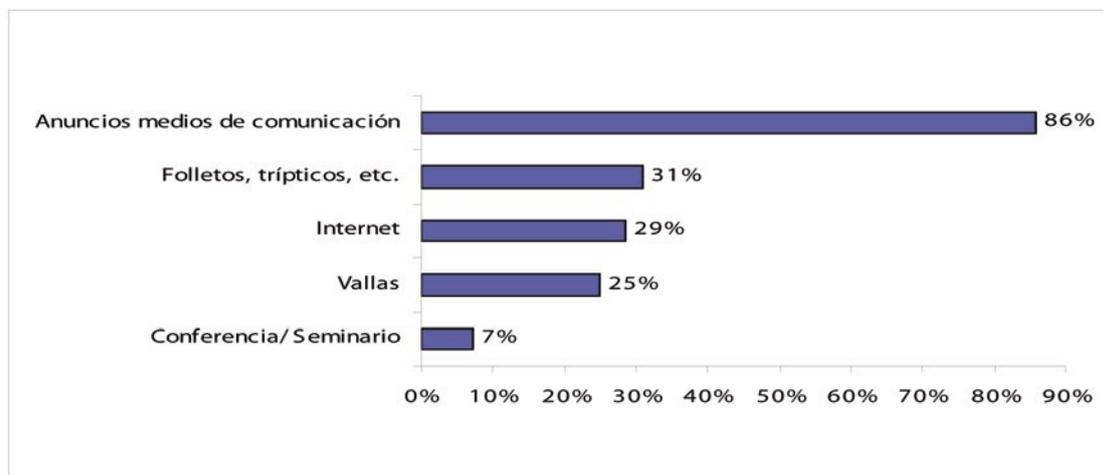
Gráfico 6. Conocimiento diferenciado de la población encuestada sobre los ámbitos en los que invierte la Unión Europea en Andalucía y en cooperación con la zona del Norte de Marruecos.



Fuente: Elaboración propia

- ✓ El éxito de los instrumentos informativos y publicitarios utilizados durante el desarrollo del Programa, como cabe esperar, no ha sido el mismo. Como se observa en el Gráfico 7 los anuncios en los medios de comunicación -léase en prensa, televisión y radio- destacan sobremedida sobre el resto de herramientas.

Gráfico 7. De qué modo han tenido conocimiento los ciudadanos que la UE invierte en la región en proyectos concretos cofinanciados con fondos europeos.



Fuente: Elaboración propia

- ✓ Por otro lado, cabe destacar que, a pesar del desconocimiento y desinterés detectado, la ciudadanía encuestada muestra una percepción significativamente positiva:
- ✓ El 52% de los entrevistados considera muy importante o importante que se trabaje conjuntamente para la consecución de los objetivos perseguidos por el Programa –cifra que asciende hasta el 67% en el caso de contemplar sólo a los ciudadanos que saben que se están desempeñando este tipo de actividades-.
- ✓ Por el contrario, entre los que no conocían estas actuaciones, el 70% piensa que la intervención genera bastantes beneficios para ambos países
- ✓ En general, en torno al 65% de los encuestados considera que las actuaciones desarrolladas favorecen la calidad de vida de andaluces y marroquíes.
- ✓ El acceso a las ayudas vuelve a constituirse como una de las principales cuestiones que se plantean los encuestados, aunque de nuevo, en menor medida entre los que conocedores de estas actuaciones. Las ayudas a jóvenes y mujeres son las que más dudas suscitan.
- ✓ Cuando se preguntó a los ciudadanos por el eslogan utilizado en la campaña publicitaria del Programa, el 7% reconoció la frase “*Es el momento de cooperar*”. Un uno por ciento más entre los que conocían la existencia de estos proyectos.
- ✓ Por último, la sensación que tienen los ciudadanos encuestados de estar informados a cerca de las cuestiones de carácter europeo que se desempeñan en la región, es en términos relativos poco favorecedora. Aunque, de nuevo, los resultados obtenidos de la encuesta, entre los que “conocen” el Programa, revelan mayor satisfacción.

Tabla 28. Porcentaje de ciudadanos que se considera mejor o peor informados sobre los aspectos relacionados con el INTERREG III A España-Marruecos.

Ciudadanos encuestados (%)		Ciudadanos que conocen este tipo de actividades (%)		Ciudadanos que conocen algún/os proyecto/s en concreto	
25%	Bastante	25%	Bastante	28%	Bastante
50%	Poco	50%	Poco	53%	Poco
8%	Nada	8%	Nada	14%	Nada

Fuente: Elaboración propia

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

El Reglamento (CE) 1159/2000 establecía entre sus exigencias, la evaluación de las medidas de información y publicidad desarrolladas en los Programas a lo largo de todo el periodo de programación. Para facilitar esta tarea, la Comisión propuso en la *Guía Práctica sobre la Comunicación de los Fondos Estructurales, 2000-2006* utilizar indicadores de medición, algunos de ellos concretos, para poder evaluar la calidad y efectividad de las medidas informativas y publicitarias desarrolladas dentro de los planes de información y publicidad de los Programas (Tabla 29).

Tabla 29. 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	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 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	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 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 mejora	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Mejoría efectiva de los instrumentos/métodos utilizados por el Plan en relación con los inicialmente planificados
	Indicadores presupuestarios	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Evaluación de los recursos financieros utilizados para la puesta en práctica de las acciones publicitarias e informativas
Calidad		<ul style="list-style-type: none"> ✓ Cada producto/método tiene un indicador específico

Fuente: *Guía Práctica sobre la Comunicación de los Fondos Estructurales, 2000-2006*.

Sin embargo, ante la falta de indicadores específicos –como se disponen para otros ámbitos en Fondos 2000- el diseño de los indicadores se ha realizado durante la evaluación del Plan de Información y Publicidad, lo que ha motivado que algunos de ellos no hayan podido ser, finalmente, desarrollados o, al menos, no con la intensidad con la que se hubiera deseado.

En consecuencia, el equipo evaluador ha diseñado numerosos indicadores, a partir de 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 de los Programas INTERREG III A en Andalucía y por la propia DGFE (Tabla 30).

Tabla 30. Indicadores definidos para la medición de los principales objetivos perseguidos en el Plan de Información y Comunicación de los INTERREG España-Portugal y España-Marruecos.

Tipo de Indicador		Indicadores Diseñados
Impacto	Transparencia	<p>100% gestores considera, al menos suficiente, la información llega a lo beneficiarios sobre la cofinanciación.</p> <p>100% de los gestores considera que las acciones publicitarias realizadas garantizan la transparencia.</p> <p>22% de la población encuestada se considera informada de las acciones comunitarias en la región.</p> <p>78 % de los proyectos especifican en las solicitudes/comunicaciones, etc. de las ayudas alguna referencia a la cofinanciación (emblema europeo, indicación del fondo participante, etc.).</p>
	Transparencia	<p>50% de los gestores han recibido formación sobre requisitos publicidad.</p> <p>90% de los gestores posee suficientes conocimientos de la normativa.</p> <p>95% de los gestores conoce el manual.</p> <p>60% de los gestores conoce el Plan de Información de los INTERREG III A España-Portugal y España-Marruecos.</p> <p>70% de los gestores ha recibido algún tipo de documentación para la mejor gestión publicitaria de los FFE.</p> <p>100% de los gestores del Programa España-Portugal conoce los requisitos de emblema propio.</p> <p>67% de los gestores instruyen/forman a los distintos beneficiarios sobre las obligaciones publicitarias.</p>
Concienciación	Cumplimiento normativo	<p>67% de los proyectos cumplen las condiciones de presentación del material informativo y publicitario.</p> <p>100% proyectos de infraestructuras cumplen los requisitos en lo relativo a las vallas.</p> <p>90% de proyectos de ayudas a empresas a empresas en los que se cumplen las exigencias de colocación de placas.</p> <p>100% de los proyectos analizados del Programa de España-Portugal incorporan en su publicidad el emblema propio.</p>
	Conocimiento del Programa	<p>22% de la población encuestada conoce que el Programa.</p> <p>41% de la población encuestada que sabe que la UE invierte en Andalucía conoce que invierte en dilo. Zonas rurales.</p> <p>49% de la población que sabe que la UE invierte en Andalucía conoce que invierte en infraestructuras.</p> <p>27% de la población que sabe que la UE invierte en Andalucía conoce las inversiones en el ámbito del Medio Ambiente.</p> <p>9% de la población que sabe que la UE invierte en Andalucía conoce que invierte en I+D+i .</p> <p>27% de la población que sabe que la UE invierte en Andalucía conoce que invierte en formación, educación y empleo.</p> <p>11% de la población que sabe que la UE invierte en Andalucía conoce que invierte en sanidad y equipamientos sociales.</p> <p>14% de la población que sabe que la UE invierte en Andalucía conoce que invierte para mejorar la cooperación entre Andalucía y Portugal y Marruecos.</p>
	Concienciación	<p>51% de la población encuesta manifiesta gran interés en las noticias relacionadas con la UE.</p> <p>73% de la población encuestada considera que la actividad europea en la región genera beneficios a favor de la calidad de vida de los andaluces.</p> <p>70% de los gestores que conocen la normativa afirman que es suficiente para garantizar el reconocimiento del papel de los FFE entre el conjunto de la sociedad andaluza.</p>

<p>Efectividad</p>	<p>Resultado</p>	<p>Visibilidad</p>	<p>23% de la población que conoce la actividad europea en la región ha tenido conocimiento de proyectos cofinanciados a través de vallas. 73% 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. 29% de la población que conoce la actividad europea en la región ha tenido conocimiento de proyectos cofinanciados a través de folletos o trípticos. 35% de la población que conoce la actividad europea en la región ha tenido conocimiento de proyectos cofinanciados a través de Internet. 22% de la población que conoce la actividad europea en la región ha tenido conocimiento de proyectos cofinanciados a través de placas y/o carteles. 20% de la población que conoce la actividad europea en la región ha tenido conocimiento de proyectos cofinanciados a través de algún seminario o jornada.</p>
		<p>Difusión</p>	<p>9 diarios, de ámbito nacional y regional, han publicado artículos referentes a los Programas INTERREG IIIA en actuaciones competencia de la Junta de Andalucía. 2 modelos de anuncio en la prensa de las provincias de Cádiz, Málaga y Huelva (1 para cada uno de los Programas INTERREG). 2 noticias estrella (1 para cada Programa) han sido publicadas. 2 modelos de vallas exteriores en las provincias de Huelva, Málaga y Cádiz. 5.000 ejemplares del documento descriptivo de los Programas INTERREG III A, España-Marruecos y España-Portugal. 2 modelos de dípticos distribuidos en prensa andaluza (1 para cada Programa). 3 sets de prensa para dar publicidad a las diferentes jornadas y conferencias.</p>
		<p>Intensidad Mediática</p>	<p>Publicaciones en los diarios de mayor tirada nacional y regional.</p>
		<p>Divulgación</p>	<p>27% de los gestores conoce la revista Huella. 100% de las jornadas organizadas difunde documentación relevante relativa a la cofinanciación correspondiente. 1 jornada internacional específica sobre información y publicidad de los Fondos Europeos. 2.000 ejemplares del <i>Plan de Información y Publicidad INTERREG III A de los Programas España-Portugal y España-Marruecos</i> han sido distribuidos entre las diferentes DGs y Delegaciones Provinciales, entre otros organismos.</p>
		<p>Satisfacción</p>	<p>90% de los gestores afirma que la demanda de ayudas ha incrementado con los años fruto de las actividades informativas y publicitarias.</p>
		<p>Efectividad</p>	<p>Numerosas jornadas y seminarios organizados específicamente sobre INTERREG III. 100% de las Consejerías han participado en jornadas sobre los requisitos referentes a las actuaciones cofinanciadas.</p>
		<p>Efecto dominó</p>	<p>50% de los gestores considera haber obtenido un efecto dominó con este tipo de actuaciones desarrolladas que ha derivado</p>
		<p>Mejora</p>	<p>100% de los gestores han incrementado las medidas publicitarias e informativas a lo largo de este periodo. Se han intensificado en un 25% las actuaciones inicialmente previstas en el Plan de Información y Publicidad, 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 19%.</p>
		<p>Mejoría</p>	<p></p>

Calidad	Calidad	<p>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.</p> <p>42% de los gestores han implementado mecanismos internos de control para verificar el cumplimiento de los requisitos.</p> <p>30% de los gestores tienen una persona encargada de estos temas informativos y publicitarios.</p> <p>Los anuncios y trípticos han sido difundidos en los periódicos nacionales y regionales con mayor tirada de Andalucía.</p>
	Atractivo visual	<p>Gran calidad de las vallas publicitarias: imágenes sugestivas y eslóganes impactantes.</p> <p>Equilibrio adecuado entre texto e imagen en los dípticos publicitarios.</p>
	Página Web	<p>Muy frecuente actualización de la página web de la Junta de Andalucía.</p> <p>Elevado contenido de elementos de la política de cooperación transfronteriza.</p> <p>Información muy accesible.</p> <p>Presentación muy bien estructurada.</p> <p>Enlace a temas de información y publicidad en la página principal.</p> <p>Presentación atractiva.</p> <p>Fácil navegación.</p>

Fuente: *Elaboración propia*

Dado el volumen de indicadores 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 31 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 INTERREG III A de los Programas España-Portugal y España-Marruecos* 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 31. Valoración de la efectividad y calidad del Plan de los INTERREG III A España-Portugal y España-Marruecos en función de los indicadores de medición diseñados.

EFECTIVIDAD				CALIDAD
Impacto		Resultado	Mejoría	
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

La evaluación del Plan de Información y Publicidad de los INTERREG III A España-Portugal y España-Marruecos ha permitido, por un lado, valorar el conocimiento y cumplimiento de la normativa comunitaria, en este ámbito, así como la calidad de las medidas que han sido aplicadas y, por otro, analizar el impacto que han tenido estas acciones, tanto sobre la opinión pública, como sobre los beneficiarios potenciales y finales de las ayudas.

A partir de los resultados del presente documento se extraen, a continuación, diversas conclusiones y recomendaciones que servirán de base para mejorar el cumplimiento de la normativa comunitaria en esta materia, sobre todo, de cara al próximo periodo 2007-2013.

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

- La aplicación del Plan de Información y Publicidad de los INTERREG III A.
- El conocimiento y aplicación de la normativa por los gestores.
- El impacto de las actuaciones informativas y publicitarias realizadas.
- La mejora de la eficacia de los Planes de Información y Publicidad para el próximo periodo.

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 clara, tanto a una mejor comprensión de las mismas, como para una visión más completa del grado de cumplimiento de la normativa europea y del Plan de Información y Publicidad de los INTERREG III A España-Portugal y España-Marruecos.

5.1. Conclusiones y Recomendaciones sobre el diseño y la aplicación del Plan de Información y Publicidad de los INTERREG III A España-Portugal y España-Marruecos.

1. El Plan de Información y Publicidad de los INTERREG III A España-Portugal y España-Marruecos es de una **notable calidad**. Destaca, además, por ser pionero dentro de los Programas INTERREG, así como por lo ambicioso de su contenido –al margen de lo estipulado en los Complementos de Programas- y su materialización efectiva.

2. Los **objetivos** del Plan de Información y Publicidad –esto es, dar a conocer los Programas de cooperación transfronteriza, garantizar la transparencia de los Programas INTERREG, fomentar el conocimiento de la cooperación económico-social e informar a la opinión pública andaluza de la existencia de dichas iniciativas comunitarias- están siendo significativamente alcanzados.
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. La sección de Fondos Europeos de la **página Web** de la Consejería de Economía y Hacienda se caracteriza por una elevada calidad, tanto por su utilidad, como su claridad, además de su diseño.
5. La página web resulta, por otra parte, un instrumento fundamental en la gestión de proyectos de cooperación transfronteriza, debido a la dimensión territorial de los proyectos. Por ello, a través de la misma se facilita la puesta en común con los gestores de Portugal y Marruecos.
6. 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 a la bandera comunitaria, máxime para los proyectos pertenecientes a la Iniciativa España-Marruecos.
 - ✓ Confusión referente a la utilización del claim “*Andalucía se mueve con Europa*”.
 - ✓ Dudas acerca de cuáles son los instrumentos obligatorios y ciertas indecisiones sobre cuándo han de ser utilizados –sobre todo en lo relativo a la forma de especificación del Programa en los instrumentos o acciones publicitarias-.
7. La DGFE es la responsable, junto con los órganos gestores implicados en los Programas, 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. Aún así, sería conveniente es-

pecificar en el Plan quiénes son los responsables de cumplimiento de la normativa, en cada momento, y cuáles son sus responsabilidades.

Recomendaciones para la mejor aplicación del Plan de Información y Publicidad de los INTERREG III A España-Portugal y España-Marruecos

- Incluir en el Manual un apartado específico para cada uno de los programas de cooperación transfronteriza: España-Marruecos y España-Portugal.
- Aclarar, en posteriores ediciones del Manual, que en el caso de Iniciativas comunitarias el emblema comunitario sigue siendo la bandera con las palabras Unión Europea y, de forma opcional, con la referencia, también, al FEDER.
- Incluir un apartado en el Plan en el que se detalle quiénes son los responsables del cumplimiento de la normativa, en cada momento, y cuáles son sus responsabilidades en esta materia.
- Incluir en posteriores Planes de Información y Publicidad una mención a los presupuestos indicativos, tal y como establece el Reglamento (CE) nº 1159/2000, de 30 de mayo de 2000, al respecto.

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 de los INTERREG III A en Andalucía.

8. El elevado conocimiento de la normativa publicitaria, por parte de los órganos gestores, ha sido consecuencia de los continuos esfuerzos realizados desde la DGFE –a través de las publicaciones, página web, seminarios e instrucciones realizadas y, sobre todo, de los controles solicitados por ésta- dada la dificultad de seguimiento, por sí solo, del Reglamento 1159/2000.
9. No obstante, existen ciertos aspectos sobre los que los gestores de los Programas continúan mostrando cierto desconocimiento y sobre los que será necesario incidir en un futuro, a pesar de la notable mejora observada, en términos de cumplimiento de la normativa (referencia a la cofinanciación, estructura del emblema, utilización y seguimiento de los instrumentos publicitarios obligatorios, etc.).
10. En este sentido, destacan los problemas detectados en el Programa de España-Marruecos derivados de la falta de un emblema propio -como sí se dispone en el INTERREG III A España-Portugal- y que genera confusión entre los gestores del mismo, dado que no saben cómo comunicar la participación del proyecto en una iniciativa europea. En general, incluyen alguna referencia en el emblema comunitario, lo que incumple lo establecido por la Comisión en cuanto a formato del emblema se refiere.

11. Por otro lado, el grado de cumplimiento de la normativa a lo largo de las diferentes etapas por las que atraviesa cada proyecto es ampliamente satisfactorio. Más aún en el Programa España-Portugal, dados los mayores problemas con los que se encuentra el Programa España-Marruecos para comunicar la participación de la Iniciativa en los instrumentos de información y publicidad.
12. No obstante, el elevado cumplimiento de la normativa y la concienciación de responsabilidad de los gestores, en este ámbito, puede justificarse, también, porque muchos de los entrevistados gestionan, a su vez, proyectos, de mayor volumen, en el POI de Andalucía.
13. De acuerdo con las diferentes etapas por las que se desarrolla cada proyecto, y las exigencias informativas y publicitarias asociadas a cada una de ellas, es en la primera parte de licitación de las ayudas, donde se ha observado una menor referencia a la participación europea entre la documentación y las publicaciones pertinentes. No obstante, cabe señalar, una vez más, que la normativa europea no es clara en este tema.
14. La falta de un emblema propio en el Programa INTERREG III A España-Marruecos tiene como consecuencia, entre otras, la heterogeneidad con la que los gestores comunican a los beneficiarios la participación del proyecto en la Iniciativa Comunitaria.
15. A la vista de los documentos analizados, en general, en ninguno de los Programas INTERREG III A en Andalucía, los gestores remiten al beneficiario al cumplimiento de los requisitos informativos y publicitarios de la Comisión y, menos aún al Reglamento (CE) 1159/2000.
16. 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 recursos humanos dificulta la realización de acciones de control más exhaustivas, según la opinión de los gestores; aunque cabe destacar que la mayoría de los gestores son ya conscientes del rol que les como responsables de velar por el cumplimiento de la normativa.
17. 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.
18. A un número considerable de gestores se les ha advertido del incumplimiento de esta normativa, a raíz de ser objeto de controles de auditoría 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).

19. Tanto para la aplicación, como para la posterior comprobación del seguimiento de la normativa, sorprende que la mayor parte de los gestores acudan a la DG de Comunicación Social en lugar que a la propia DGFE. Más aún, cuando los gestores entrevistados ponen, en general, de relieve la factible cooperación y coordinación con esta DG.
20. Dada la elevada concienciación general observada sobre la necesidad y la obligación de hacer referencia, a lo largo de la gestión de las ayudas, a que éstas están cofinanciadas, los órganos gestores son conscientes de que tienen que hacer algún tipo de referencia a la cofinanciación europea, aunque tengan dudas sobre la forma.
21. Otra muestra de la significativa concienciación y responsabilidad detectada entre los órganos gestores de los Programas que integran el Plan es la puesta en práctica, además, de acciones o instrumentos de elevada vistosidad y originalidad que, no incluidos en la normativa, facilitan los objetivos perseguidos por la misma –lo que el equipo evaluador ha denominado acciones propias, como por ejemplo pegatinas, carné para seminarios y conferencias, etc.-
22. Asimismo, cada vez son más 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.
23. No obstante, se ha detectado cierta falta de control y archivo de las medidas informativas y publicitarias llevadas a cabo por los órganos gestores y los beneficiarios de las ayudas, frente a lo que sucede con las desarrolladas por la DGFE. Esto 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.

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, para solucionar aquellas dudas, la mayoría comunes, que surgen al aplicar la normativa europea, y que el Manual de Publicidad e Información no soluciona completamente. De esta forma, dada la notable disposición observada por parte de los gestores, la mejora obtenida, en términos de cumplimiento de la normativa, sería más que significativa -más aún con la elevada rotación de los recursos humanos, de unos Servicios a otros-. 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 común 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.
- Dado que el formato del **emblema** se configura como uno de los principales problemas en el seguimiento de la normativa, se recomienda:
 - ✓ Construir un emblema para el INTERREG III A de España-Marruecos.
 - ✓ En la sección correspondiente a los Programas INTERREG de la página web de la Junta de Andalucía, introducir dos emblemas diferenciados: uno general, que contenga la bandera comunitaria y el término Unión Europea, y otro específico para FEDER.
 - ✓ 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.
 - ✓ Aclarar la utilización que debe hacerse de los diferentes emblemas en el caso de los programas de cooperación transnacional (emblema de la Unión Europea, FEDER, INTERREG III A España-Marruecos, INTERREG III A España-Portugal y “Andalucía se mueve con Europa”).
 - ✓ 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 Europea, a través de un Fondo determinado, posibilita la ayuda que recibe-, sino que es necesario hacer referencia expresa en el texto para que, efectivamente, el beneficiario sea consciente de la procedencia de los fondos.
 - ✓ Añadir una referencia en la que se establezca que las Iniciativas europeas son un tipo de Programa de la UE que, como tal, es una información añadida que el gestor puede incluir como información adicional en el texto, pero nunca en el emblema comunitario. Es la DGFE la que tiene asignado el papel de hacer más explícita la cooperación y el Programa como tal entre la población.
 - ✓ 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.
 - ✓ Precisar en el capítulo 8, del claim diseñado por la DGFE, quién y cuándo ha de utilizarse dicho emblema.
- 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 de ambos Programas, 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 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.

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

24. 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 la 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.
25. La variedad de las actuaciones de comunicación emprendidas y de los soportes utilizados ha tenido como consecuencia un impacto positivo, de diferente amplitud, en función del instrumento al que se haga referencia.
26. No obstante, la cooperación como instrumento para la consecución del desarrollo conjunto de los países integrantes del Programa no ha llegado con tanta intensidad a la población andaluza.
27. La eficacia de los instrumentos no depende tanto del Programa, sino de la naturaleza de las ayudas o proyectos. En concreto, según la opinión de los gestores, las medidas propias, las jornadas, folletos y las publicaciones en los medios de comunicación social los que han tenido un mayor impacto. Por otro lado, de acuerdo con los ciudadanos encuestados, son los medios de comunicación, seguidos de Internet y de los folletos, los que han conseguido una mayor penetración de lo que hace y ofrece la Unión Europea en la región.
28. 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, máxime teniendo en cuenta el amplio territorio en el que son de aplicabilidad los Programas y la elevada rotación de personal funcionario dentro de la Administración.
29. En términos generales, los ciudadanos andaluces encuestados tienen muchas dudas acerca de cómo acceder a las ayudas que ofrecen los Programas, si bien éstas son menores entre las personas que conocen la existencia del mismo.
30. No obstante, los gestores entrevistados reconocen que los esfuerzos realizados en esta materia han tenido como resultado que gran parte de la población sea consciente de los beneficios que reporta la pertenencia a la Unión y, en consecuencia, que el papel de la UE quede reforzado. Por Programas, el INTERREG de España-Marruecos requiere mayores esfuerzos que el España-Portugal, en este sentido.
31. Los datos obtenidos directamente de los ciudadanos dan muestra del interés y conocimiento de la intervención europea en Andalucía aunque, también, el menor acceso a

los Programas y actuaciones específicas; sobre todo, este último caso se corresponde con el Programa de España-Marruecos.

32. La mayoría de los ciudadanos son conscientes de los beneficios que reporta la participación conjunta y se muestran favorables y positivos ante la idea de cooperación que plantean los Programas del Plan.
33. En términos generales, los andaluces encuestados tienen numerosas dudas acerca de cómo acceder a las ayudas que ofrecen los Programas, si bien estas son menores entre las personas que conocían la existencia de alguno de ellos.
34. 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 y, especialmente, el Programa INTERREG, en las comunicaciones con los medios de información para asegurar la transmisión del mensaje a la opinión pública.
- * 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, por ejemplo, a través de un mayor énfasis a los eslóganes creados para cada uno de los Programas. De esta forma, además se reforzaría el concepto de cooperación, tan importante en los Programas INTERREG.

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

35. La falta de indicadores de evaluación de publicidad (frente a la disponibilidad de datos de realización, resultado e impacto para otros ámbitos de la gestión) ha derivado en la construcción y cumplimentación de los mismos a posteriori; lo que implica un coste mayor –en términos económicos y de fiabilidad-.
36. En el próximo periodo de programación, la realización de actividades informativas y publicitarias de las actuaciones cofinanciadas con fondos europeos incrementa su im-

portancia relativa dentro de la gestión de fondos europeos, configurándose como un aspecto de igual relevancia que otros.

37. 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.
38. El adecuado y creciente nivel de conocimiento, concienciación y de actividad de los órganos gestores de los Programas facilita, asimismo, el cumplimiento de los mayores requisitos asociados a la comunicación para el próximo periodo.
39. La pertinencia del artículo 9 de la Comisión se pone, claramente, de manifiesto al establecer algunas de las pautas sobre las cuales los gestores tenían mayores dudas cuando ponían en práctica el Reglamento.

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 lo relativo a información y publicidad, número de visitas a las páginas web de la DG de Fondos y de la 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 el Fondo Europeo de Desarrollo Regional: *Aquí Europa está invirtiendo en tu futuro*.
- * Incluir, junto a lo anterior, el resto de especificaciones recogidas en el artículo 9.

ANEXO I: CHEK-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 FFE
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 > 3 millones 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

<p>Referencias de la autoridad de gestión designada para la ejecución de la intervención</p> <p>Prologo firmado por el responsable nacional y por el Comisario o Director General competente de la Comisión</p> <p>En la página web indicación del Fondo correspondiente al menos en página principal</p> <p>En la página web crear un vínculo con las páginas web de la Comisión relativas a FFEE</p> <p>10. Cumplimiento de las características y requisitos para en la celebración de actividades informativas</p> <p>Bandera en la sala</p> <p>Emblema normalizado en todos los documentos</p> <p>* Si cofinanciación Fondo Cohesión < 50 mill. de euros y ha celebrado ruedas de prensa (no es obligatorio)</p>
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 solicitud 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	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

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	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

3. ¿Le parece suficientemente clara y útil esta normativa europea existente en materia de información y publicidad?

Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

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	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

¿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	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

5b) ¿Como accedió a ella?

Manual	<input type="checkbox"/>
Página Web	<input type="checkbox"/>
Otros	<input type="checkbox"/>

5c) ¿Le parece suficientemente clara y útil este manual de cara a la resolución de cuestiones y dudas sobre este tema?

Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

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	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

7. ¿Han solicitado ayuda / colaboración de las oficinas de representación de la Comisión?

Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

Instrumentación: Aplicación Operativa y Seguimiento

8. ¿Qué medidas concretas de comunicación, desglosadas por público destinatario, ha efectuado hasta ahora?

Beneficiarios potenciales	<input type="checkbox"/>
PYMEs	<input type="checkbox"/>
Org. Profesionales / medios económicos	<input type="checkbox"/>
Interlocutores económicos y sociales	<input type="checkbox"/>
Organizaciones no gubernamentales	<input type="checkbox"/>
Ag. económicos o promotores de proyectos	<input type="checkbox"/>
Medios de comunicación social	<input type="checkbox"/>
Población en general	<input type="checkbox"/>
Otros	<input type="checkbox"/>

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	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Criterios de selección de las licitaciones	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mecanismos de evaluación	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Criterios de subvencionalidad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Objetivos y público destinatario	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Presupuesto indicativo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Servicios administrativos u organismos responsables de su ejecución	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otras	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

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 INTERREG IIIA España-Portugal/España-Marruecos al respecto?

Sí	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

En caso afirmativo. ¿Cuáles?

11. ¿Se han planteado / discutido estas medidas propias en los Comités de Seguimiento?

Sí	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

¿Se han contemplado las medidas propias en los Informes Anuales de Ejecución?

Sí	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

12. ¿Han solicitado, en alguna ocasión, ayuda técnica a las Oficinas de la Comisión en este sentido?

Sí	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

13. ¿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	<input type="checkbox"/>
Suficiente	<input type="checkbox"/>
Buena	<input type="checkbox"/>

14. ¿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	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

15. ¿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	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

16. ¿Existe alguna persona dentro del departamento encargada de revisar y actualizar la documentación sobre la normativa europea existente en esta materia?

Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

17. 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:

	Si	No
Prolongación de plazos de licitación y adjudicación	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Retrasos de Ejecución de obra	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Duplicación del número de modelos / instancias de solicitud	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

18. ¿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			

19. ¿Existen mecanismos o procedimientos internos establecidos para verificar el cumplimiento en esta materia?

Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

En caso afirmativo. ¿En que consisten?

20. ¿Se han impuesto sanciones por incumplimiento de la normativa en alguna ocasión?

Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

21. ¿Tiene planeado algún mecanismo de evaluación del Plan de difusión?

Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

En que consiste: _____

22. 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	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

23. ¿Usted ha recibido/asistido algún tipo de curso/jornada sobre evaluación y seguimiento para la gestión de los Fondos Europeos?

Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

Valoración del Impacto

24. La introducción de este tipo de requisitos, ¿ha incrementado la demanda de ayudas respecto a periodos anteriores?

Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

25. ¿Se ha conseguido el logro de un “efecto demostración / dominó” que haya derivado directamente en la realización de nuevos proyectos?

Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

26. ¿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				

27. ¿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			

28. ¿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.

INTERREG III A España-Portugal

General / Percepción personal

1. Las noticias relacionadas con la Unión Europea, ¿le interesan a Usted?

Mucho	<input type="checkbox"/>
Bastante	<input type="checkbox"/>
Poco	<input type="checkbox"/>
Nada	<input type="checkbox"/>

2. ¿Sabe Usted si Europa está invirtiendo con objeto de facilitar la cooperación de Andalucía con la zona del Algarve-Alentejo portugués para, así, reforzar la integración de estos territorios?

Sí	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

3. ¿Conoce en qué ámbitos invierte la Unión Europea para favorecer la cooperación e integración de Andalucía con el Algarve-Alentejo portugués?

ÁMBITOS	Sí	No
Infraestructuras	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Medio Ambiente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Desarrollo de las zonas rurales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ayudas a empresas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Innovación, Investigación y Desarrollo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Formación, Educación y Empleo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Equipamientos sociales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cooperación e Integración social	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otras	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

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, en cooperación con el Algarve-Alentejo portugués?

A través de vallas publicitarias	
A través de anuncios en medios de comunicación	
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. ¿Considera Usted importante que se trabaje conjuntamente con la UE para la eliminación de las fronteras y favorecer la cooperación con Portugal?

Muy importante	
Importante	
Poco importante	
Nada importante	
No tenía conocimiento de tal cooperación	

6. ¿Considera Usted que las ayudas de la Unión Europea contribuyen a mejorar las relaciones entre los andaluces y nuestros vecinos de la zona del Algarve y Alentejo y generan beneficios en favor del desarrollo económico y la calidad de vida?

Muchos	
Bastantes	
Pocos	

7. ¿Sabría Usted adónde dirigirse en caso de querer solicitar una ayuda de la Unión Europea en los siguientes ámbitos?

Ámbito	Sí	No	No tenía conocimiento de estas ayudas
Ayudas para la formación			
Ayudas para el empleo			
Ayudas para la creación de empresas			
Ayudas para los jóvenes			
Ayudas para la incorporación de la mujer al mercado de trabajo			

8. ¿Se considera Ud. informado sobre los asuntos relacionados con la Unión Europea?

Muy informado	
Bastante informado	
Poco informado	
Nada informado	

Medios de Comunicación

9. ¿Conoce el eslogan “Unidos para el desarrollo”?

Sí No NS/NC

10. ¿Ha visto en TV el anuncio publicitario de “Andalucía se mueve con Europa”?

Sí No NS/NC

11. ¿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	



12. En caso afirmativo, ¿se ha fijado en que aparece la bandera de la Unión Europea?

Sí No NS/NC

INTERREG III A España-Marruecos

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 y el Norte de Marruecos para reforzar la cooperación entre los territorios vecinos?

Sí	
No	

3. ¿Conoce en qué ámbitos invierte la Unión Europea para favorecer la cooperación entre Andalucía y el Norte de Marruecos?

ÁMBITOS	Sí	No
Infraestructuras		
Medio Ambiente		
Preservar patrimonio histórico		
Ayudas a empresas		
Innovación, Investigación y Desarrollo		
Formación, Educación y Empleo		
Equipamientos sociales		
Cooperación e Integración social		
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, en cooperación con el Norte de Marruecos?

A través de vallas publicitarias	
A través de anuncios en medios de comunicación	
A través de 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. ¿Considera Usted importante que se trabaje conjuntamente con la UE para favorecer el desarrollo y la cooperación de Andalucía con el Norte de Marruecos?

Muy importante	
Importante	
Poco importante	
Nada importante	
No tenía conocimiento de tal cooperación	

6. ¿Considera Usted que las ayudas de la Unión Europea contribuyen a mejorar las relaciones entre los andaluces y nuestros vecinos del Norte de Marruecos y generan beneficios en favor del desarrollo económico y la calidad de vida?

Muchos	
Bastantes	
Pocos	



7. ¿Sabría Usted adónde dirigirse en caso de querer solicitar una ayuda de la Unión Europea en los siguientes ámbitos?

Ámbito	Sí	No	No tenía conocimiento de estas ayudas
Ayudas para la formación			
Ayudas para el empleo			
Ayudas para la creación de empresas			
Ayudas para los jóvenes			
Ayudas para la incorporación de la mujer al mercado de trabajo			

8. ¿Se considera Ud. informado sobre la participación de la Unión Europea en la financiación de proyectos de cooperación de Andalucía con el Norte de Marruecos?

Muy informado	
Bastante informado	
Poco informado	
Nada informado	

Medios de Comunicación

9. ¿Conoce el eslogan: “Es el momento de cooperar”?

Sí No NS/NC

10. ¿Ha visto en TV el anuncio publicitario de “Andalucía se mueve con Europa”?

Sí No NS/NC

11. ¿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	



12. ¿Se ha fijado en que aparece la bandera de la Unión Europea?

Sí

No

NS/NC

INFORME DE BUENAS PRÁCTICAS, EN MATERIA
DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD, DEL PLAN DE
INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD DE LOS
PROGRAMAS INTERREG III A
ESPAÑA-PORTUGAL Y ESPAÑA-MARRUECOS



ÍNDICE DE CONTENIDOS

0. INTRODUCCIÓN	141
1. IDENTIFICACIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS: OBJETIVOS Y ENFOQUE METODOLÓGICO UTILIZADO	143
2. SELECCIÓN DE PROYECTOS EXCELENTES EN MATERIA DE COMUNICACIÓN.....	147
2.1. Proyecto: “Encuentros de la Sociedad Civil de ambas Orillas (ESCAO)”.....	147
2.2. Proyecto: “Promoción Empresarial del Sudoeste de Europa”	152
2.3. Proyecto: “ Observatorio de las Migraciones en el Estrecho y Prevención (OMEPEI)”	157
3. ACTUACIONES INNOVADORAS DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD.....	161
3.1. Instrumento: Páginas Web.....	162
3.2. Publicación de las ayudas (BOE, BOJA, prensa, etc.)	163
3.3. Contratación de los proyectos.....	164
3.4. Instrumento: Folletos	165
3.5. Instrumento: Certificaciones	166
3.6. Instrumento: Carteles	167
3.7. Instrumento: Vallas.....	168
3.8. Instrumento: Edición de material post-actuación	169
3.9. Instrumento: Actividades de difusión.....	170
3.10. Instrumento: Actividades de información y publicidad de la DGFE	171
4. BUENAS PRÁCTICAS EN MATERIA DE CONTROL DEL CUMPLIMIENTO	173
5. CONCLUSIONES	175

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.	Actuaciones informativas y publicitarias desarrolladas dentro del proyecto “Encuentros de la Sociedad Civil de ambas Orillas”	148
Tabla 2.	Actuaciones informativas y publicitarias desarrolladas dentro del proyecto “Promoción Empresarial del Sudoeste de Europa”	153
Tabla 3.	Actuaciones informativas y publicitarias desarrolladas dentro del proyecto “Observatorio de las Migraciones en el Estrecho y Prevención de los Efectos Indeseados: OMEPEI”	157
Tabla 4.	Proyectos en los que enmarcan las actuaciones seleccionadas como buenas prácticas.....	161
Tabla 5.	Selección de páginas Web	163
Tabla 6.	Selección de publicaciones.....	164
Tabla 7.	Selección de contratos de buenas prácticas.....	165
Tabla 8.	Selección de folletos de buenas prácticas	166
Tabla 9.	Selección de certificaciones.....	166
Tabla 10.	Selección de carteles.....	167
Tabla 11.	Selección de vallas.....	168
Tabla 12.	Selección de material de comunicación post-actuación	169
Tabla 13.	Muestra de material de difusión	170
Tabla 14.	Actividades de Información y Publicidad.....	171
Tabla 15.	Medidas de control y seguimiento por parte de los órganos gestores	173
Tabla 16.	Grado de cumplimiento de los criterios de excelencia.....	175



ÍNDICE DE ESQUEMAS

Esquema 1.	Criterios de Buenas Prácticas	144
Esquema 2.	Ficha resumen del proyecto de buenas prácticas “Encuentros de la Sociedad Civil de ambas Orillas”	151
Esquema 3.	Ficha resumen del proyecto de buenas prácticas “Promoción Empresarial del Sudoeste de Europa”	156
Esquema 4.	Ficha resumen del proyecto de buenas prácticas “Observatorio de las Migraciones en el Estrecho y Prevención -OMEPEI-”	160

0. 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 de las Iniciativas Comunitarias IIIA en Andalucía- a partir del análisis detallado de los 10 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 ambos Programas, 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

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 INTERREG III A España-Portugal y España-Marruecos, en materia de información y publicidad, y a difundir el objetivo y compromiso de cooperación entre los países participantes en los Programas.

El valor añadido de este informe, consiste en la obtención de información efectiva para, en el próximo periodo, mejorar los resultados en términos de política de comunicación en los INTERREG III A en Andalucía, garantizando la mayor difusión de las actividades y beneficios derivados de la intervención y cooperación europea entre las regiones.

Dada la amplitud y variedad de instrumentos y acciones de información y publicidad existentes, una buena práctica se define de varias maneras. Por ejemplo como:

- Un **proyecto** que, en conjunto, alcanza un alto grado de cumplimiento de los objetivos establecidos en materia de información y publicidad y logra un impacto notable, en términos de difusión entre la población de la aportación y del papel de la UE en el desarrollo regional.
- Una **actuación específica**, de carácter innovador, dentro de determinados proyectos, que destaca por su particular contribución a la calidad de los procesos de difusión de información.
- Una acción positiva de **control del cumplimiento** de la normativa comunitaria, en este ámbito, que contribuye, de forma innegable, a la realización de actuaciones ejemplares en este ámbito.

De esta forma, una *buena práctica* se reconoce 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 y de sus regiones fronterizas de Portugal y Norte de Marruecos, así como en la mayor cooperación entre ellas.

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, y de la mayor cooperación entre Andalucía-Algarve y Alentejo y entre Andalucía y el Norte de Marruecos.**

Para la selección de los proyectos y actuaciones de buenas prácticas se han definido diferentes criterios específicos (Esquema 1) que pueden concretarse 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 también 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 los dos Programas del Plan.
- ✓ El máximo cumplimiento de la normativa europea, en materia de información y publicidad, al menos en cuanto al cumplimiento de mínimos¹ –es decir, utilización de todos los instrumentos obligatorios.-
- ✓ La difusión de los objetivos de cooperación y de desarrollo regional a los que ambas Iniciativas Europeas contribuyen.

Esquema 1. Criterios de Buenas Prácticas.



Fuente: Elaboración propia

¹ Se ha sido menos exigente en términos del formato del emblema empleado.

Por otro lado, según lo que establece el Reglamento (CE) 1159/2000 para la evaluación de este tipo de actuaciones, a los anteriores criterios específicos -definidos por el equipo evaluador- se han añadido los indicadores de calidad propuestos en la *Guía Práctica de Comunicación relacionada con los Fondos Estructurales, 2000-2006* de la Comisión:

- 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.

2. SELECCIÓN DE PROYECTOS EXCELENTES EN

MATERIA DE COMUNICACIÓN

De acuerdo con la metodología diseñada por QUASAR, para la selección de buenas prácticas, se han seleccionado tres proyectos excelentes en comunicación:

- Encuentros de la Sociedad Civil de ambas Orillas (ESCAO)
- Promoción Empresarial del Sudoeste de Europa
- Observatorio de las Migraciones en el Estrecho y Prevención (OMEPEI)

2.1. Proyecto: “Encuentros de la Sociedad Civil de ambas Orillas (ESCAO)”.

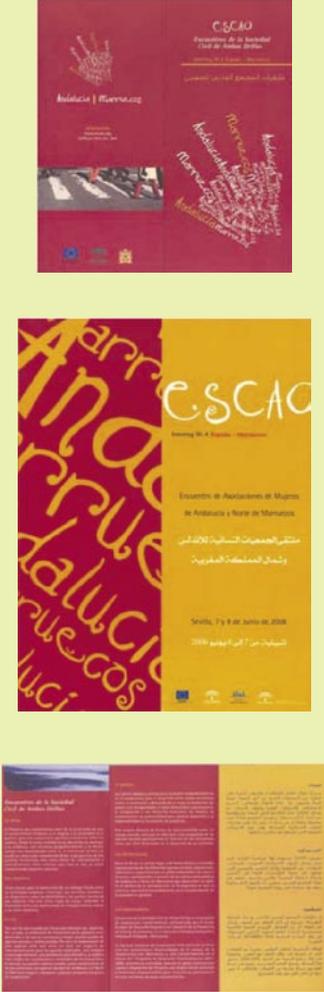
La Agencia de Cooperación Exterior de la Consejería de Presidencia de la Junta contribuye, a través de este proyecto, a facilitar la convivencia y a prevenir posibles enfrentamientos entre Andalucía y el Norte de Marruecos profundizando, para ello, en el conocimiento que ambas sociedades tienen la una de la otra. En este sentido, se organizan Encuentros Globales y temáticos entre ambas regiones para poner en común las necesidades y propuestas de actuación y se va a crear una web propia que facilite la comunicación entre las dos.

Las tareas de información y publicidad desarrolladas destacan por la **visibilidad** y **amplitud de la información** proporcionada, circunstancia que deriva en una completa información, tanto a los beneficiarios de las ayudas -sobre su participación en un proyecto cofinanciado por la Unión Europea de cooperación,- como al resto de ciudadanos (Tabla 1) y (Esquema 2).

La información sobre la cofinanciación europea y los objetivos y beneficios derivados de la puesta en práctica del proyecto se ha incluido en todos y cada uno de los instrumentos publicitarios e informativos utilizados. Esto es, desde las publicaciones de licitación de las ayudas, material administrativo y de promoción y difusión; lo que favorece la concienciación pública sobre el papel de la Unión Europea y de las ventajas de la participación transfronteriza.

No obstante, cabe señalar que en este proyecto, al igual que sucede en la mayoría de proyectos del INTERREG III A España-Marruecos, el emblema comunitario que aparece en los diferentes elementos publicitarios incluye, aunque no debiera, una referencia a la Iniciativa Comunitaria –consecuencia de la falta de emblema propio en el Programa-.

Tabla 1. Actuaciones informativas y publicitarias desarrolladas dentro del proyecto “Encuentros de la Sociedad Civil de ambas Orillas”.

Descripción	Ejemplos
<p><u>Publicación de la Convocatoria en medios de comunicación social</u></p> <p>Ya en el título del anuncio en prensa se hace referencia a la participación de las ayudas en la Iniciativa Comunitaria INTERREG IIIA de España-Marruecos.</p> <p>Asimismo, se incluye el emblema comunitario que, aunque formalmente incorrecto, especifica la participación del Fondo Europeo de Desarrollo Regional.</p>	
<p><u>Folletos</u></p> <p>Con motivo de las jornadas y foros organizados, con participantes de ambas orillas, se realizan y distribuyen folletos en los que siempre se hace referencia explícita al INTERREG y se incorpora el emblema comunitario.</p> <p>En algunos, además, se aprovecha la oportunidad para hablarles y presentarles con mayor detalle esta Iniciativa INTERREG.</p>	

Descripción	Ejemplos
<p><u>Mailing</u></p> <p>En la solicitud aparece el emblema comunitario, aunque incluye la referencia al INTERREG.</p> <p>En el cuerpo de la convocatoria se especifica el nombre del proyecto, de la Iniciativa y cuáles son los objetivos perseguidos por el proyecto dentro de la misma.</p>	
<p><u>Ficha de inscripción</u></p> <p>En estos casos se incluye el nombre del proyecto en concreto y aparece el emblema comunitario (aunque incorrecto) con el Fondo FEDER y el texto alusivo a la Iniciativa comunitaria.</p>	
<p><u>Material promocional de papelería</u></p> <p>Se elabora y reparte diverso material promocional con el emblema comunitario y con referencia explícita a la Iniciativa de España y Marruecos. Por ejemplo, se entregan carpetas, papel, bolígrafos, maletines, etc.</p>	

Descripción	Ejemplos
<p><u>Pegatinas</u></p> <p>Al material que se compra con cargo al proyecto con motivo de la organización de las jornadas, como por ejemplo proyectores, se le coloca una pegatina para que se sepa de su cofinanciación.</p>	
<p><u>Jornadas/Encuentros</u></p> <p>En las jornadas y encuentros, en los que se favorece el dialogo fluido entre ambas sociedades, se colocan las banderas correspondientes (española y marroquí) junto a la comunitaria.</p> <p>Al mismo tiempo se colocan grandes carteles en los que, en ambos idiomas, se habla del INTERREG IIIA España-Marruecos en Andalucía.</p> <p>A los participantes se les entrega, asimismo, carnés identificativos en los que aparece el emblema y dicha Iniciativa Comunitaria.</p>	
<p><u>Cuadernillos</u></p> <p>Con posterioridad a la realización de los Encuentros o Jornadas se elaboran cuadernillos divulgativos con las principales conclusiones de los mismos.</p>	
<p><u>Página Web</u></p> <p>En el sitio web de la Agencia de cooperación de la Junta se incluye información relativa a la Iniciativa Comunitaria con Marruecos.</p>	

Fuente: Elaboración propia

Esquema 2. Ficha resumen del proyecto de buenas prácticas “Encuentros de la Sociedad Civil de ambas Orillas”.

ENCUENTROS DE LA SOCIEDAD CIVIL DE AMBAS ORILLAS (ESCAO)			
Programa	Fondo	Órgano Gestor	
INTERREG III A España-Marruecos	FEDER	Agencia de Cooperación Exterior	
CARACTERÍSTICAS GENERALES Y PRINCIPALES OBJETIVOS DEL PROYECTO			
Fomentar la cooperación y comunicación entre las sociedades andaluzas y marroquíes para favorecer el desarrollo regional de ambas regiones y evitar posibles enfrentamientos.			
MECANISMOS DE PUBLICIDAD Y DIFUSIÓN DESARROLLADOS			
<p><u>Descripción general.</u> Actividad de comunicación muy completa y efectiva, dirigida, fundamentalmente, al beneficiario potencial y final de las ayuda, aunque también a la ciudadanía en general. Las acciones cubren todo el período, desde la oferta de la ayuda, hasta finalizadas las actividades.</p>			
MEDIDAS DE OBLIGADO CUMPLIMIENTO			
<ul style="list-style-type: none"> - Información en notificaciones. - Carteles. - Bandera comunitaria en eventos 			
MEDIDAS DE INICIATIVA PROPIA			
<ul style="list-style-type: none"> - Pegatinas - Material promocional 			
VALORACIÓN DEL IMPACTO DE LAS MEDIDAS			
Las acciones van dirigidas, fundamentalmente, a los beneficiarios potenciales y finales de las ayudas. Para ello, siempre, y de manera muy visual y detallada, se indica al beneficiario el nombre del Proyecto, el Fondo específico y el Programa de la Unión en el que se enmarca dicha actuación. De esta forma se proporciona una información muy completa, acerca del Programa y del Proyecto en sí.			
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: “Promoción Empresarial del Sudoeste de Europa”

La Agencia Andaluza de Promoción Exterior, dependiente de la Consejería de Turismo, Comercio y Deportes, ha puesto en marcha este proyecto, en el ámbito de la iniciativa comunitaria INTERREG III A España-Portugal, con el fin de fomentar la cooperación empresarial entre Andalucía y Portugal. Una acción a destacar, dentro de los diferentes instrumentos desarrollados, ha sido la inauguración de la Unidad de Promoción de Negocios de Andalucía en la capital portuguesa.

Este proyecto resulta destacable, en materia de información y publicidad, por la intensidad con que se transmite la participación de la Unión Europea en todo el material producido en el marco de las actuaciones llevadas a cabo por EXTENDA, así como por el control que este órgano gestor ejerce sobre los beneficiarios de los proyectos en materia de cumplimiento de la legislación sobre comunicación y publicidad (Tabla 2) y (Esquema 3).

Tanto la documentación de carácter administrativo, como el material promocional, contiene alusión a la cofinanciación comunitaria. Asimismo, hay que señalar la inclusión del emblema del Programa INTERREG III A España-Portugal en todos estos elementos.

Cabe destacar la producción de material de papelería específico para las actuaciones pertenecientes a este Programa, lo que evidencia la importancia otorgada a la información y publicidad por parte de este órgano.

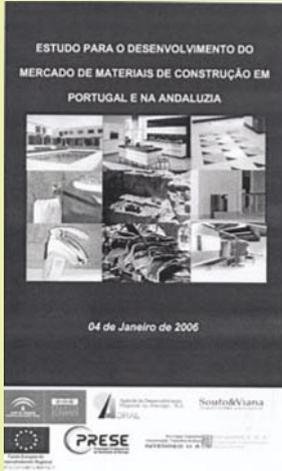


Tabla 2. Actuaciones informativas y publicitarias desarrolladas dentro del proyecto “Promoción Empresarial del Sudoeste de Europa”.

Descripción	Ejemplos
<p><u>Documentación de licitación</u></p> <p>Toda la documentación de licitación (pliegos, contrato, etc.) alude a la cofinanciación de la Unión Europea y menciona, expresamente, al Programa INTERREG III A España-Portugal.</p>	<p>The image shows two documents. The left one is a 'CONTRATO DE SERVICIO' (Service Contract) with the heading 'PIERA' and 'Plan de Gestión Administrativa y Financiera dentro de la Iniciativa Comunitaria Interreg III A España-Portugal'. The right one is an 'EXPEDIENTE DE CONTRATACIÓN' (Procurement File) with the heading 'PLIEGO DE CONDICIONES PARA EL PLAN DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA DENTRO DE LA INICIATIVA COMUNITARIA INTERREG III-A ESPAÑA-PORTUGAL'.</p>
<p><u>Documentación administrativa</u></p> <p>La documentación administrativa como formularios, cartas, fichas de inscripción, etc.) incluye tanto la bandera comunitaria junto a la inscripción FEDER, como el logo del Programa INTERREG III A España-Portugal.</p>	<p>The image shows a form from the 'Cámara de Comercio e Industria Local Española'. It is titled 'Formulario de inscripción de Registro y Participación en el Registro y Participación en el Registro de Empresas Comunitarias'. It includes fields for company name, address, and contact information, and features the logos of the European Union and the INTERREG III A program.</p>
<p><u>Jornadas/encuentros</u></p> <p>Las jornadas y conferencias organizadas en el marco de esta actuación hacen publicidad de esta iniciativa comunitaria a través de los carteles, lonas de información o material promocional.</p>	<p>The image contains two photographs. The top one shows a meeting with two men sitting at a table with a red tablecloth, with a banner in the background that says 'Asociación GEMA'. The bottom one shows a promotional stand with several people in red uniforms, likely staff, standing behind it.</p>

Descripción	Ejemplos
<p><u>Inauguraciones</u></p> <p>La inauguración de la Unidad de Promoción de Negocios de Andalucía en Lisboa contó con la participación del Presidente de la Junta de Andalucía, Manuel Chaves. Esta presencia fomentó la asistencia de los medios de comunicación, contribuyendo, de modo inequívoco, a la difusión de la información.</p>	
<p><u>Trípticos</u></p> <p>Los trípticos producidos en el ámbito de este proyecto contienen el logotipo del Programa INTERREG III A España-Portugal, lo que favorece la concienciación de todos los participantes sobre la contribución de la Unión Europea.</p>	
<p><u>Página Web</u></p> <p>La página de inicio de la Web de EXTENDA contiene un vínculo directo para acceder a la información relativa a las actuaciones cofinanciadas por INTERREG. Además, aporta los datos de la persona de contacto para estos proyectos, lo que incrementa la transparencia.</p>	
<p><u>Material de papelería</u></p> <p>EXTENDA ha creado material de papelería (sobres, papel de correspondencia, etc.) con mención específica a la iniciativa comunitaria INTERREG III A España-Portugal. De este modo, se asegura la correcta transmisión a los beneficiarios de la participación de la Unión Europea en los proyectos.</p>	



Descripción	Ejemplos
<p><u>Informes</u></p> <p>Los informes o estudios producidos con motivo de esta actuación incluyen en la portada el emblema de esta iniciativa de cooperación transfronteriza.</p>	
<p><u>Medios de comunicación</u></p> <p>Algunos medios de comunicación, tales como el <i>Diario LANDALUZ</i>, han publicado artículos sobre los proyectos organizados dentro de esta actuación. En ellos se menciona la adscripción de los mismos a la iniciativa comunitaria INTERREG III A España-Portugal.</p>	

Esquema 3. Ficha resumen del proyecto de buenas prácticas “Promoción Empresarial del Sudoeste de Europa”.

TURISMO SOSTENIBLE EN LAS RIBERAS DEL GUADIANA			
Programa	Fondo	Órgano Gestor	
INTERREG III A España-Portugal	FEDER	Agencia Andaluza de Promoción Exterior –EXTENDA-	
CARACTERÍSTICAS GENERALES Y PRINCIPALES OBJETIVOS DEL PROYECTO			
Impulsar la cooperación empresarial entre Andalucía y el Sur de Portugal, tanto mediante ayudas a la externalización de las empresas andaluzas, como mediante la promoción de una labor conjunta.			
MECANISMOS DE PUBLICIDAD Y DIFUSIÓN DESARROLLADOS			
<p><u>Descripción general.</u> En materia de información y publicidad, EXTENDA lleva a cabo una multiplicidad de acciones que permiten el conocimiento de la adscripción de este proyecto a la iniciativa INTERREG III A España-Portugal, por parte de los beneficiarios finales y potenciales.</p>			
MEDIDAS DE OBLIGADO CUMPLIMIENTO			
<ul style="list-style-type: none"> - Documentación de licitación. - Carteles. - Bandera comunitaria en eventos. 			
MEDIDAS DE INICIATIVA PROPIA			
<ul style="list-style-type: none"> - Material de papelería. - Material promocional. 			
VALORACIÓN DEL IMPACTO DE LAS MEDIDAS			
Las acciones informativas desempeñadas aseguran la publicidad de la cofinanciación comunitaria, dando una visibilidad indiscutible al Programa INTERREG III A España-Portugal. Por este motivo, puede considerarse que este Proyecto cumple un papel óptimo en materia de comunicación.			
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: “ Observatorio de las Migraciones en el Estrecho y Prevención (OMEPEI)”

La Consejería de Gobernación a través de la Dirección General de Coordinación de Políticas Migratorias, ha puesto en marcha la actuación “Observatorio de las Migraciones en el Estrecho y Prevención de los Efectos Indeseados: OMEPEI”, dentro de la iniciativa comunitaria INTERREG III A España-Marruecos.

Este proyecto está formado por una multiplicidad de acciones a ambos lados de las fronteras, con el objetivo de fomentar la cohesión social de las poblaciones española y marroquí.

OMEPEI es un proyecto de gran relevancia en materia de información y publicidad, dado el número de iniciativas puestas en práctica para comunicar la adscripción de la actuación a este Programa de cooperación transfronteriza (Tabla 3) y (Esquema 4).

Además de la extraordinaria visibilidad de las acciones, este proyecto destaca por la elaboración de un Manual Corporativo, que ha sido distribuido entre los gestores de los diferentes proyectos que componen esta actuación, y en el que se recogen las directrices básicas en materia de información y publicidad, además de proporcionar los modelos de emblemas a utilizar. De este modo, la Consejería de Gobernación asegura el cumplimiento de la normativa comunitaria por todos los actores implicados.

La utilización de una imagen homogénea en todos los instrumentos creados en el marco de esta actuación potencia la visibilidad de las diversas actividades.

Tabla 3. Actuaciones informativas y publicitarias desarrolladas dentro del proyecto “Observatorio de las Migraciones en el Estrecho y Prevención de los Efectos Indeseados: OMEPEI”.

Descripción	Ejemplos
<p><u>Documentación de licitación</u></p> <p>Los diferentes documentos de licitación (contrato, convenio, pliegos, memoria justificativa de la contratación, etc.) hacen alusión expresa a la adscripción de la actuación al Programa de iniciativa comunitaria INTERREG III A España-Marruecos.</p>	

Descripción	Ejemplos
<p><u>Manual corporativo</u></p> <p>La DG de Coordinación de Políticas Migratorias, de la Consejería de Gobernación, ha desarrollado un <i>Manual Corporativo</i>, con el objeto de sentar los criterios de diseño que deben ser cumplidos por todos los proyectos desarrollados en el ámbito de esta actuación. Este instrumento ha sido publicado tanto en papel, como en CD.</p>	
<p><u>Documentación administrativa</u></p> <p>Toda la documentación administrativa realizada en el marco de los diferentes proyectos, tales como Programas de las Actividades, invitaciones, etc., hacen alusión expresa al Programa INTERREG III A España-Maruecos.</p>	
<p><u>Pósters</u></p> <p>Tanto la DG de Coordinación de Políticas Migratorias, como las diferentes asociaciones que gestionan proyectos incluidos en esta actuación, han elaborado carteles y pósters que contienen la bandera comunitaria y el emblema OMEPEI.</p>	
<p><u>Jornadas/encuentros</u></p> <p>Entre las actividades desarrolladas en OMEPEI, se han organizado diferentes jornadas y encuentros, en los que siempre ha estado presente, a través de los carteles y lonas informativas, el emblema comunitario.</p>	

Descripción	Ejemplos
<p><u>Trípticos</u></p> <p>Todos los trípticos de OMEPEI, publicados en español y árabe, contienen la bandera de la Unión Europea. Este instrumento cumple, por tanto, un papel determinante en materia de publicidad.</p>	
<p><u>Página Web</u></p> <p>Con el objeto de dar una mayor difusión al proyecto OMEPEI y a las actuaciones organizadas, se ha creado una página Web específica.</p> <p>La página, que puede consultarse en tres idiomas (francés, árabe y español), contiene la bandera comunitaria, acompañada por el texto “Fondo Europeo de Desarrollo Regional. INTERREG III A”.</p>	
<p><u>Documentación</u></p> <p>Todos los informes y estudios elaborados en el marco de los diferentes proyectos, contienen tanto el emblema OMEPEI, como la de la Unión Europea. Esto es asimismo aplicable a las diferentes “Guías del ciudadano” editadas.</p>	
<p><u>Material papelería</u></p> <p>En línea con la imagen corporativa del proyecto, ha sido distribuido, diverso material de papelería con el objeto de difundir entre los beneficiarios finales el desarrollo de este proyecto.</p> <p>Entre los diferentes elementos distribuidos se encuentran bolígrafos, calendarios en árabe y castellano, y cuadernos en estos dos idiomas, que contienen el emblema comunitario.</p>	

Esquema 4. Ficha resumen del proyecto de buenas prácticas "Observatorio de las Migraciones en el Estrecho y Prevención -OMEPEI-".

TURISMO SOSTENIBLE EN LAS RIBERAS DEL GUADIANA			
Programa	Fondo	Órgano Gestor	
INTERREG III A España-Marruecos	FEDER	Consejería de Gobernación. DG Coordinación de Políticas Migratorias.	
CARACTERÍSTICAS GENERALES Y PRINCIPALES OBJETIVOS DEL PROYECTO			
Establecer redes de intercambio y estructuras de cooperación transfronteriza entre Andalucía y el Norte de Marruecos, con objeto de articular una serie de acciones dirigidas a la consecución de la integración social.			
MECANISMOS DE PUBLICIDAD Y DIFUSIÓN DESARROLLADOS			
<p><u>Descripción general.</u> Los diferentes instrumentos de información y publicidad se caracterizan por mantener una imagen corporativa común. De este modo, se identifica claramente su adscripción a esta actuación.</p>			
MEDIDAS DE OBLIGADO CUMPLIMIENTO			
<ul style="list-style-type: none"> - Documentación de licitación. - Trípticos. - Carteles. 			
MEDIDAS DE INICIATIVA PROPIA			
<ul style="list-style-type: none"> - Manual Corporativo. - Material promocional. - Documentación administrativa. 			
VALORACIÓN DEL IMPACTO DE LAS MEDIDAS			
OMEPEI se caracteriza por la complementariedad de las acciones de información y publicidad. Es destacable la creación de un Manual Corporativo, con el fin de homogenizar todos los instrumentos producidos en el marco de esta actuación.			
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 INNOVADORAS DE INFORMACIÓN

Y PUBLICIDAD

Junto a las acciones recogidas en los proyectos seleccionados -por la perfección, variedad y eficacia de sus actuaciones informativas y publicitarias- cabe destacar determinadas actuaciones específicas que se distinguen por su impacto y originalidad, en términos de comunicación, y que se enmarcan en los proyectos especificados en la Tabla 4.

Tabla 4. Proyectos en los que enmarcan las actuaciones seleccionadas como buenas prácticas.

Proyecto	Instrumento	Órgano Gestor
-Encuentros de la Sociedad Civil de Ambas Orillas -Tecnología y Espacios Productivos -Observatorio de las Migraciones en el Estrecho y Prevención –OMEPEI- -Promoción Empresarial del Sudoeste de Europa	Página Web	-Agencia de Cooperación Exterior (IDEA) -DGFE -DG Coordinación de Políticas Migratorias -EXTENDA
-Encuentros de la Sociedad Civil de Ambas Orillas -Tecnología y Espacios Productivos -Turismo Sostenible en las riberas del Guadiana. -Desarrollo Económico y Enriquecimiento Cultural con Perspectiva de Género.	Licitación de las ayudas (BOE, pliegos, prensa, etc.)	-Agencia de Cooperación Exterior -IDEA -DG de Planificación y Ordenación Turística -IAM pliegos
-Observatorio de las Migraciones en el Estrecho y Prevención –OMEPEI- -Turismo Sostenible en las riberas del Guadiana -Promoción Empresarial del Sudoeste de Europa	Contratación de los proyectos	-DG Coordinación de Políticas Migratorias -DG de Planificación y Ordenación Turística -EXTENDA
-Encuentros de la Sociedad Civil de Ambas Orillas -Observatorio de las Migraciones en el Estrecho y Prevención –OMEPEI-	Folletos	-Agencia de Cooperación Exterior -DG Coordinación de Políticas Migratorias
-Encuentros de la Sociedad Civil de Ambas Orillas. -Programa Para la Atención e Inclusión Social de Personas Excluidas o en Riesgo de Exclusión.	Pegatinas	-Agencia de Cooperación Exterior -DG de servicios sociales
-Tecnología y Espacios Productivos	Certificaciones	-IDEA
-Transportes primera fase	Modelo de Vallas	-DG Transportes

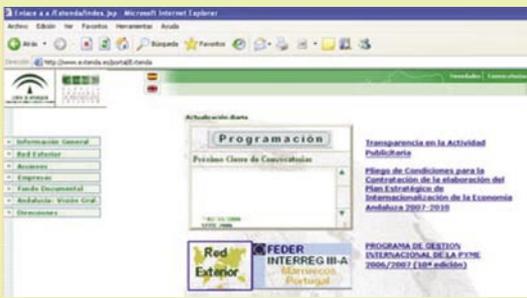
Proyecto	Instrumento	Órgano Gestor
-Observatorio de las Migraciones en el Estrecho y Prevención -Encuentros de la Sociedad Civil de Ambas Orillas	Modelo de Carteles	-DG Coordinación de Políticas Migratorias -Agencia de Cooperación Exterior
-Observatorio de las Migraciones en el Estrecho y Prevención -Transportes primera fase -Acondicionamiento del Eje de Comunicación Transfronterizo Andévalo Bajo-Carretera A499 y Pasos Transversales.	Edición material post-actuación	-DG Coordinación de Políticas Migratorias -DG Transportes -Consejería de Obras Públicas y Transportes. DG Carreteras
-Tecnología y Espacios productivos -Observatorio de las Migraciones en el Estrecho y Prevención -Turismo Sostenible en las riberas del Guadiana.	Actividades difusión (radio, TV, etc.)	-IDEA -DG Coordinación de Políticas Migratorias -DG de Planificación y Ordenación Turística
-Actividades de publicidad	<i>Claim, Campaña (TV, radio, prensa), Noticias Estrella, enlace publicidad portada WEB.</i>	-DG de Fondos Europeos
-Actividades de información (POIA)	<i>Manual, Jornadas, DVD, anuncio, HUELLA, Documentos descriptivos, etc.</i>	-DG de Fondos Europeos

Fuente: Elaboración propia

3.1. Instrumento: Páginas Web

La utilización de elementos interactivos, como la página Web -para dar a conocer las actuaciones cofinanciadas, y el papel de la Unión Europea en el desarrollo regional y en el fomento de la cooperación entre diferentes sociedades- es una práctica muy adecuada de comunicación, dada la amplitud de población que puede tener acceso a la información; sobre todo, en este tipo de Programas europeos transfronterizos (Tabla 5).

Tabla 5. Selección de páginas Web.

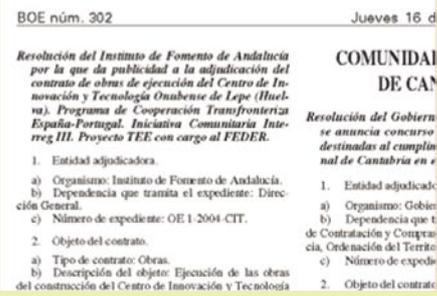
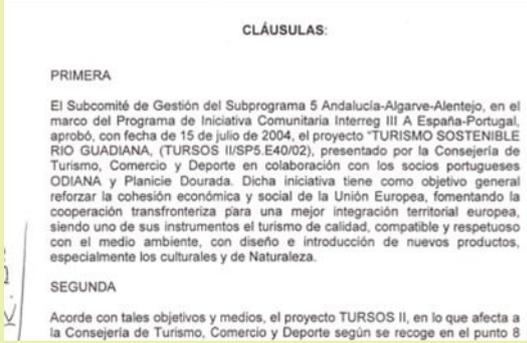
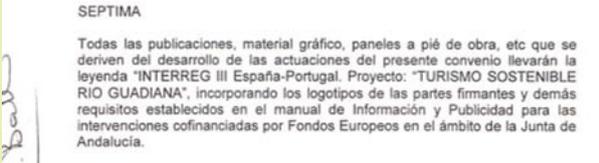
Justificación	Instrumento
<p>En la página principal de la Web de la Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía (IDEA) aparece el emblema comunitario, con enlace a la página de la Comisión. Éste siempre aparece, en todas las páginas del sitio web, junto al de la Junta de Andalucía.</p>	
<p>La Agencia Andaluza de Promoción Exterior contiene un enlace en la página principal, que dirige a un apartado sobre INTERREG. En la página específica sobre la cooperación transfronteriza se hace una descripción detallada de cada uno de los Programas (España-Marruecos y España-Portugal).</p>	
<p>La DG Coordinación de Políticas Migratorias ha creado una página Web específica para el proyecto OMEPEI. En ella se muestra claramente la bandera comunitaria y se hace una relación de todas las actividades desarrolladas en el mismo.</p>	
<p>La Página Web de la DGFE ya en la portada hace referencia a la información y publicidad de los Programas que gestiona, de forma que, a través de dicho enlace, el usuario puede acceder, fácilmente, a todo el material relacionado con los INTERREG. Desde Programación, noticias, banco de imágenes, etc.</p>	

3.2. Publicación de las ayudas (BOE, BOJA, prensa, etc.)

Con la finalidad de dar la mejor respuesta a los objetivos de información y concienciación europea a la opinión pública y beneficiarios de las ayudas de los Programas, establecidos por la Unión Europea, la localización del texto en el que se haga referencia a la participación de la Iniciativa y del FEDER es un factor determinante para la consecución de un mayor o menor impacto.

En la Tabla 6 se recogen diferentes ejemplos de buenas prácticas en las publicaciones en los boletines oficiales, anuncios en prensa, convenios, etc.

Tabla 6. Selección de publicaciones.

Justificación	Instrumento
<p>En el título de la resolución se menciona la Iniciativa Comunitaria, el nombre del proyecto y el fondo FEDER. (IDEA)</p>	
<p>En todos los convenios de colaboración que integran el proyecto, se informa a los beneficiarios del mismo, ya en la primera cláusula y exposiciones primeras, sobre la financiación con fondos de la Unión Europa por INTERREG III A España-Portugal.</p> <p>Además, se especifican los objetivos perseguidos con esta actuación de cooperación transfronteriza. (DG de Planificación y Ordenación Turística)</p>	
<p>Por otro lado, en otra de las cláusulas se establece la obligatoriedad de incluir, en todas las publicaciones y material divulgativo y de comunicación: 1. la referencia al INTERREG España-Portugal, 2. el nombre del proyecto, 3. los logotipos de acuerdo con lo especificado en el Manual de Información y publicidad de la Junta. (DG de Planificación y Ordenación Turística)</p>	

3.3. Contratación de los proyectos.

El Reglamento (CE) 1159/2000 y la Guía Práctica de la Comisión no establecen, con claridad, cómo y dónde ha de hacerse referencia a la cofinanciación en esta primera etapa de los proyectos, ni si es necesario hacerlo. De acuerdo con los objetivos de la normativa, y con las exigencias de notificación a los beneficiarios de la Guía, es pertinente la referencia por escrito sobre la participación de la Unión. En este sentido, y con vistas al próximo periodo de programación, la manera más adecuada de informar es con el emblema comunitario y el texto "Unión Europea" y "Fondo participante" –según lo establecido por el artículo 9-.

En base a lo anterior, la Tabla 7 muestra algunos ejemplos de contratos y expedientes de contratación.

Tabla 7. Selección de contratos de buenas prácticas.

Justificación	Instrumento
<p>La DG de Coordinación de Políticas Migratorias, de la Consejería de Gobernación, menciona en toda la documentación de contratación el Programa de iniciativa comunitaria España-Maruecos.</p>	
<p>EXTENDA inserta la mención al Programa INTERREG en todos los documentos en el título, lugar altamente visible. Además, incluye en la mayor parte de los mismos el emblema INTERREG III A España-Portugal.</p>	

3.4. Instrumento: Folletos

Los folletos y trípticos, como material divulgativo tienen, según la opinión de los gestores entrevistados, un elevado impacto sobre la demanda de las ayudas. La más completa edición de los mismos, en términos de incorporación de los emblemas e información sobre el proyecto y el Programa, garantizará un mayor conocimiento y concienciación de los ciudadanos y de los beneficiarios potenciales de las ayudas (Tabla 8).

Tabla 8. Selección de folletos de buenas prácticas.

Justificación	Instrumento
<p>Dentro del folleto, en la primera página, se habla del Proyecto y del Programa. Cuáles son sus objetivos y características concretas, y cómo están cofinanciadas por el FEDER.</p>	
<p>Para presentar los Encuentros se elaboraron unos folletos divulgativos en los que se aclara cuáles son los objetivos, destinatarios, vía de actuación del proyecto, y quiénes son sus organizadores. (Agencia de Cooperación Exterior)</p>	

3.5. Instrumento: Certificaciones.

En las certificaciones de las ayudas cofinanciadas por Fondos Europeos no se ha establecido ningún requerimiento técnico de comunicación. No obstante, constituye una buena práctica que, a lo largo de toda la documentación administrativa correspondiente, se refleje, de alguna manera, la cofinanciación del proyecto. La Tabla 9 muestra algunos posibles ejemplos para que quede explícito, más allá del código de participación de la ayuda.

Tabla 9. Selección de certificaciones.

Justificación	Instrumento
<p>En la certificación de gastos de IDEA se incluye el nombre del Programa.</p>	

3.6. Instrumento: Carteles

La colocación de carteles y pósteres con imágenes que capten la atención del público es otro de los medios posibles para transmitir la información oportuna al ciudadano. Tanto si son grandes pancartas, banderolas, como carteles de diferente tamaño, lo determinante, en este ámbito, es que se coloquen en lugares visibles, de elevado tránsito, y que incorporen, como mínimo, el emblema comunitario. Cualquier referencia adicional, como el nombre del Proyecto y de la Iniciativa, facilitará la consecución de los objetivos perseguidos por el Plan. La Tabla 10 muestra numerosos ejemplos que ejemplifican esta situación, cuya obligatoriedad para el FEDER no aparece recogida en la normativa ni en la Guía.

Tabla 10. Selección de carteles.

Justificación	Instrumento
<p>El proyecto “Observatorio de las Migraciones en el Estrecho y Prevención -OMEPEI-” ha diseñado todo el material publicitario en línea con la imagen corporativa, contenida en el Manual Corporativo.</p>	
<p>En uno de los stand de ESTRECHAR se colocó un cartel explicativo de los objetivos y ámbitos de actuación del INTERREG III A España-Portugal en Andalucía.</p>	

Justificación	Instrumento
<p>En el stand del Salón Internacional de la Logística, celebrado en Barcelona, la DG Transportes, de la Consejería de Obras Públicas, el emblema comunitario aparece junto al de la Junta de Andalucía, como organismos que financian el proyecto.</p>	

3.7. Instrumento: Vallas.

Uno de los instrumentos publicitarios con mayor impacto informativo sobre la población son las vallas (Tabla 11). Y, aunque su contenido está totalmente establecido por la normativa comunitaria, en este ámbito, cabe destacar aquéllas que aportan mayor información. Tal es el caso, por ejemplo, de la Dirección General de Transportes, puesto que, además de la bandera comunitaria, hace alusión a la iniciativa comunitaria INTERREG III A.

Tabla 11: Selección de vallas.

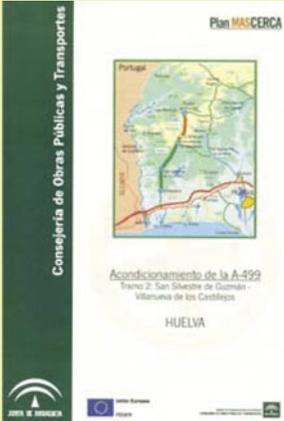
Justificación	Instrumento
<p>Las vallas utilizadas por la DG Carreteras de la Consejería de Obras Públicas y Transportes, contienen emblema comunitario, aunque no hace ninguna alusión al Programa INTERREG.</p>	
<p>Esta valla de la DG Transportes, de la Consejería de Obras Públicas, añade información relativa al Programa, respetando los requisitos establecidos por el Reglamento de información y publicidad.</p>	

3.8. Instrumento: Edición de material post-actuación.

En algunos de los proyectos seleccionados en la muestra, 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 (Tabla 12).

Los instrumentos utilizados varían entre CDs, cuadernillos de carácter divulgativo, etc.

Tabla 12. Selección de material de comunicación post-actuación.

Justificación	Instrumento
<p>“Observatorio de las Migraciones en el Estrecho y Prevención” Consejería de Gobernación DG Coordinación de Políticas Migratorias</p>	
<p>“Acondicionamiento del Eje de Comunicación Transfronterizo Andévalo Bajo- Carretera A499 y Pasos Transversales” Consejería de Obras Públicas y Transportes DG Carreteras</p>	
<p>“Transportes primera fase” Consejería de Obras Públicas DG Transportes</p>	

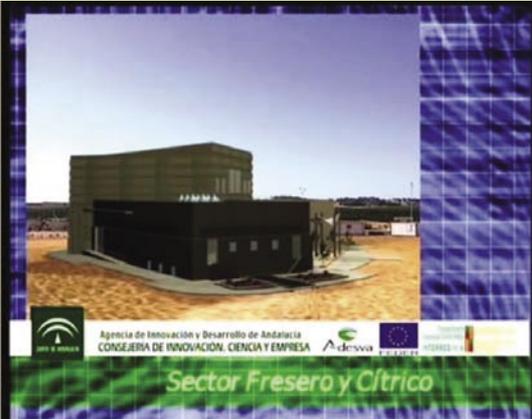
3.9. Instrumento: Actividades de difusión.

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.

Entre las actividades de difusión, destacan los anuncios en Televisión, las cuñas insertadas en la radio, los anuncios en prensa, etc. en los que siempre se hace referencia al contenido de los proyectos y a la financiación europea.

Junto con las acciones publicitarias presentadas en la Tabla 13, en las que se deja patente la cofinanciación europea y la cooperación entre países, cabe destacar, también, la campaña de sensibilización en radio de OMEPEI, que termina con la siguiente frase : “... Campaña por la convivencia en las zonas transfronterizas. Consejería de Gobernación, Junta de Andalucía, Fondo Europeo de Desarrollo Regional”.

Tabla 13. Muestra de material de difusión

Justificación	Instrumento
<p>Videos de corta duración en los que se explica con detalle el proyecto. Su financiación, sus objetivos, los beneficios derivados de su implementación y de su localización geográfica concreta.</p> <p>En todo momento se mantiene la última fila con los emblemas de los participantes, entre ellos el comunitario y el del INTERREG IIA España-Portugal.</p>	
	

Justificación	Instrumento
<p>Anuncios en prensa de tirada nacional, regional y local, en los que se recogen los principales avances de los proyectos cofinanciados. Tales como inauguraciones, primeros logros, etc.</p>	

3.10. Instrumento: Actividades de información y publicidad de la DGFE.

La DGFE pone en práctica una serie de medidas para dar cumplimiento a la normativa comunitaria en lo referente a promover la difusión de las acciones desarrolladas dentro de los Programas INTERREG III A España-Marruecos y España-Portugal. Estos elementos se encuentran anticipados en el Plan de Información y Publicidad, realizado por la Consejería de Economía y Hacienda de la Junta de Andalucía.

En la Tabla 14 se muestran las actuaciones de buenas prácticas de comunicación desarrolladas por la DGFE dentro del Plan de Información y Publicidad de INTERREG III A para los Programas España-Portugal y España-Marruecos en actuaciones competencia de la Junta de Andalucía.

Tabla 14: Actividades de Información y Publicidad.

Justificación	Instrumento
<p>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.</p>	
<p>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.</p>	

Justificación	Instrumento
<p>La edición de Documentos descriptivos sobre los Programas INTERREG III A España-Portugal y España-Marruecos, 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.</p>	
<p>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 y de los dos Programas INTERREG, constituye una excelente práctica de información y de difusión.</p>	
<p>Uno de los objetivos fundamentales del Plan de Publicidad INTERREG III A es trasladar la mayor información posible a la opinión pública andaluza, acerca de los Fondos Europeos. Con esta finalidad la Campaña de 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.</p>	
<p>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 buena práctica.</p>	
<p>Mensualmente la DGFE obtiene un Dossier de Prensa muy completo de todas las noticias y artículos relacionados con las actuaciones cofinanciadas por los Programas INTERREG en la región, gracias a la labor de la empresa especializada de publicidad contratada. De esta forma, no sólo comprueban el alcance de estos Programas en los medios, sino que sirve de fuente básica para completar la información disponible en la Web.</p>	

4. BUENAS PRÁCTICAS EN MATERIA DE CONTROL

DEL CUMPLIMIENTO

Como se ha mencionado con anterioridad, tanto los órganos gestores, como los beneficiarios 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 15 se señalan las medidas más eficaces en este ámbito, que deberían ser consideradas como ejemplos de buenas prácticas en la gestión de los fondos europeos.

Tabla 15: Medidas de control y seguimiento por parte de los órganos gestores.

ÓRGANO GESTOR	ACCIÓN
Consejería de Obras Públicas y Transportes	
DG Carreteras	<ul style="list-style-type: none"> * Un requisito imprescindible para dar comienzo a las obras es la comprobación, por parte del órgano gestor, de la instalación del cartel de obra.
	<ul style="list-style-type: none"> * 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.
Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa	
Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía (IDEA)	<ul style="list-style-type: none"> * 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. * Se ha constituido un grupo de control interno sobre cuestiones europeas, en el que participan todos los gestores y personal implicado en las actuaciones comunitarias dentro de IDEA, y en el que comparten documentación a través de la Intranet.
Instituto Andaluz de la Mujer	
Instituto Andaluz de la Mujer	<ul style="list-style-type: none"> * En las certificaciones de todos los proyectos cofinanciados con fondos europeos se incluye un check-list en el que se verifica, entre otros aspectos, el cumplimiento de los requisitos de información y publicidad, de acuerdo con el Reg. (CE) 1159/2000.
Consejería de Gobernación	
DG Coordinación de Políticas Migratorias	<ul style="list-style-type: none"> * En el manual corporativo del proyecto OMEPEI se explica cómo han de incluirse los emblemas, entre ellos el comunitario, en todas las publicaciones e instrumentos publicitarios que se hagan con cargo al proyecto.
	<ul style="list-style-type: none"> * Desde la DG se controla que todo el material promocional cumpla los requisitos establecidos. Para ello, exige el envío de una copia de todos los elementos producidos.

ÓRGANO GESTOR	ACCIÓN
Consejería de Turismo, Comercio y Deporte	
Agencia Andaluza de Promoción Exterior –EXTENDA-	* EXTENDA exige la inclusión del emblema del Programa INTERREG III A España-Portugal en todo el material informativo producido, así como en las comunicaciones a los beneficiarios. En caso de no cumplimiento, EXTENDA amenaza con la exclusión del Programa.
Dirección General de Planificación y Ordenación 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 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

La creciente y notable concienciación de los gestores andaluces sobre la importancia de las acciones de comunicación, en las ayudas comunitarias de los INTERREG III A, ha dado como resultado gran variedad de buenas prácticas en esta materia.

Estas acciones de buenas prácticas constituyen ejemplos y posibles modelos a tener en cuenta en el futuro. En consecuencia, se recomienda su incorporación en posteriores ediciones del Manual de Información y Publicidad de la Junta, para mejorar la aplicación y efectividad de los objetivos perseguidos por la normativa vigente.

En general, a partir de las valoraciones de los diferentes proyectos y actuaciones seleccionadas como buenas prácticas, la Tabla 16 refleja, en síntesis, los resultados obtenidos una vez aplicados los criterios de excelencia diseñados y utilizados.

Tabla 16. 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

No obstante, cabe destacar las siguientes conclusiones:

- Con carácter general, las buenas prácticas señaladas transmiten la información sobre la cofinanciación de forma clara, precisa y atractiva, de forma que se facilita, significativamente, la difusión de la naturaleza, contenido y objetivos perseguidos con las actuaciones de cooperación desarrolladas, entre los beneficiarios de las ayudas y el resto de la población.

- De acuerdo con los criterios y requisitos publicitarios establecidos por la Comisión en su Reglamento y resto de publicaciones relacionadas, el único aspecto en el que no cumplen siempre, de manera estricta, estas actuaciones y proyectos de buenas prácticas seleccionadas, es respecto al contenido y formato del emblema comunitario. En particular, en la Iniciativa INTERREG III A España-Marruecos, debido a la falta de emblema propio –como se señaló en el informe de Evaluación de este Plan de Información–.
- Sobresale, igualmente, la complementariedad entre las distintas herramientas o actuaciones utilizadas, y la correcta programación de las mismas en el tiempo y en cuanto a la población objetivo a la que van dirigidas; circunstancia que garantiza, por otro lado, su sostenibilidad.
- La progresiva utilización de las nuevas tecnologías, como Internet, permite llegar a un mayor volumen de ciudadanos, lo que es muy adecuado en este tipo de proyectos de elevada dimensión geográfica.
- Del mismo modo, es pertinente la presentación, simultánea, de la información en los diferentes idiomas en los que se integran los Programas, dado que constituye una señal más de la doble actuación y cooperación gubernamental que existe detrás de este tipo de actuaciones comunitarias.
- 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 comunitaria. De esta forma, algunos de ellos han creado sus propios manuales de información y publicidad, otros han elaborado 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.
- Entre otras actuaciones de iniciativa propia, destacan las medidas de control y seguimiento desempeñadas por algunos de los gestores y que contribuyen, de manera notable, a incrementar la eficacia de las actuaciones de publicidad. La generalización de su uso entre el resto de órganos que gestionan iniciativas comunitarias resultaría muy conveniente.

