

Resumen Ejecutivo
Résumé Exécutif
Sumário Executivo



UNIÓN EUROPEA
Fondo Europeo de Desarrollo Regional

**“Evaluación del Plan de
Comunicación del Programa
Operativo de Cooperación
Territorial del Sudoeste
Europeo (SUDO E) 2007-2013”**

1 de junio de 2011

1. RESUMEN EJECUTIVO

La evaluación del Plan de Comunicación del Programa Operativo de Cooperación Transnacional del Espacio Sudoeste Europeo (SUDOE) 2007-2013 pretende analizar su contribución al aumento de la visibilidad del FEDER, así como a la transparencia en la gestión y ejecución de las actuaciones cofinanciadas, de conformidad con lo establecido en el artículo 4.2.c) del Reglamento (CE) Nº 1828/2006.

Su realización se ha basado en un planteamiento metodológico amplio que ha combinado técnicas de análisis de tipo cuantitativo y cualitativo. Entre las primeras hay que destacar, fundamentalmente, el estudio de las realizaciones, resultados e impactos del Plan. Las segundas han consistido en el desarrollo de un completo trabajo de campo que ha dado lugar, por un lado, a entrevistas y reuniones de trabajo con la Autoridad de Gestión, el Secretariado Técnico Conjunto, así como con los Corresponsales Nacionales de todos los países pertenecientes al SUDOE: España, Francia, Portugal y Reino Unido (Gibraltar). Por otro, se ha llevado a cabo un amplio proceso de encuestación, tanto a beneficiarios y promotores de proyectos, como a beneficiarios potenciales del Programa.

Todo ello ha permitido obtener conclusiones sólidas y fiables con relación a la estrategia de comunicación, el avance en la ejecución de las acciones de información y publicidad y la estimación del impacto de las Medidas realizadas desde enero de 2007 hasta diciembre de 2010.

El Plan de Comunicación del Programa SUDOE contiene todos los elementos que exige el artículo 2 del citado Reglamento (CE) Nº 1828/2006: formula una estrategia basada en objetivos, identifica a los grupos destinatarios de la misma, describe las Medidas previstas de información y publicidad, calcula el presupuesto aproximado para su implementación, designa a los organismos responsables en esta materia y establece los mecanismos necesarios para el seguimiento y evaluación del Plan.

Dicho Plan parte de una premisa esencial, que es su vocación continuista. No en vano, las acciones de información y publicidad realizadas durante el período 2000-2006 han aportado una experiencia muy útil sobre la que se ha diseñado la nueva estrategia de comunicación 2007-2013. Los cinco objetivos establecidos se centran en los temas de transparencia y visibilidad, como un punto primordial para el fortalecimiento de las relaciones económicas, políticas y sociales de la UE con todos los agentes implicados en la Política Regional Comunitaria y con la población en su conjunto:

- + Objetivo 1: Proporcionar la información necesaria sobre las oportunidades ofrecidas a los beneficiarios de fondos, los beneficiarios potenciales y al público en general.
- + Objetivo 2: Reconocer el papel y el apoyo de los Fondos Estructurales de la Unión Europea.

- ✦ Objetivo 3: Promover la comprensión de los objetivos y los logros de las diversas actuaciones cofinanciadas por los Fondos Estructurales.
- ✦ Objetivo 4: Compartir las experiencias entre territorios y beneficiarios, transferir lo conseguido para mejorar la calidad de futuros proyectos, evitar hacer lo ya hecho, para impulsar procesos de capitalización.
- ✦ Objetivo 5: Involucrar a los beneficiarios en el compromiso por una comunicación estrechamente ligada a la de los proyectos y sus resultados.

La consecución de estos objetivos depende, tanto del avance en el desarrollo de las doce Medidas en las que se organiza el Plan de Comunicación, como de la propia implicación de los beneficiarios en las tareas de información y publicidad de los proyectos admitidos en las dos convocatorias del Programa realizadas hasta la fecha.

Tales Medidas y acciones de información y publicidad son coherentes con los objetivos definidos en el Plan y pertinentes en relación con las necesidades de información que presentan los distintos agentes interesados en el Programa. En consecuencia, se puede afirmar la elevada calidad del planteamiento estratégico, por cuanto las Medidas son congruentes para lograr los objetivos y los soportes de comunicación contemplados resultan óptimos para la ejecución de las actuaciones del Plan.

Desde la perspectiva del avance en la ejecución, hay que señalar que todas las Medidas del Plan se han iniciado desde un primer momento. De hecho, buena parte de ellas ya han sido concluidas, en particular aquellas que resultaban más necesarias para el lanzamiento y puesta en marcha del Programa, como el diseño de una referencia visual asociada a la identidad del Programa (logo y lema del SUDOE), la creación del Portal Web o la organización del seminario de lanzamiento, entre otras. Esto explica que el contenido de la mayor parte de las actividades se haya relacionado, sobre todo en los primeros momentos, con la puesta en marcha del Programa, centrándose en acciones de información a los beneficiarios potenciales para informarles acerca de las obligaciones que supone su participación en el mismo.

Ello ha permitido llegar a, prácticamente, todos los grupos destinatarios. No obstante, es preciso señalar que el grado de visibilidad del SUDOE está siendo más elevado para los beneficiarios, en los que se percibe una adhesión real y grandes esfuerzos de comunicación por su parte, respetando todas las exigencias comunitarias a este respecto y desarrollando un muy importante papel difusor de la ayuda FEDER en el marco de su proyecto.

Esta notoriedad es menos nítida para los beneficiarios potenciales y, sobre todo, para la opinión pública en general. En el primer caso, aunque la demanda de financiación ha sido extraordinaria, gracias a la comunicación institucional, la tasa de cofinanciación (75%), la comunicación informal y la experiencia acumulada por la intervención en el anterior período de programación, sin embargo la cooperación en los ámbitos que promueve resultan algo menos conocidos para este grupo de destinatarios.

En cuanto a la incidencia de las acciones de información y publicidad sobre la población, éstas se refieren, sobre todo, a la aparición de noticias en los medios de comunicación. En este sentido, si bien existe un relativo interés, resulta menos concreto que en la cooperación transfronteriza, debido a la intangibilidad de muchos de los proyectos, que impide que sus efectos sean visibles, y a las limitaciones presupuestarias del Programa, frente al tamaño y la diversidad de la población de la zona de intervención, donde actúan, además, otros Programas apoyados por Fondos Estructurales. No obstante, los proyectos relativos al medio ambiente, entre otros vinculados con determinadas problemáticas del territorio, sí gozan de una mayor visibilidad para el gran público.

Las Medidas que más han destacado por lograr unos resultados muy satisfactorios son la publicación de la Lista Beneficiarios (Medida 5), la celebración del seminario de lanzamiento del Programa (Medida 4) y las jornadas de información sobre la gestión de un proyecto transnacional (Medida 7). Todas ellas han tenido una gran aceptación, a juzgar por el número de asistentes a tales actos y la positiva valoración que hacen de los mismos, así como por la gran cantidad de visitas realizadas a la Lista de Beneficiarios del Programa a través de la Web. Esto es una demostración de los altos niveles de transparencia que están caracterizando la gestión y ejecución del Programa.

Pero la Medida más influyente y con mayor potencial para lograr los objetivos del Plan es la creación del Portal Web del SUDOE. De hecho, podría decirse que la Web es el eje que permite engranar la estrategia de comunicación del Programa, puesto que impregna, no sólo la planificación del resto de Medidas de información y publicidad, sino también su propia implementación. Así, la Web es el principal soporte utilizado en el desarrollo de un número considerable de acciones de comunicación. Hasta diciembre de 2010 se ha registrado una media anual de 90.147 visitas, lo que supone el 60% de las previstas hasta 2013, aunque el promedio de páginas consultadas y de duración está siendo inferior al esperado, debido a una estimación demasiado al alza.

Las restantes Medidas han mantenido una evolución muy adecuada. Este positivo comportamiento ha hecho que apenas se hayan apreciado desviaciones significativas, teniendo en cuenta, además, que sólo los proyectos de la primera convocatoria han podido alcanzar la maduración suficiente. Únicamente la relativa a la publicación de los proyectos aprobados presenta unos márgenes claros de mejora, debido a que la edición y distribución de ejemplares ha estado por debajo de lo previsto puesto que sólo ha sido posible hacerla para los de la primera convocatoria. Además, actualmente se está en proceso de elaboración de la publicación de los proyectos aprobados en la segunda convocatoria.

Precisamente, la comunicación generada a través de los proyectos ha adquirido una gran relevancia. No en vano, su capacidad para divulgar el papel del FEDER y la UE a favor de la cooperación y la cohesión territorial ha sido muy significativa. La aparición del SUDOE en los medios de comunicación masiva se produce casi siempre por referencias a los proyectos aprobados, que se convierten, de esta forma, en los mejores portavoces de la Política Regional Comunitaria, de la cooperación territorial y de su aplicación práctica en el

Sudoeste Europeo. A ello hay que añadir la utilización en el distinto material informativo elaborado (folletos, carteles, entre otros) del emblema de la UE con la mención FEDER y el logotipo del Programa, que permite reconocer el valor añadido comunitario incorporado a los proyectos del SUDOE.

Otra de las razones que justifican la eficacia de las actuaciones de información y publicidad llevadas a cabo es la disponibilidad de una amplia batería de instrumentos y herramientas de comunicación, cuya utilización se ha adaptado en función del mensaje que se pretendía transmitir y del grupo destinatario al que se dirigía. Ello ha dado lugar a una comunicación en el Programa orientada, tanto hacia fuera de la intervención (comunicación externa), como interna. Esta última se ha visto especialmente favorecida por el trabajo del Secretariado Técnico Conjunto y la elaboración de diversos documentos que han permitido clarificar las funciones y los procedimientos de actuación.

En síntesis, todas estas actuaciones han permitido que la ejecución alcanzada por los indicadores de realización y resultados durante los cuatro primeros años del período de programación haya sido muy satisfactoria. Pero, además, hay que señalar que estos logros se han conseguido con unos niveles de eficiencia muy adecuados. Desde esta óptica, los gastos de asistencia técnica para la realización del Plan de Comunicación, desde su inicio hasta febrero de 2011, han sido de 474.214,01 euros, que representan el 67% del presupuesto total estimado. En consecuencia, estos recursos invertidos han sido suficientes, no sólo para poner en marcha la totalidad de las Medidas del Plan, y finalizar algunas de ellas, sino también para alcanzar y superar incluso los objetivos que se habían establecido para determinados indicadores de seguimiento.

En términos de impacto, los efectos de carácter más permanente que las actividades de comunicación efectuadas han tenido sobre los principales destinatarios del Plan ponen de relieve la alta probabilidad de alcanzar los objetivos estratégicos fijados. Así, el grado de conocimiento existente sobre el SUDOE está siendo bastante elevado entre los beneficiarios potenciales, ya que más del 70% declara conocer los objetivos y prioridades del Programa. Ello se acentúa todavía más en el caso de los promotores y socios de los proyectos aprobados, con un 94%.

Por su parte, el principal mensaje que llega a la población es el de la percepción de fondos procedentes de la UE, pero sin distinguir claramente por instrumentos financieros y mucho menos por Programas. En este sentido, la cooperación territorial sufre de forma más aguda la problemática más general que afecta a los Fondos Estructurales: su relativa falta de proyección pública. La combinación de las distintas formas estructurales de la Política Regional aumenta favorablemente la visibilidad de la UE y del FEDER, y por tanto, la concienciación de la población en lo que respecta a la aportación de la UE al desarrollo territorial. Sin embargo, no es menos cierto que la población en general no diferencia en la mayoría de los casos si una actuación está siendo financiada en el marco de un Programa Regional o de Cooperación Transnacional.

En todo caso, hay que señalar que la decisión de la UE de potenciar el valor añadido de la Cooperación Territorial y su consideración como uno de los objetivos nuevos de la Política de Cohesión es aún muy reciente. La consecución de este mayor rango jurídico sólo se podrá traducir en una mayor visibilidad de la cooperación territorial si se acompaña, en el futuro, del suficiente respaldo financiero para que los avances hacia un mayor desarrollo equilibrado y la integración del territorio europeo sean más fácilmente percibidos por la población.

A pesar de lo anterior, un 45% de los beneficiarios de las ayudas estima que la información difundida sobre sus proyectos llegará a la población en general, por detrás de las Administraciones Públicas, los Centros Tecnológicos, los interlocutores económicos y sociales y el tejido empresarial. En todo caso, las actuaciones más notorias ante la opinión pública parecen ser aquellas que dejan evidencia física sobre el territorio (como los proyectos con pequeñas infraestructuras y equipamientos), las que inciden directamente en grupos específicos de población (proyectos de I+D+i, culturales, entre otros) o las que atienden debilidades muy presentes para la ciudadanía (como la prevención de riesgos naturales o la gestión de recursos hídricos).

Finalmente, el avance en el logro del objetivo de capitalización, destinado a compartir experiencias y transferir lo conseguido para mejorar la calidad de futuros proyectos, presenta un potencial bastante relevante. En particular, el 73% de los beneficiarios defienden el carácter demostrativo de su proyecto de cara a poder trasladar su experiencia a otros escenarios. No en vano, la Evaluación no ha encontrado ninguna dificultad para detectar casos de Buenas Prácticas en todos los Ejes Prioritarios del Programa.

Por todo ello, se concluye que no existen motivos para introducir modificaciones en la estrategia de comunicación del SUDOE ni tampoco para involucrar a nuevos actores en la difusión de la intervención. La actual estructura técnica, que cuenta con la formación y competencias necesarias en la materia, junto con el compromiso observado por parte de los beneficiarios, se presentan como una garantía para la consecución de los objetivos fijados.

No obstante, sí se plantean algunas recomendaciones para la mejora de la gestión, seguimiento y control del Plan de Comunicación, relacionadas con la definición y cuantificación de algunos indicadores, o la mejora de la calidad de algunas Medidas, entre otras, que contribuirán a incrementar su rendimiento en los próximos años.

RegioPlus
Consulting 

www.regioplus.eu

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

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