|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| CoRLogo_ES |  |  |

**Colaborar para conseguir  
 una Unión Europea con una dimensión local**

**Plan de Comunicación   
del Comité Europeo de las Regiones   
para el año 2018**

# **Contexto general y político**

«Estoy firmemente convencido de que, si tenemos en cuenta las expectativas de los ciudadanos, las suspicacias sobre Europa serán sustituidas por un deseo de Europa[[1]](#footnote-1).»

El Comité Europeo de las Regiones (CDR) sigue un enfoque de comunicación basado en el principio de «reconectar Europa con sus ciudadanos gracias a una comunicación bidireccional centrada en los miembros del CDR». De esta forma, el CDR lleva a cabo sus actividades de comunicación en asociación y cooperación con una «red de redes» en la que participan, por una parte, sus miembros, asociaciones y entes locales y regionales y sus redes, y las instituciones de la UE, en particular el Parlamento Europeo, la Comisión Europea y el Consejo y sus redes, por otra. En el marco de la Estrategia de Comunicación para 2015-2020, el presente Plan de Comunicación establece un número limitado de prioridades y objetivos, así como las herramientas, los canales y los recursos necesarios para conseguirlos.

**Contexto político**

La comunicación del CDR presenta la labor política del Comité dentro de las instituciones de la UE y brinda voz y visibilidad a los representantes electos a nivel local y regional, así como a los ciudadanos. Basada en la labor política de las comisiones del CDR, la comunicación del Comité debe estar «centrada en los miembros», de modo que reconozca que los miembros del CDR son su activo de comunicación más valioso. Los miembros y los posibles futuros miembros deben encontrar fácilmente la respuesta a la pregunta «¿qué gano yo?» (desde el punto de vista político). Además, la agenda de la UE y los últimos acontecimientos proporcionan el contexto para actividades de comunicación, iniciativas políticas y actos específicos. 2018 será el último año completo de la legislatura de las instituciones de la Unión antes de que tengan lugar las elecciones europeas de 2019, y las actividades políticas y de comunicación del CDR se enfrentarán a tres desafíos principales:

* **El futuro de Europa:** es probable que continúe el debate sobre el futuro de la UE a distintos niveles. La aprobación del dictamen correspondiente del CDR está prevista para octubre de 2018 y puede que alimente aún más el debate político, especialmente con vistas a la 8.ª Cumbre Europea de Regiones y Ciudades, prevista para principios de 2019 antes de que se celebre el Consejo Europeo en Sibiu el 9 de mayo de 2019. Las actividades de comunicación en cuestión no solo deben dar visibilidad al dictamen de 2018, sino que también deben enmarcarse y ejecutarse en un plazo temporal más amplio.
* **Marco Financiero Plurianual (MFP):** la agenda política para 2018 irá encabezada por la propuesta de la Comisión Europea de un MFP para la Europa de los Veintisiete después de 2020, que debe presentarse en mayo. Esto conllevará la publicación de una serie de propuestas legislativas para la financiación de la UE después de 2020, que abarcan básicamente todos los ámbitos políticos de la Unión. Algunos, como la política de cohesión, el desarrollo rural y la investigación, son de vital importancia para la inversión pública por parte de los entes locales y regionales. Actualmente, no cabe esperar el acuerdo acerca del MFP y las propuestas legislativas presentadas por el Parlamento Europeo y el Consejo hasta principios de 2019 y es posible que incluso se pospongan a 2020. Se requiere una labor política considerable y una comunicación coherente durante un período que se extenderá más allá de 2019.
* **Elecciones europeas en 2019:** 2018 será el año en el que se preparen las campañas para las elecciones europeas de junio de 2019. Ya se ha empezado a diseñar la campaña de movilización electoral, es decir, la puesta en marcha de una campaña de sensibilización a nivel interinstitucional en 2018. Ofrece una amplia gama de oportunidades políticas y de comunicación en 2018 y principios de 2019, en las que el CDR puede posicionarse como socio del Parlamento Europeo de la misma forma que otras instituciones de la UE, de manera que los miembros del CDR pueden contribuir a fomentar la participación de los votantes.

El Plan de Comunicación 2018 tiene en cuenta la ambición del presidente de mejorar la función y el impacto del CDR, sobre la base de una mayor visibilidad y una mejor cooperación y comunicación, especialmente con los entes locales y regionales y sus asociaciones europeas.

**Evaluación intermedia de la Estrategia de Comunicación del CDR para 2015-2020**

La Estrategia de Comunicación del CDR para 2015-2020 se evaluó en 2017. El informe, proporcionado por un evaluador externo, confirmó el planteamiento y recomendó una serie de mejoras, a saber:

* utilizar mejor la comunicación como elemento catalizador de un cambio organizativo, por ejemplo, destinando los recursos limitados en mayor medida a las prioridades esenciales, mejorando la comunicación sobre el planteamiento de la campaña y estableciendo objetivos cuantificables;
* revisar la «gobernanza de la comunicación» dentro del CDR, por ejemplo, mediante el desarrollo más eficaz de mensajes cruciales y la simplificación de los procedimientos de toma de decisiones;
* probar nuevas herramientas y planteamientos, por ejemplo, «enmarcar» las campañas en el sentido de integrar mensajes relacionados de forma más eficaz y utilizar en mayor medida la comunicación a través de distintos medios;
* reforzar los vínculos entre la comunicación interna y externa.

Este plan fue redactado a la luz del informe preliminar sobre el Plan de Comunicación de 2017, cuya versión final se presentará a la Mesa del CDR el 20 de marzo de 2018. Los aspectos presupuestarios de este plan se presentaron a la Comisión de Asuntos Financieros y Administrativos del CDR el 13 de noviembre de 2017 y están pendientes de ser aprobados definitivamente por la autoridad presupuestaria.

# **Las campañas de comunicación de 2018**

EL CDR lleva a cabo sus actividades de comunicación mediante tres campañas, que presentan un conjunto integrado de herramientas y canales para mejorar la visibilidad y el impacto del trabajo legislativo de la asamblea. A tal fin, los gestores de las campañas elaboran planes de acción detallados y lideran equipos entre servicios, que los llevan a cabo y supervisan sus resultados. Los temas de las campañas y su puesta en marcha han sido desarrollados utilizando criterios claros. En particular:

* tienen el potencial para conseguir la participación y la implicación activas de los miembros del CDR;
* pueden destacar el impacto y el valor añadido del CDR por lo que respecta a las políticas de la UE;
* vinculan la labor política del CDR en los ámbitos de prioridad de las comisiones;
* reúnen a un conjunto más amplio de instituciones de la UE y partes interesadas a nivel local y regional.

Las herramientas y actividades de comunicación para cada campaña se definirán en los «planes de acción», que pueden incluir:

* paquetes informativos para los miembros del CDR y las partes interesadas, basados en un enfoque «narrativo» que haga hincapié en las mejores prácticas a escala local. Estos paquetes comprenderán las líneas y narrativas que cabe seguir, descripciones de proyectos, fichas informativas, presentaciones, infografías y vídeos;
* actividades de prensa y de los medios de comunicación, incluidas las asociaciones de medios, seminarios de periodistas, etc.;
* actividades audiovisuales, en la web y en las redes sociales, así como formación cuando proceda;
* actos, conferencias y seminarios clave.

Los planes de acción y las herramientas conexas se desarrollarán y actualizarán a la vista de la agenda política en curso y de las prioridades temáticas del CDR y sus comisiones. Los miembros que han sido o son ponentes sobre cuestiones relacionadas con estas campañas deben participar activamente, inclusive a la hora de presentar a las comisiones informes sobre las campañas.

## **Campaña 1: Las regiones, ciudades y entes locales trabajan por el futuro de Europa**

***«****Europa no puede construirse sin sus ciudadanos: debemos colaborar con ellos para determinar el futuro de Europa,*

*porque Europa es su futuro.»*[[2]](#footnote-2)*.*

**Contexto y justificación**

Actualmente, el debate sobre el futuro de la Europa de los Veintisiete establece un plazo hasta 2025. Este debate se definió en función del Libro Blanco de la Comisión Europea sobre el futuro de Europa[[3]](#footnote-3) en la primavera de 2017 y probablemente continuará en 2018. Como parte de la hoja de ruta hasta las elecciones europeas de 2019 que presentó en su discurso sobre el estado de la Unión de 13 de septiembre de 2017[[4]](#footnote-4), el presidente de la Comisión Europea, Jean-Claude Juncker, sugirió celebrar «Debates sobre el futuro de Europa en los parlamentos nacionales, las ciudades y las regiones de Europa». En su discurso sobre el estado de la Unión, de 10 de octubre de 2017, el presidente del CDR, Karl-Heinz Lambertz, propuso celebrar debates en nuestras asambleas regionales y locales y colaborar (con las instituciones de la UE) para garantizar que la Unión mantiene un contacto directo con sus ciudadanos.[[5]](#footnote-5) El 18 de octubre de 2017, el presidente del Consejo Europeo, Donald Tusk, estableció fechas clave para el debate sobre el futuro de Europa entre los Jefes de Estado y de Gobierno en 2018 y con posterioridad.

**Planteamiento estratégico y objetivos**

Esta campaña es la continuación de la campaña anterior, «Reflexionar sobre Europa», y tendrá por objeto presentar los intereses locales y regionales en el debate sobre el futuro de Europa destacando el trabajo legislativo del CDR a este respecto, especialmente el dictamen conexo del CDR que debe aprobarse en 2018. Los «diálogos con los ciudadanos» que celebran los miembros del CDR y que contribuyen a la campaña de sensibilización para las elecciones europeas de 2019 constituirán el principal medio de comunicación. El alcance, la magnitud y el impacto de las actividades conexas se mejorarán mediante medios digitales y de otros tipos, como aplicaciones móviles, encuestas en línea, estudios, conferencias y fichas informativas, etc. Se alentará a los miembros y suplentes del CDR a asistir a los actos de terceros a nivel local que se celebren, por ejemplo, en los parlamentos y asambleas regionales o que organicen otras instituciones de la UE y asociaciones europeas, así como a aunar fuerzas con los líderes políticos a nivel local, regional, nacional y de la UE. Se hará especial hincapié en los jóvenes y se desarrollarán formatos, por ejemplo, junto con el Parlamento Europeo. En términos cuantitativos, los objetivos de esta campaña son los siguientes:

* celebrar 100 diálogos con los ciudadanos en los que participarán 150 miembros del CDR, que permitan llegar a 10 000 ciudadanos en 27 Estados miembros;
* generar 40 000 respuestas a la encuesta en línea procedentes de los 27 Estados miembros en cuestión;
* contribuir a 50 debates celebrados por las asambleas regionales o locales o por asociaciones europeas;
* participar en la cooperación interinstitucional activa con los diálogos con los ciudadanos de la Comisión Europea, así como con los miembros del Parlamento Europeo invitados a los actos locales del CDR y con los miembros del CDR que asisten a los actos de otras instituciones de la UE;
* realizar una encuesta representativa de la opinión pública en las regiones, preferiblemente mediante el Eurobarómetro;
* informar directamente a 500 líderes locales sobre el discurso sobre el estado de la Unión pronunciado por el presidente del CDR (octubre de 2018) y alentarles activamente a participar e interactuar;
* establecer contacto con 700 expertos en comunicación de las instituciones, regiones y ciudades de la UE;
* informar a los 2 000 candidatos que se presentan a las elecciones europeas de 2019 acerca del papel y el impacto del CDR en la formulación de las políticas de la UE (de noviembre de 2018 a abril de 2019);
* conseguir la participación de 1 000 líderes políticos locales, regionales, nacionales y de la UE en la Cumbre de Regiones y Ciudades (primavera de 2019).

Objetivos intermedios

* primera mitad de 2018: serie de debates con representantes de asociaciones nacionales y europeas de entes locales y regionales;
* mediados de 2018: informe sobre los diálogos con los ciudadanos del CDR;
* participación activa del CDR en la campaña de sensibilización para las elecciones europeas de 2019;
* aprobación del dictamen del CDR sobre el «futuro de Europa»;
* 9 de octubre: discurso sobre «El estado de la Unión Europea: el punto de vista de las regiones y ciudades»;
* otros debates, inclusive durante los plenos del CDR, sobre cuestiones clave relativas a la «Agenda de los Líderes» del Consejo Europeo;
* noviembre de 2018: novena Conferencia Europea sobre Comunicación Pública (EuroPCom); presentación del paquete de información del CDR para las elecciones europeas de 2019;
* primer trimestre de 2019: 8.ª Cumbre europea de Regiones y Ciudades.

## **Campaña 2: Invertir en crecimiento y empleo sostenibles en todas las regiones, ciudades y entes locales**

*«La ambición de Europa debe estar respaldada por recursos importantes para ser creíble*[[6]](#footnote-6)*».*

**Contexto y justificación**

La propuesta del Marco Financiero Plurianual (MFP) posterior a 2020 de mayo de 2018 irá seguida de una serie de propuestas legislativas, por las que se regirán los respectivos fondos y programas de la UE. En particular, los Fondos Estructurales y de Inversión Europeos representan una fuente importante de inversión pública a nivel local, e implican en su ejecución a las regiones y ciudades, que representan más del 50 % de la inversión pública en la UE. Además, el futuro del Fondo Europeo para Inversiones Estratégicas y de los instrumentos financieros correspondientes para los entes locales y regionales se debatirá en 2018 y con posterioridad. Por último, se recogerán los frutos del trabajo del CDR en la inversión pública, su cooperación con el Banco Europeo de Inversiones y su papel en la agenda urbana para la UE.

**Planteamiento estratégico y objetivos**

El objetivo de esta campaña es garantizar la participación activa de los entes locales y regionales en las negociaciones de las futuras finanzas de la UE y sus bases jurídicas. La aprobación puntual de estas últimas está en peligro debido a la incertidumbre que conlleva la salida del Reino Unido de la UE en marzo de 2019. La reducción del presupuesto de la Unión y la demora de la aprobación del siguiente MFP y de la financiación de la UE después de 2020 tendrán graves consecuencias para la inversión pública a nivel local y regional. Además de comunicar activamente la labor política del CDR en este sentido, las actividades de comunicación más importantes se centrarán en construir coaliciones con un amplio abanico de partes interesadas para garantizar la aprobación puntual de una financiación de la UE sólida, eficaz y simplificada para después de 2020, que promueva la cohesión económica, social y territorial y el desarrollo sostenible y equilibrado para todas las regiones, ciudades y zonas rurales. Esta campaña también tendrá como objetivo garantizar que se escucha la opinión de los entes locales y regionales en los debates sobre política social (pilar europeo de derechos sociales, Fondo Social Europeo, etc.).

La «Alianza por la Cohesión», que continuará en 2018, sirve como base para dichas actividades. En términos cuantitativos, los objetivos de esta campaña son los siguientes:

* lograr la participación activa, en cooperación con las instituciones de la UE, de las oficinas regionales y las asociaciones europeas, así como de 20 000 partes interesadas locales, en los actos sobre el futuro de las finanzas y los programas de la UE;
* celebrar una serie de conferencias de alto nivel para los líderes locales acerca de temas prioritarios vinculados al futuro de las finanzas de la UE desde una perspectiva local;
* interactuar con los candidatos que se presenten a las elecciones europeas de 2019 acerca de la perspectiva del CDR en cuanto al futuro de la financiación de la UE (de noviembre de 2018 a abril de 2019).

**Objetivos intermedios**

* 15 de enero – 13 de febrero: tercer curso en línea masivo y abierto (CEMA) sobre «La financiación de las regiones, las ciudades y la UE»;
* fechas pendientes de confirmación: conferencias del CDR sobre el MFP y las propuestas legislativas para después de 2020 sobre la política de cohesión, el desarrollo rural, el Programa Marco de Investigación e Innovación, etc.; conferencia conjunta con el BEI, la OCDE y la Comisión Europea;
* debates, inclusive durante los plenos del CDR, sobre cuestiones clave relativas a la «Agenda de los Líderes», inclusive con las presidencias rotativas del Consejo, acerca de cuestiones relacionadas con el MFP;
* 8 – 11 de octubre: 16.ª Semana Europea de las Regiones y Ciudades.

## **Campaña 3: Las regiones, ciudades y autoridades locales de la UE como agentes de cambio**

*«La Unión es el único camino que permitirá a Europa enfrentarse a los desafíos del siglo XXI que afectan a las vidas de los habitantes de nuestras ciudades y regiones. Nuestro enfoque es sencillo: construir Europa en sentido ascendente, contando con la participación de los ciudadanos europeos*[[7]](#footnote-7)*».*

**Contexto y justificación**

Las ciudades y regiones europeas son lugares de cambio e innovación. Los ciudadanos esperan que sus líderes locales y regionales aporten soluciones a los desafíos y oportunidades que actualmente plantean la globalización, el cambio climático, la transición energética, la economía circular, el desempleo juvenil, el cambio demográfico, la integración de los migrantes, etc. La integración europea depende, asimismo, del conocimiento local y tiene sentido reunir conocimientos sobre las soluciones locales. Las instituciones de la UE deben tener en cuenta el asesoramiento en materia de políticas locales de forma más sistemática y facilitar el aprendizaje sobre políticas entre las regiones y ciudades. Por tanto, esta campaña se centrará en mejorar la formulación de políticas de la UE en función de los datos locales en ámbitos como los siguientes:

* la acción por el clima: mitigación del clima (por ejemplo, mediante la eficiencia energética), adaptación al clima (incluida la reducción del riesgo de desastres y la resiliencia), alianzas entre ciudades y diplomacia por lo que respecta a cuestiones climáticas (como la COP 24 y el Pacto Mundial de Alcaldes);
* el desarrollo sostenible: transposición de la agenda interna de la UE para el desarrollo sostenible (Acción europea para la sostenibilidad) y de los objetivos de desarrollo sostenible de las Naciones Unidas (principalmente el Objetivo 11: «Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles»), los peligros para el medio ambiente (por ejemplo, la contaminación atmosférica y los residuos), la sostenibilidad medioambiental (por ejemplo, la gobernanza de los océanos), la eficiencia de los recursos (incluida la economía circular), las alianzas entre ciudades y la diplomacia relativa al desarrollo sostenible, como la iniciativa de alcaldes por el crecimiento económico («Mayors for Economic Growth»);
* las sociedades integradoras: migración legal e irregular, integración y cohesión social (incluida la integración de los migrantes), lucha contra la radicalización, ayuda a los jóvenes y grupos marginados, políticas externas y diplomacia de las ciudades destinadas a abordar las causas fundamentales de la migración, como la Iniciativa Nicosia y «Regiones y ciudades por el desarrollo».

**Planteamiento estratégico y objetivos**

Esta campaña muestra las ciudades, regiones y autoridades locales que están tomando medidas para proporcionar soluciones prácticas y gestionar los problemas a nivel de la UE que preocupan a los ciudadanos. Debe enmarcar el valor de la gobernanza multinivel para la formulación de las políticas de la UE haciendo hincapié en las soluciones de las políticas locales, las mejores prácticas y la innovación. De esta forma, la riqueza de los conocimientos recopilados por los miembros del CDR y las asociaciones y redes europeas de entes locales y regionales se obtendrá a través de las actividades de comunicación correspondientes. Además, el CDR intensificará su cooperación con las representaciones regionales en Bruselas y facilitará intercambios entre los distintos programas de la UE, lo cual brindará posibilidades de cooperación entre regiones y ciudades, inclusive con países vecinos y organizaciones y asociaciones internacionales.

Como ejemplo de mejores prácticas, esta campaña fomentará la «narrativa», reforzando así el enfoque centrado en los miembros. Mediante ejemplos de innovación y un planteamiento ascendente, el CDR y sus miembros pueden mostrar conceptos como la gobernanza multinivel, la diplomacia de las ciudades y la cooperación descentralizada para el desarrollo. Estas prioridades implican que las actividades del CDR relativas a asuntos exteriores se incluirán en esta campaña en la medida en que se centren en promover la acción por el clima, fomentar el desarrollo sostenible y hacer frente a los desafíos de la migración. En términos cuantitativos, los objetivos de esta campaña son los siguientes:

* lograr la participación activa, en cooperación con las instituciones de la UE, de las oficinas regionales y las asociaciones europeas, así como de 2 000 partes interesadas locales, en actos sobre ciudades y regiones de la UE más inclusivas, seguras, resilientes y sostenibles;
* celebrar una serie de conferencias de alto nivel para 200 líderes locales acerca de temas prioritarios vinculados a ciudades y regiones de la UE más inclusivas, seguras, resilientes y sostenibles;
* informar a los 2 000 candidatos que se presentan a las elecciones europeas de 2019 acerca de la perspectiva del CDR sobre las ciudades y regiones de la UE más inclusivas, seguras, resilientes y sostenibles (de noviembre de 2018 a abril de 2019).

**Objetivos intermedios**

* fechas pendientes de confirmación: conferencias y herramientas de comunicación desarrolladas en colaboración con las regiones y ciudades y sus asociaciones sobre desarrollo de políticas y mejores prácticas a nivel local, inclusive con países vecinos y organizaciones internacionales;
* debates, inclusive durante los plenos del CDR, sobre cuestiones clave relativas a la «Agenda de los Líderes», inclusive con las presidencias rotativas del Consejo;
* 21 – 25 de mayo: Semana Verde;
* 13 de octubre: Día Internacional para la Reducción de los Desastres Naturales de la UNISDR;
* 3 – 14 de diciembre: Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático (COP 24), Katowice, Polonia.

## **Otros tipos de comunicación institucional**

Más allá de las tres campañas, la cobertura adecuada del trabajo legislativo y otras actividades institucionales garantizará la disponibilidad de fuentes de información que cabe esperar que ejerzan el mayor impacto. Esto incluye, por ejemplo, la participación del CDR en el Año Europeo del Patrimonio Cultural y la cooperación con las ciudades, regiones e instituciones de la UE a este respecto. En vista de los limitados recursos, la combinación de medios de comunicación para actividades ajenas a las campañas vendrá dada por la utilización de los servicios de prensa del CDR, medios audiovisuales, actos, la página web, redes sociales y publicaciones, teniendo en cuenta su valor periodístico, su pertinencia política e institucional, así como las audiencias potenciales del CDR.

Puede resultar útil recordar el «paquete estándar» de productos y servicios de comunicación para el trabajo legislativo, que constituye la actividad principal del CDR. Para una reunión cotidiana de las comisiones, esto incluiría la publicación de un resumen o un comunicado de prensa, una publicación en la web y, para cada dictamen individual, el folleto en formato habitual con la opción de que el ponente invite a los medios de comunicación. Para un estudio o un acto organizado, esto incluiría una publicación en la web. Para ver ejemplos e historias de éxito, «Europa en mi región» es el repositorio web al que pueden acceder todos los ciudadanos.

# **Seguimiento y evaluación**

El alcance y los resultados de la comunicación del CDR se supervisan mediante un sistema de informes mensuales y anuales sobre los Planes de Comunicación y la evaluación de referencia, intermedia y final de la Estrategia de Comunicación del CDR para 2015-2020, que se centra en el impacto y la rentabilidad de las herramientas y canales de comunicación. El sistema de supervisión examina los siguientes aspectos:

* relaciones con los medios de comunicación y con la prensa: se elaborarán informes de los medios de comunicación cada mes y después de los plenos y actos clave, en los que se presenten los logros en materia de alcance y menciones en los medios de comunicación, en particular a través de los medios audiovisuales. Dichos informes incluirán también los análisis cualitativos por temas y países.
* actos: los resultados y el impacto de los actos clave del CDR se documentarán a través de evaluaciones y procedimientos. Más allá de las encuestas sobre la satisfacción de los participantes, las primeras incluirán información sobre el impacto de los actos del CDR, por ejemplo, por lo que respecta a las actividades de seguimiento llevadas a cabo por las administraciones locales.
* publicaciones, medios de comunicación en línea y redes sociales: se elaborarán informes de los medios de comunicación cada mes o después de los plenos y actos clave, en los que se presenten los logros actuales en materia de alcance a través de la web y las redes sociales. Además, se emplearán herramientas para realizar un mejor seguimiento del uso de las publicaciones del CDR y las fuentes en línea. En determinadas ocasiones, se realizarán evaluaciones específicas para aumentar la utilidad de las publicaciones del CRD en papel y en la web.

Tras la evaluación intermedia de 2017, está previsto elaborar informes mensuales más exhaustivos basados en indicadores que proporcionen evaluaciones cualitativas de las distintas herramientas y canales.

Con el fin de garantizar que las actividades de comunicación resultan atractivas para los miembros y se adaptan a sus necesidades, un pequeño grupo informal de miembros debe proporcionar asesoramiento *ad hoc* (por ejemplo, para el acto EuroPCom). Seguirán presentándose los informes mensuales al ponente sobre comunicación de la Comisión de Asuntos Financieros y Administrativos del CDR, así como al Grupo de comunicadores creado en octubre de 2015.

# **Recursos y presupuesto**

La Dirección de Comunicación gestiona las diversas herramientas de comunicación del CDR, así como las relaciones con los medios de comunicación, conferencias y actos, incluida la comunicación a través de internet y la comunicación digital, redes sociales y publicaciones. En sus tres unidades trabajan 51 trabajadores estatutarios (22 AD, 20 AST, 2 END y 7 AC). El equipo de gestión de la Dirección (2 AD y 3 AST) incluye también un equipo de supervisión del presupuesto de comunicación. Una parte considerable de los recursos humanos de la Dirección se centrarán en las tres campañas de comunicación. Se ampliarán los informes mensuales en materia de comunicación para incluir la presentación de datos sobre el uso de los recursos humanos.

Por lo que respecta al presupuesto operativo, el Plan de Comunicación de 2018 se ejecutará con recursos similares a los disponibles en años anteriores, del orden de 1 898 531 EUR. Siempre que la autoridad presupuestaria apruebe el presupuesto de 2018 como corresponde, se dividirá en tres partidas presupuestarias:

* 439 850 EUR para la organización de actos (en Bruselas o, de forma descentralizada, en otras ubicaciones) en colaboración con los entes locales y regionales, sus asociaciones y las instituciones de la UE (partida presupuestaria 2542);
* 682 210 EUR para las relaciones con medios de comunicación europeos, nacionales, regionales, locales o medios de comunicación especializados y asociaciones con los medios de comunicación audiovisuales, la prensa y la radio (partida presupuestaria 2600);
* 774 471 EUR para la producción de contenidos digitales y distribución de materiales informativos audiovisuales, electrónicos o en la web (partida presupuestaria 2602).

Una parte significativa del presupuesto operativo se centrará en las tres prioridades de comunicación y el resto en otras cuestiones institucionales. Al igual que en 2017, se utilizará una reserva presupuestada del 10 % de cada partida presupuestaria para probar planteamientos innovadores de la comunicación.

**Anexo**

**Evaluación intermedia de la Estrategia de Comunicación del CDR para 2015-2020**

La evaluación intermedia se realizó entre junio y agosto de 2017 con el fin de comprobar si la lógica de intervención de la estrategia funciona y, posiblemente, para ajustarla para la segunda mitad de la legislatura. Mediante un contrato marco interinstitucional sobre «Servicios de evaluación del impacto, de evaluación y relacionados con la evaluación en el ámbito de las actividades de comunicación» (PO/2016-06/01), el evaluador externo PPMI-Arctik, un consorcio belga-lituano, fue contratado en mayo de 2017 para responder a las siguientes preguntas:

1. Eficacia: ¿cómo afecta la aplicación de la estrategia a la comunicación del CDR?
2. Eficiencia: ¿cómo difieren las herramientas y canales de comunicación del CDR en cuanto a su rentabilidad?
3. Adaptación/revisión: ¿qué recomendaciones pueden formularse en cuanto a la posible adaptación o revisión de la estrategia para el período 2017-2020?

El método elegido comprendía la evaluación de una encuesta en línea (369 respuestas, de las cuales el 29 % procedía de entes locales o regionales, el 15 % de asociaciones o redes europeas, el 10 % de instituciones de la UE y el 8 % de representantes de medios de comunicación) y la realización de entrevistas centradas en un grupo formado por miembros del CDR (3), empleados de la Dirección de Comunicación (6), personal y directivos de otras direcciones (5) y de los Gabinetes (3) y grupos políticos (5), así como por expertos en comunicación procedentes de instituciones de la UE y partes interesadas regionales (14).

El informe final se presentó a los presidentes del CDR, a los grupos políticos y al Grupo de comunicadores el 11 de septiembre y se pusieron a disposición del público [resúmenes del informe y las diez recomendaciones en todas las lenguas oficiales de la UE](file:///C:/Users/apart/AppData/shr-presse-cdr/Dir%20D/2018%20Communication%20Plan/Draft%20of%20Plan/CoR%20Communication%20Plan%202018%20draft%2016%20Oct%202017.doc) en la página web del CDR en octubre. Los resultados y las recomendaciones pueden resumirse de la siguiente manera:

* Desde el punto de vista de las partes interesadas externas, parece que la ejecución de la estrategia ha generado efectos positivos e importantes ya que los grupos destinatarios confirman la existencia de un enfoque más coherente e inclusivo para la proliferación de productos y herramientas de comunicación. Además, los destinatarios del CDR parecen estar de acuerdo en que la organización puede ofrecer algo más que dictámenes y en que aún puede mejorarse la comunicación ascendente con respecto al nivel de la UE. Esto resulta especialmente cierto para la reputación del CDR, ya que se percibe que este ha mejorado de forma modesta su función como organismo con capacidad de influir en la toma de decisiones de la UE.
* Por otra parte, los evaluadores descubrieron una percepción bastante diversa a partir de las entrevistas internas por lo que respecta a la forma en que debe enmarcarse la comunicación del CDR. En particular, dentro del CDR, no se comparte de forma unánime la opinión de que la comunicación debe ser una parte integral de la labor política y dos corrientes de pensamiento, denominadas la «vuelta a los principios básicos» y el «enfoque local» sugieren centrarse en «ofrecer dictámenes» y «escuchar a los ciudadanos y a las autoridades locales», respectivamente. En cuanto a la planificación y la supervisión, los evaluadores reconocen los avances realizados y proponen una serie de mejoras, incluida una mejor participación de todos los servicios y grupos políticos a la hora de elaborar los planes de comunicación anuales, una agrupación y asignación de recursos más transparente desde el principio y un sistema de supervisión que se centre en los resultados, en lugar de en el alcance.
* Por lo que respecta a las herramientas y los canales, así como a la percepción y las expectativas de los grupos destinatarios, los evaluadores han descubierto que la página web recibe con diferencia las mejores valoraciones. Una serie de comparaciones señalan la rentabilidad de distintas herramientas, inclusive por lo que respecta a su alcance. Sin embargo, en cuanto a los cálculos realizados a este respecto, cabe recordar que no empezaron a recopilarse datos sobre el alcance de la prensa, las páginas web y las redes sociales hasta mediados de 2016 y aún será necesario seguir reflexionando sobre ello. Además, el debate sobre la rentabilidad y los indicadores de resultados o impacto de las distintas herramientas en la comunicación pública y política puede considerarse a lo sumo un «trabajo en curso»: no existen «indicadores de impacto» generales que permitan realizar comparaciones serias. Por consiguiente, los evaluadores sugieren que la propia organización establezca tales indicadores, teniendo en cuenta las prioridades políticas y de otro tipo.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1. Vemos Europa desde la perspectiva de los ciudadanos: discurso de Karl-Heinz Lambertz, presidente del Comité Europeo de las Regiones, sobre «El estado de la Unión Europea: el punto de vista de las regiones y ciudades», 10 de octubre de 2017. Versión en línea:

   <http://cor.europa.eu/en/about/president/Documents/The%20State%20of%20the%20European%20Union%20 %20the%20view%20of%20Regions%20and%20Cities/Seeing%20Europe%20from%20the%20local%20perspective-EN.pdf> [↑](#footnote-ref-1)
2. Vemos Europa desde la perspectiva de los ciudadanos: discurso de Karl-Heinz Lambertz, de 10 de octubre de 2017 óp. cit. [↑](#footnote-ref-2)
3. Comisión Europea (2017): Libro Blanco sobre el futuro de Europa. Reflexiones y escenarios para la Europa de los Veintisiete en 2025, de 1 de marzo de 2017, COM(2107)2025. Versión en línea: <https://ec.europa.eu/commission/sites/beta-political/files/libro_blanco_sobre_el_futuro_de_europa_es.pdf> [↑](#footnote-ref-3)
4. Viento en nuestras velas: discurso de Jean-Claude Juncker sobre el estado de la Unión, 13 de septiembre de 2017. Versión en línea: <http://europa.eu/rapid/press-release_SPEECH-17-3165_es.htm> [↑](#footnote-ref-4)
5. Vemos Europa desde la perspectiva de los ciudadanos: discurso de Karl-Heinz Lambertz, de 10 de octubre de 2017 óp. cit. [↑](#footnote-ref-5)
6. Vemos Europa desde la perspectiva de los ciudadanos: discurso de Karl-Heinz Lambertz, de 10 de octubre de 2017 óp. cit. [↑](#footnote-ref-6)
7. Vemos Europa desde la perspectiva de los ciudadanos: discurso de Karl-Heinz Lambertz, de 10 de octubre de 2017 óp. cit. [↑](#footnote-ref-7)