

**“EVALUACIÓN
INTERMEDIA DE LA
ESTRATEGIA DE
COMUNICACIÓN 2014-
2020 DE LOS PROGRAMAS
OPERATIVOS FEDER Y FSE
GALICIA”**

Abril de 2020

Índice

1. METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN	2
1.1. Diseño técnico de la Evaluación	3
1.2. Métodos y técnicas utilizadas.....	5
1.3. Valoración de lo anterior.....	11
2. ANÁLISIS DE LA PROGRAMACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN.....	13
2.1. Evaluación de la Pertinencia de la Estrategia de Comunicación	14
2.2. Análisis de la Validez y Consistencia Interna de la Estrategia de Comunicación	20
2.3. Adecuación de la Dotación de los Medios Económicos, Humanos y Técnicos asignados a las Tareas de Comunicación de los Fondos	24
2.4. Consideración del Principio de Igualdad de Oportunidades en la Estrategia de Comunicación	30
3. ANÁLISIS DE LA APLICACIÓN DE LAS MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD.....	33
3.1. Avances en la Ejecución de las Medidas	35
3.2. Integración de las Actividades de Información y Publicidad en los Informes Anuales de Ejecución	67
3.3. Repercusión de los Sistemas de Seguimiento en la Calidad de la Ejecución de las Medidas.....	73
4. VERIFICACIÓN DE LA INCLUSIÓN DE LA INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD EN LAS ACTUACIONES DE VERIFICACIÓN Y CONTROL DE LOS FONDOS FEDER Y FSE	80
5. INCORPORACIÓN DEL PRINCIPIO DE IGUALDAD DE OPORTUNIDADES EN LAS MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD.....	84
6. ANÁLISIS DE IMPACTO: LOGROS Y DESAFÍOS DE LAS ACTIVIDADES EN MATERIA DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD	91
7. VALORACIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS PRESENTADAS	103
8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES: PROPUESTA DE MEDIDAS A ADOPTAR	114
8.1. Principales Conclusiones	114
8.2. Recomendaciones	118

1. METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN

El *reto de la comunicación* de las políticas comunitarias ha sido una constante desde el 2006, en el que se publicó el "*Libro Blanco sobre una Política Europea de Comunicación*", pero cobra especial relevancia en la etapa post-Brexit.

Los ejes vertebradores de los esfuerzos en materia de comunicación han sido, fundamentalmente dos:

- + La aproximación de la ciudadanía a la Unión Europea, a través de la mejora de la visibilidad de los resultados alcanzados por sus políticas y el funcionamiento de sus instituciones.
- + Y la gestión transparente de los fondos públicos, que implica la aportación periódica de información sobre las oportunidades y programas de inversión disponibles, así como sobre proyectos y entidades y/o personas beneficiarias.

El desarrollo de las diferentes estrategias para mejorar la comunicación y aproximar a la Unión Europea a los/as ciudadanos/as tienen una doble dimensión: una perspectiva global y una perspectiva vinculada a cada una de las políticas comunitarias de forma particular.

En el caso de la *Política de Cohesión*, la comunicación resulta un elemento fundamental por su relevancia tanto estratégica (herramienta fundamental para la consecución de los objetivos de la Estrategia Europa 2020) como financiera (351.800 millones de euros en el período 2014-2020, la segunda en importancia solo por detrás de la Política Agraria Común).

De hecho, un estudio reciente sobre comunicación y Política de Cohesión¹, ha puesto de manifiesto que ésta puede marcar la diferencia en cómo la ciudadanía percibe la UE y la integración europea.

Esta importancia queda recogida en los Reglamentos Comunitarios, con dos referentes fundamentales:

- + Las normas de información y comunicación establecidas en los artículos 115, 116 y 117 (Capítulo II) y en el Anexo XII del Reglamento (UE) Nº 1303/2013.

¹ El proyecto de investigación Cohesify (Horizonte 2020) ha evaluado el impacto de la Política de Cohesión Europea, que equivale a un tercio del presupuesto comunitario, sobre la percepción de los ciudadanos/as y su identificación con la Unión Europea (UE), sustentado en un importante trabajo de campo, tanto en el ámbito institucional como entre la ciudadanía (con más de 8.500 entrevistas a ciudadanos/as europeas) y el análisis de noticias publicadas sobre la materia en los medios de comunicación, así como el análisis de casos particulares de regiones europeas, entre las que estaban las españolas de Castilla y León y Andalucía.

- ✦ Y las características técnicas de las medidas de información y comunicación definidas en el Capítulo II del Reglamento de Ejecución (UE) Nº 821/2014.

España, tradicionalmente, se ha caracterizado por un notable sentimiento europeísta y por una elevada concienciación de la relevancia que la Política Regional Europa ha supuesto para el desarrollo socio económico, como queda patente en diferentes análisis y estudios realizados recientemente.

Así, por ejemplo, las conclusiones del *Eurobarómetro de primavera de 2019* del Parlamento apuntan que la mayor parte de la ciudadanía española (el 69%, frente al 61% en el caso de la UE) considera la pertenencia a la UE como algo positivo, así como que España se ha beneficiado de dicha pertenencia (así lo manifiestan el 75% de la ciudadanía, frente al 68% en el conjunto de la UE).

De forma particular, en lo que se refiere a la Política de Cohesión la Encuesta *“Europa vista desde España y Francia”*, del Real Instituto el Cano y Diálogo, señala que las ayudas regionales son uno de los principales logros de la UE para la población española (por detrás de la posibilidad de vivir y trabajar en otros países de la UE, la posibilidad de viajar libremente por Europa, el euro y la paz entre los Estados europeos), y muy por encima de la consideración que dicha política tiene en el país vecino.

Los debates planteados en relación con la Política de Cohesión, por ejemplo, en el marco del proyecto Cohesify referido anteriormente, ponen de manifiesto la concienciación de la aportación realizada por la misma a nivel europeo, si bien en la mayor parte de los casos se ponen en relieve un porcentaje mayor de aspectos negativos que positivos.

En conclusión, España presenta, en términos relativos, una notable sensación de pertenencia a la UE y existe una mayor conciencia de la relevancia de la Política de Cohesión. En este contexto, el objeto de la presente evaluación es determinar cuál es la situación específica en el caso de Galicia y en qué medida ha jugado un papel determinante en la misma la Estrategia de Comunicación de los PO FEDER y FSE Galicia 2014-2020 en el período comprendido entre el 1 de enero de 2014 y el 30 de junio de 2019.

1.1. DISEÑO TÉCNICO DE LA EVALUACIÓN

El diseño técnico de la evaluación de las Estrategias de Comunicación se ha realizado en el seno de la Red de Responsables de Información y Publicidad (GERIP), en la que están representadas todas las Comunidades Autónomas, bajo la coordinación de las Autoridades de Gestión, en el marco del cual se ha decidido el alcance, contenido y objetivos de las evaluaciones de comunicación, de acuerdo con las pautas normativas [Anexo XII del Reglamento (UE) Nº 1303/2013].

Dicha Red aprobó la *Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de las Estrategias de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER y del Fondo Social Europeo 2014-2020*, elaborada por la Dirección General de Fondos Comunitarios (Ministerio de Hacienda), con la colaboración de la UAFSE.

Esta Guía constituye, por lo tanto, el **marco común de trabajo** a seguir para el conjunto de las evaluaciones de las distintos Estrategias de Comunicación de los PO FEDER y FSE de España tanto en lo relativo a la evaluación intermedia (2019) como a la evaluación final (2022), al articular, de forma coordinada, el proceso a seguir. Este procedimiento de evaluación ha sido configurado en base a:

- + Los objetivos de las Estrategias de Comunicación, es decir, transparencia en la implementación de los Programas Operativos y visibilidad y concienciación de la ciudadanía acerca del papel que Europa juega, a través de la aplicación de la Política Cohesión, en la mejora de su calidad de vida.
- + El alcance de la misma a los grupos objetivo de las actuaciones de comunicación, es decir, los beneficiarios, los beneficiarios potenciales, agentes difusores y el público en general.
- + El principio de proporcionalidad (conforme al artículo 4.5 del Reglamento (UE) Nº 1303/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo, por el que se establecen disposiciones comunes relativas al Fondo Europeo de Desarrollo Regional, al Fondo Social Europeo, al Fondo de Cohesión, al Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural y al Fondo Europeo Marítimo y de la Pesca, y por el que se establecen disposiciones generales relativas al Fondo Europeo de Desarrollo Regional, al Fondo Social Europeo, al Fondo de Cohesión y al Fondo Europeo Marítimo y de la Pesca; y el Reglamento de Ejecución (UE) Nº 821/2014 DE LA COMISIÓN de 28 de julio de 2014 por el que se establecen disposiciones de aplicación del Reglamento (UE) nº 1303/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo en lo que se refiere a las modalidades concretas de transferencia y gestión de las contribuciones del programa, la presentación de información sobre los instrumentos financieros, las características técnicas de las medidas de información y comunicación de las operaciones, y el sistema para el registro y el almacenamiento de datos.

En este contexto, el **objetivo principal de la evaluación** es “*analizar el grado de ejecución y resultados e impactos logrados por la Estrategia de Comunicación*”, apreciando, asimismo, la calidad de la programación de la estrategia de comunicación y de las medidas aplicadas para garantizar la publicidad de la intervención y el cumplimiento de los requisitos que, en esta materia, establecen los actuales Reglamentos comunitarios.

El **horizonte temporal** que abarca la presente evaluación comprende las medidas y actuaciones ejecutadas entre el 1 de enero de 2014 y el 30 de junio de 2019.

1.2. MÉTODOS Y TÉCNICAS UTILIZADAS

De acuerdo con el planteamiento definido en la *Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de las Estrategias de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER y del Fondo Social Europeo 2014-2020*, los métodos y técnicas utilizados para la recopilación y análisis de la información se articulan en cuatro ejes vertebradores que aportan las herramientas suficientes para dar respuesta a las preguntas de evaluación: análisis documental (normativa, estrategia y documentación de ejecución y seguimiento), sistema de indicadores (indicadores de realización, de resultado y de impacto), trabajo de campo (entrevistas/cuestionarios, grupos de trabajo y encuestas a la población) y buenas prácticas (análisis de buenas prácticas), que se explican con detalle a continuación.

a) *Análisis Documental*

El análisis documental ha permitido llevar a cabo el examen del marco de referencia relativo a las actuaciones en materia de Información y Comunicación. Se ha consultado, de esta forma, los documentos de referencia en este ámbito, como:

- + La normativa vinculante, fundamentalmente, el Reglamento (UE) Nº1303/2013 (Capítulo II y Anexo XII) y el Reglamento de Ejecución (UE) Nº 821/2014 (Capítulo II).
- + Las sucesivas versiones de la Estrategia de Comunicación de los PO FEDER y FSE Galicia 2014-2020.
- + La documentación emitida por las redes de comunicación europeas, nacionales y regionales existentes.
- + La información de seguimiento (actividades de comunicación registradas en INFOCO2014, Informes Anuales de Ejecución, fichas / informes buenas prácticas,...).
- + Las herramientas de apoyo e informes de seguimiento de los PO y, de forma específica, los vinculados con la Estrategia de Comunicación (Manuales de Procedimientos y guías específicas de información y comunicación, entre otros).

Este análisis documental se ha realizado al inicio del proceso de la Evaluación de la Estrategia de Comunicación, puesto que suministra información básica sobre el contexto, estrategia, objetivos y medidas a ejecutar, así como sobre los logros previstos alcanzar en materia de Información y Comunicación.

b) *Sistema de indicadores*

El sistema de indicadores de seguimiento y evaluación constituye una herramienta fundamental para la evaluación del desarrollo y resultados alcanzados por un Programa o

Estrategia. De esta manera, y de acuerdo con la línea de trabajo mantenida por el GERIP, los indicadores de seguimiento y evaluación fueron diseñados en el período de programación 2007-2013, manteniéndose vigentes en el período actual e incorporándose su cuantificación, conforme a distintas directrices, en la Estrategia de Comunicación de los PO FEDER y FSE Galicia 2014-2020.

Dichos indicadores, iguales para todas las Estrategias de Comunicación, se caracterizan por su:

✚ **Diseño:** los indicadores de seguimiento y evaluación han sido homogeneizados en su definición, de acuerdo con el Anexo 2 de la *Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de las Estrategias de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER y FSE 2014-2020*, atendiendo a las actividades de información y publicidad que se incluyen en la Estrategia de Comunicación aprobada en los Comités de Seguimiento del PO FEDER Galicia 2014-2020 el 17 de diciembre de 2015 y del PO FSE Galicia 2014-2020 el 16 de febrero de 2016.

✚ **Tipología:** Los indicadores se dividen en tres categorías fundamentales:

- ✚ *Indicadores de realización* (permiten conocer el número y tipo de actuaciones desarrolladas)
- ✚ *Indicadores de resultado* (permiten conocer los efectos directos a corto plazo de las actuaciones puestas en marcha en el marco de las Estrategias).

En ambos casos, la estimación de los valores a alcanzar por cada uno de los indicadores se ha consensuado que se realice a 2023 y se consideren las actividades ejecutadas por los responsables de las Estrategias de Comunicación y por los Organismos Intermedios, beneficiarios públicos y/u órganos gestores de ayuda en los Programas Operativos a los que en ellos se haga referencia.

- ✚ *Indicadores de impacto* que permiten medir los efectos o consecuencias más a largo plazo de las actuaciones en materia de información y publicidad y si esos efectos son atribuibles a dichas intervenciones, diferenciando, de una parte, el impacto sobre los colectivos implicados en la aplicación de los Fondos y, de otra, a la ciudadanía en su conjunto. Estos serán estimados a partir del trabajo de campo realizado en los procedimientos de evaluación.

En este sentido, en lo que respecta a las actuaciones de los distintos colectivos implicados en la aplicación de los fondos en cada PO se plantean tres indicadores de impacto:

- Grado de conocimiento de las obligaciones existentes en la programación, gestión, seguimiento, control, evaluación e información y publicidad.

- Tasa de satisfacción, que indica la valoración de los beneficiarios/Organismos Intermedios y/o gestores o partícipes respecto a la información facilitada.
- Tasa de utilidad de las actuaciones.

De cara al conocimiento que la ciudadanía tiene de los fondos procedentes de la Unión Europea y del papel que ésta juega en la mejora de su calidad de vida, se han añadido dos indicadores:

- Grado de conocimiento de los distintos Fondos Estructurales.
- Grado de conocimiento del papel desempeñado por la Unión Europea.

+ **Proporcionalidad:** La evaluación de las actividades de información y publicidad y de los documentos asociados para apreciar la coherencia, eficacia e impacto de la estrategia de comunicación ha respetado el principio de proporcionalidad. De esta forma, el alcance de la presente evaluación es el apropiado para avanzar en la consecución de los objetivos fijados para la misma en la citada Guía Metodológica.

c) Entrevistas

Se han llevado a cabo entrevistas, tanto directas, como realizadas a través de cuestionarios. Estas entrevistas han sido una herramienta importante para la obtención de información cuantitativa y cualitativa que complementa la obtenida de los indicadores de seguimiento y evaluación o impacto. De esta forma, se ha podido profundizar en la estimación de los efectos directos e indirectos de las medidas de Información y Comunicación puestas en marcha en el período de análisis.

Atendiendo a criterios de equilibrio en cuanto a representatividad y calidad, se ha entrevistado a los representantes de los organismos responsables en materia de información y comunicación identificados en el Capítulo 4 de la Estrategia de Comunicación:

- + Las personas responsables de comunicación en las Autoridades de Gestión de los PO FEDER y FSE Galicia 2014-2020: 2 entrevistas.
- + El Organismo Intermedio Regional (Servicio de Seguimiento y Evaluación de los Fondos Comunitarios de la Dirección Xeral de Política Financeira, Tesouro e Fondos Europeos de la Xunta de Galicia): 1 entrevista.
- + Los beneficiarios públicos y/u órganos gestores de ayudas de los Programas Operativos identificados en la Estrategia de Comunicación: Se han remitido un total de 40 cuestionarios, con una respuesta del 90%, aproximadamente.
 - ✦ Agencia Gallega de Innovación (AGAIN).
 - ✦ Instituto Energético de Galicia (INEGA).

- ✦ Intervención General de la Comunidad Autónoma.
- ✦ Secretaría General Técnica (Educación).
- ✦ Dirección General de Patrimonio Cultural.
- ✦ Agencia Turismo de Galicia.
- ✦ Servicio Gallego de Salud (SERGAS).
- ✦ Dirección General de Ordenación Forestal.
- ✦ Dirección General de Calidad Ambiental y Cambio Climático.
- ✦ Dirección General de Patrimonio Natural.
- ✦ Dirección General de Emergencias e Interior.
- ✦ Secretaría General Técnica (Política Social).
- ✦ Secretaría General de Empleo.
- ✦ Dirección General de Orientación y Promoción Laboral.
- ✦ Dirección General de Inclusión Social.
- ✦ Secretaría General de Universidades.
- ✦ Dirección General de Familia, Infancia y Dinamización Demográfica.
- ✦ AMTEGA.
- ✦ Dirección General de Mayores y Personas con Discapacidad.
- ✦ Agencia Gallega de Emergencias.
- ✦ Dirección General de Proyectos y Fondos Europeos.
- ✦ Secretaría General Técnica (Vicepresidencia).
- ✦ IGAPE
- ✦ Agencia Gallega de Infraestructuras (AXI).
- ✦ Dirección General de Movilidad.
- ✦ Instituto Gallego de Vivienda y Suelo (IGVS).
- ✦ Aguas de Galicia.
- ✦ Dirección General de Educación, Formación Profesional e Innovación Educativa.
- ✦ Secretaría General de Igualdad.
- ✦ CIXTEC
- ✦ Consorcio Gallego de Servicios de Igualdad y Bienestar.

d) Encuestas a la población

De acuerdo con lo establecido en los Anexos 5 y 6 de la Guía Metodológica, se ha realizado un proceso de encuestación a la población gallega con el objetivo de contrastar si el público en general está concienciado del papel que la UE juega en la mejora de su calidad de vida. El colectivo investigado han sido las personas mayores de 15 años residentes en todo el territorio regional. La realización de estas encuestas ha permitido estimar los dos indicadores de impacto relativos al grado de conocimiento del FEDER y el FSE, así como del papel desempeñado por la Unión Europea.

El diseño muestral se ha realizado mediante una estratificación por Comunidades Autónomas, con el fin de contribuir a la obtención de resultados a nivel nacional. El tamaño

de la muestra teórica total se ha situado en 16.000 unidades. Para proceder a la fijación de las unidades en cada una de las distintas Comunidades y Ciudades Autónomas y en aras de respetar el principio de proporcionalidad se han establecido dos grupos independientes, en función de la pertenencia de cada una de ellas: grupo de regiones menos desarrolladas y en transición y grupo de regiones más desarrolladas.

En ambos grupos se realizó la afijación mediante un criterio de compromiso entre la afijación uniforme y la proporcional. Así, en el primer grupo, inicialmente se asignaron 675 unidades por cada una de las distintas Comunidades y/o Ciudades Autónomas y las unidades restantes se repartieron proporcionalmente al número de personas de 15 años en adelante en cada una de ellas, según los datos de población obtenidos de la revisión del padrón municipal de 2017. En el segundo grupo, se procedió de manera similar, pero con una afijación inicial de 450 unidades.. En el caso de Galicia, las unidades de la muestra son 852.

El nivel de confianza para el que se ha efectuado la encuesta es del 95%, considerando la estimación de proporciones en la peor de las hipótesis ($P=Q=0,5$). Y la selección de la muestra se ha realizado a través de muestreo sistemático con arranque aleatorio, respetando las distribuciones poblacionales por sexo y edad observadas en los datos de población utilizados.

La realización de la encuesta se ha realizado a través del método CATI (Computer Assisted Telephone Interviewing).

e) Grupos de Discusión

Los grupos de discusión han tenido por finalidad obtener resultados concretos en cuanto a las causas, las necesidades o problemas y sus posibles soluciones y, si procede, la propuesta de modificación de la estrategia en materia de información y comunicación.

En ellos han participado los distintos tipos de agentes implicados en la gestión y desarrollo de las actuaciones en materia de información y publicidad, así como una representación de beneficiarios privados y de la sociedad civil.

En concreto, se han celebrado, el 28 de octubre de 2019, dos mesas redondas:

- ✚ Sensibilización y concienciación de la ciudadanía, en la que se han analizado los canales, instrumentos, objetivos cubiertos, y principales obstáculos y éxitos identificados en el desarrollo de las tareas de comunicación. El mismo contó con la participación de 10 personas pertenecientes a los siguientes organismos/ entidades:

- ✚ Asociación Nacional de Profesores Estatales (ANPE)

- ✦ Confederación Gallega de ANPAs (CONFAPA)
 - ✦ Gabinete de Comunicación de la Consellería de Facenda.
 - ✦ Asociación Antidroga Antonio Noche
 - ✦ Confederación de Anpas Gallegas
 - ✦ Secretaría General de Igualdad
 - ✦ Instituto Gallego de Promoción Económica (IGAPE)
 - ✦ Dirección General de Política Financiera, Tesoro y Fondos Públicos.
- ✦ Accesibilidad y calidad en la formación e información proporcionada en materia de información y comunicación a las entidades y/o personas potencialmente beneficiarias. Este grupo contó con la participación de 15 personas, pertenecientes a las siguientes entidades/organismos:
- ✦ Agencia Gallega de Innovación (GAIN)
 - ✦ Asociación Clúster del Naval Gallego (ACLUNAGA)
 - ✦ Comité Español de Representantes de Personas con Discapacidad (CERMI)
 - ✦ Confederación Galega de Persoas con Discapacidade (COGAMI)
 - ✦ Clúster Empresas de Automoción de Galicia (CEAGA)
 - ✦ Comunidade Xeral de Augas de Galicia (COXAPO)
 - ✦ Confederación Intersindical Galega (CIG)
 - ✦ Consejo Económico y Social de Galicia (CES-Galicia)
 - ✦ Europe-Direct – Diputación de A Coruña
 - ✦ Confederación de Empresarios de Pontevedra (CEP)
 - ✦ Instituto Gallego de Promoción Económica (IGAPE)
 - ✦ Dirección General de Política Financiera, Tesoro y Fondos Públicos.

f) *Análisis de Buenas Prácticas*

La *detección, análisis y transferencia de Buenas Prácticas* constituye una herramienta muy relevante para la gestión pública y para el avance en la consecución de los objetivos de la Política de Cohesión de la Unión Europea.

El objetivo de su identificación, presentación y análisis es la adecuada visibilidad al aprovechamiento de las herramientas de la Política Regional, facilitando la instrumentación de una política de comunicación óptima que dé a conocer las oportunidades que brindan los Fondos Estructurales y de Inversión Europeos (Fondos EIE), garantizando el máximo rendimiento de la Política de Cohesión en la región.

La valoración de las buenas prácticas se ha basado en un análisis exhaustivo de los casos presentados a través de la web de la Autoridad de Gestión, en los actos anuales y/o incluidas en los propios Informes Anuales de Ejecución, entre otros posibles.

Dicha valoración consiste en la emisión de un juicio de valor fundamentado sobre la base de los propios criterios de selección, en el que se indica cuáles son los puntos fuertes de las buenas prácticas presentadas y sugieren vías de mejora, en el caso de que se considere oportuno.

En este sentido, la identificación de buenas prácticas se debe ajustar a los **criterios consensuados en el seno del GERIP** y recogidos en la *Guía Metodológica*. Así, se estima que constituye una buena práctica aquel proyecto en el que confluyan las siguientes características:

- + **CRITERIO 1:** El papel de los Fondos Estructurales en la actuación ha sido convenientemente difundido entre los beneficiarios/as, beneficiarios/as potenciales y el público en general.
- + **CRITERIO 2:** La actuación incorpora elementos innovadores.
- + **CRITERIO 3:** Adecuación de los contenidos a los objetivos establecidos
- + **CRITERIO 4:** Contribución a la resolución de un problema o debilidad detectada en el ámbito de ejecución.
- + **CRITERIO 5:** Alto grado de cobertura sobre la población a la que va dirigida.
- + **CRITERIO 6:** Consideración de los criterios horizontales de igualdad de oportunidades y no discriminación, así como responsabilidad social y sostenibilidad ambiental.
- + **CRITERIO 7:** Sinergias con otras políticas o instrumentos de intervención pública.

Finalmente, y de acuerdo a lo establecido en la Guía Metodológica, se ha realizado una valoración de cumplimiento del compromiso adquirido por parte de las entidades beneficiarias públicas de los fondos o que sean intermediarias frente a beneficiarios privados, de presentar al menos una Buena Práctica al año y por un montante suficiente para que cuando se acabe el período haya presentado Buenas Prácticas por un importe superior al 50% de la ayuda recibida.

1.3. VALORACIÓN DE LO ANTERIOR

La metodología de la evaluación descrita anteriormente supone una respuesta completa a los requerimientos reglamentarios que deben satisfacerse en materia de evaluación de las

Estrategias de Comunicación, abordando la totalidad de la lógica de comunicación de los Fondos Estructurales en Galicia.

De hecho, las líneas maestras en las que se apoya sobrepasan el mero ámbito descriptivo de las actuaciones llevadas a cabo, al formular un planteamiento esencialmente analítico y prospectivo, de cara a obtener los resultados más precisos posibles sobre los logros alcanzados y la probabilidad de conseguir los objetivos marcados para todo el período.

Con tales fines, la selección de los métodos y técnicas a aplicar responde al propio diseño de evaluación adoptado en la *Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de las Estrategias de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER y FSE 2014-2020*.

A este respecto, las herramientas de evaluación diseñadas y los mecanismos de obtención y análisis de datos han facilitado sustentar las valoraciones finales. Ello permite concluir la *adecuación de la metodología para contestar, con las máximas garantías, a las preguntas de evaluación* propuestas en los respectivos Planes Específicos de Evaluación, así como aquellas adicionales abordadas para responder a los principales objetivos del procedimiento de evaluación.

Asimismo, queda garantizada la *aptitud de las técnicas formuladas para contribuir a la apreciación del desempeño de la Estrategia respecto a su eficacia e impacto*.

2. ANÁLISIS DE LA PROGRAMACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

Los PO FEDER y FSE de Galicia constituyen importantes instrumentos de la Política de Cohesión, pero también de las políticas de crecimiento y del reequilibrio regional, con efectos positivos tanto en el corto (desarrollo y convergencia) como en el largo plazo (cambio de modelo productivo).

Los logros alcanzados se apoyan en la creación de condiciones favorables para los Objetivos Temáticos de la Política Regional Europea perseguidos por los Programas Operativos en Galicia, es decir, la investigación e innovación, la sociedad del conocimiento, la competitividad empresarial, el desarrollo sostenible (abarcando una economía comprometida con la reducción de emisiones de gases efecto invernadero, reducción de riesgos y protección del medio ambiente), la inversión en capital humano y la lucha contra la pobreza.

Informar de los avances hacia la consecución de dichos objetivos exige diseñar un esquema de actuación orientado a garantizar la publicidad de las intervenciones, la transparencia de su ejecución y la información puntual de los avances producidos en la misma.

Para ello, aprovechando la flexibilidad que introduce la reglamentación comunitaria y atendiendo a las lecciones de la experiencia del período 2007-2013, se ha elaborado una única Estrategia de Comunicación para ambos PO, que contiene la estrategia general y las actividades de comunicación a llevar a cabo en este período de programación en el ámbito de tales intervenciones, además de la dimensión operativa y financiera de la misma.

La Estrategia de Comunicación correspondiente a los Programas Operativos FEDER y FSE Galicia 2014-2020, en tanto documento vinculante de obligado cumplimiento, se dirige a informar a los beneficiarios potenciales y finales sobre la forma de acceder a estos Programas, así como dar a conocer al público en general de su existencia, con la aparición de los agentes difusores como colectivo destinatario, poniendo en relieve dos objetivos fundamentales asociados a la transparencia y la visibilidad. A estos efectos, la Estrategia presenta un carácter continuista en tanto persigue informar y comunicar, si bien plantea una simplificación en el esquema de objetivos centrando su finalidad en la consecución de dos objetivos comunes y generales (sin definición de objetivos intermedios o instrumentales).

Con la finalidad de maximizar los resultados y el impacto de las misma y siguiendo las orientaciones consensuadas en el seno del GERIP, el diseño de la estrategia se apoya en tres dimensiones: táctica (objetivos), operativa (medidas, herramientas y organismos responsables) y financiera (presupuesto orientativo), cuyo análisis se aborda a continuación, interrelacionadas entre sí.

Y todo ello partiendo de un punto de partida que viene definido por la experiencia previa y, en concreto, la consideración de las recomendaciones realizadas en el ejercicio de evaluación de los Planes de Comunicación de los PO FEDER y FSE de Galicia 2007-2013. Estas recomendaciones, que, de forma general, ascienden a un total de 17, han tenido un considerable grado de consideración, dado que han sido atendidas en un grado que puede considerarse medio o alto en el 65% de los casos.

De forma mayoritaria se ha dado una respuesta efectiva a aquellas orientaciones que aportaban recomendaciones para el nuevo período de programación (donde la consideración media o alta se eleva al 75%) y para aquellas que tienen un carácter generalizado y están presentes en el ámbito de los dos planes de comunicación, FEDER y FSE (71,4%).

A estos efectos destacan las orientaciones que establecían la formulación de una estrategia de comunicación plurifondo cuya definición se inició en el marco del GERIP y con la colaboración activa de los órganos gestores, la capitalización de las herramientas creadas para el seguimiento y la evaluación (fundamentalmente en lo relativo a los indicadores y la recopilación de buenas prácticas), la consideración específica de las necesidades de los beneficiarios privados y la generación de instrumentos para apoyar el cumplimiento de los requisitos de comunicación (manuales, guías, etc.).

Por el contrario se observa que el margen de maniobra desde el momento de la realización de la evaluación final hasta el cierre del período era reducido para la adopción de las medidas más prácticas orientadas a maximizar la eficacia y eficiencia de los planes. De hecho, en el 44% de los casos el grado de cumplimiento en este punto puede considerarse reducido.

Partiendo de esta base, en el presente capítulo se realiza el análisis de la planificación de la estrategia en base a los principios definidos al respecto en la Guía Metodológica: principio de proporcionalidad; pertinencia; validez y consistencia interna; asignación y adecuación de los recursos; y consideración del principio de igualdad de oportunidades.

2.1. EVALUACIÓN DE LA PERTINENCIA DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

El **análisis de la pertinencia** de la Estrategia de Comunicación pretende conocer el grado de cumplimiento de los requisitos establecidos reglamentariamente respecto al diseño y contenido de la misma, así como, en su caso, la consideración de las orientaciones de la Comisión Europea para la adecuada planificación, gestión y ejecución de la misma. A estos efectos, se pone especial énfasis en la pertinencia de la evaluación de la Estrategia, tomando como referentes las orientaciones de las redes INFORM e INIO.

La *adecuación del alcance y contenido de la Estrategia de Comunicación de los PO FEDER y FSE Galicia 2014-2020, a los requerimientos normativos* en la materia de Información y Comunicación se ha valorado partiendo de la comprobación de que su contenido responde a los elementos de la Estrategia de Comunicación establecidos en el punto 4 del Anexo XII del Reglamento (UE) Nº 1303/2013.

- + Descripción del enfoque adoptado, con inclusión de las principales medidas de información y comunicación destinadas a los beneficiarios potenciales, los beneficiarios, los agentes difusores y el público en general que deba adoptar el Estado miembro o la autoridad de gestión, recogida en los capítulos 3.1. (Objetivos), 3.2 (grupos de destinatarios) y 3.3 (contenido de las medidas de información y comunicación) de la Estrategia.
- + Descripción de los materiales que se pondrán a disposición en formatos accesibles para las personas con discapacidad. Recogido en el capítulo 3.5 (Herramientas a utilizar: Formatos accesibles).
- + Descripción de la forma en que se ayudará a los beneficiarios en sus actividades de comunicación. Analizada en el capítulo 3.4 (Actuaciones a desarrollar por parte de los beneficiarios y fórmulas previstas para ayudar a los mismos en sus actuaciones de comunicación).
- + Presupuesto indicativo de la ejecución de la Estrategia. Desarrollado en el capítulo 5 de la Estrategia (Presupuesto indicativo).
- + Descripción de los organismos administrativos, con sus recursos de personal, responsables de la ejecución de las medidas de información y comunicación. Desarrollada en el capítulo 4 (Organismos responsables en materia de información y comunicación).
- + Disposiciones relativas a las medidas de información y comunicación dirigidas al público, con inclusión del sitio o el portal de Internet en los que pueden encontrarse esos datos. El punto 4 del capítulo 3.3 de la Estrategia (Medidas de información y comunicación destinadas al público en general) desarrolla estas disposiciones.
- + Indicación de la forma en que se evaluarán las medidas de información y comunicación por lo que respecta a la visibilidad y difusión de la política, los Programas Operativos y las operaciones, así como del papel desempeñado por los fondos y la Unión. El capítulo 7 (Evaluación de la Estrategia) describe con detalle la fórmula y plazos de evaluación previstos.
- + Descripción de la utilización de los principales resultados del Programa Operativo anterior. Desarrollada en el capítulo 2 (Situación de partida: resultados de las evaluaciones. Período 2007-2013 y lecciones aprendidas).

- ✦ *Actualización anual en la que se expongan las actividades de información y comunicación que se llevarán a cabo en el año siguiente, presenta, por último en el capítulo 9 (Anexo de actuaciones a desarrollar en el año siguiente), que se actualiza con carácter anual.*

A estos efectos, el contenido de la Estrategia puede considerarse como **muy adecuado, en la medida en que contiene todos los elementos exigidos y es conforme a ellos.**

Pero, además, considera elementos adicionales que enriquecen el contenido y alcance de la Estrategia. La incorporación de los correspondientes apartados adicionales han posibilitado mejorar la calidad de la programación de la comunicación llevada a cabo en aspectos tales como:

- ✦ **Incremento de la eficacia de la estrategia de comunicación:** El detalle de la descripción de herramientas y canales de comunicación previstos y su interrelación, recogida en el capítulo 3.5, ha conseguido incrementar la eficacia de la Estrategia contribuyendo al logro de los dos objetivos comunes e integrales de la política de comunicación. De esta forma se facilita comunicar de la mejor forma posible la información, seleccionando en cada caso los canales de comunicación que mejor se adaptan a las características de los destinatarios a que se pretende llegar o a la naturaleza del mensaje que se quiere transmitir.

- ✦ **Garantía de calidad del Sistema de Seguimiento:** Bajo el principio de complementariedad de las tareas de seguimiento y evaluación y la posibilidad de mejorar que supone la adecuada definición de ambos procesos, la Estrategia completa los requisitos relacionados con la descripción de la forma de evaluación con una detallada definición del sistema de seguimiento sobre el que se sustenta la generación de información que sirve de base para abordar tales evaluaciones.

Así, el capítulo 6 describe el sistema de seguimiento definido en torno a tres elementos fundamentales: los indicadores de comunicación, la identificación y difusión de buenas prácticas y la elaboración de informes y revisiones de las actividades de comunicación en los diferentes Comités de Seguimiento. Adicionalmente, el capítulo 8 de la Estrategia recoge la relación y descripción de los indicadores de realización y resultado.

- ✦ **Mejora de la coordinación integral de la Estrategia:** El capítulo 7 de la Estrategia, relativo a los servicios administrativos responsables de la Estrategia de Comunicación, expone el papel que juegan las redes de intercambio de buenas prácticas, en particular, el Grupo Español de Responsables en materia de Información y Publicidad (GERIP), integrado por las personas responsables en materia de comunicación de las Autoridades de Gestión del FEDER, del FSE, del Fondo de Cohesión y de las Comunidades Autónomas. La creación de este grupo permitió coordinar la programación de los Planes de Comunicación en el período 2007-2013 y las Estrategias

de Comunicación en el actual período y constituye un instrumento fundamental para mejorar todas las fases de su gestión.

En resumen, el grado de cumplimiento de las exigencias establecidas reglamentariamente respecto al diseño y contenido de las Estrategias de Comunicación es, en el caso del correspondiente los PO FEDER y FSE Galicia, máximo. Por lo tanto, desde la perspectiva del contenido y alcance, la evaluación de la pertinencia de la Estrategia es muy positiva.

Aunque no existen directrices específicas al respecto por parte de la Comisión Europea, ésta ha incluido en su página web de la Comisión Europea (http://ec.europa.eu/regional_policy/en/policy/communication) orientaciones sobre cómo comunicar (incluyendo las orientaciones técnicas descritas en el Reglamento de Ejecución (UE) 821/2014) así como ejemplos de buenas prácticas y otros elementos con la finalidad de que puedan constituirse como referencia para los países miembros.

Las orientaciones derivadas de las diferentes reuniones celebradas en las anualidades 2013-2019 en las redes de comunicación comunitarias (INFORM e INIO) en materia de comunicación tienen, en el ámbito de análisis del presente proceso de evaluación, dos factores relevantes: de una parte las orientaciones generales relacionadas con la política de comunicación y la elaboración de estrategias de comunicación y, de otra, las recomendaciones de cara a la evaluación de dichas estrategias.

✈ Las *orientaciones generales en materia de política de comunicación y elaboración de las Estrategias de Comunicación* determinan, de una parte, las pautas necesarias para el adecuado cumplimiento de los requisitos reglamentarios y, de otra, la aplicación de diferentes principios globales que garanticen la integración de la comunicación como una tarea de gestión, así como el compromiso de todos los agentes implicados:

- ✈ Tarea de gestión horizontal que afecta a todos los ámbitos de desarrollo de los Programas y requiere de la implicación de todas las partes.

La *relevancia de la comunicación como una parte fundamental de la aplicación de los Fondos* ha tratado de impulsarse desde el Grupo Español de Responsables en materia de Información y Publicidad (GERIP) desde el inicio del período. Así el acta de la reunión celebrada el 27 de enero de 2015 recogió el debate surgido en este sentido, destacando la presentación de buenas prácticas como elemento integrador y máximo exponente del carácter transversal de la comunicación.

Asimismo, desde la propia Unión Europea se sigue trabajando en este sentido. Así, la propuesta de reglamentos para el período 2021-2027 plantea la integración de la estrategia de Comunicación dentro de los propios Programas.

Por otra parte, las tareas de concienciación de todas las partes implicadas en el desarrollo de los Programas Operativos de la importancia de la comunicación se inició en el anterior período de Programación. De hecho, la evaluación final del Plan de Comunicación de ambos PO, realizada en 2013, puso de manifiesto “la implicación creciente de los Órganos gestores en la estrategia de comunicación”.

Esta positiva implicación se ha visto reforzada en 2014-2020 a través de la identificación de un responsable de comunicación en todos los beneficiarios públicos y/u órganos gestores de ayudas y la inclusión de sus datos de contacto en el capítulo 4 de la Estrategia de Comunicación.

- ✦ Profesionalización de la comunicación. Identificación de un responsable de información y publicidad en cada uno de los beneficiarios públicos y órganos gestores de ayudas participantes en los Programas Operativos y contratación de evaluadores independientes con amplia experiencia en la definición, seguimiento y evaluación de la comunicación en la Política de Cohesión para la presente evaluación intermedia.
- ✦ Comunicación orientada a resultados y definición de un adecuado marco para el seguimiento y evaluación de los progresos alcanzados. En un contexto en el que el conjunto de la Política de Cohesión ha experimentado un giro hacia la puesta en relieve de los resultados alcanzados en el período 2014-2020, desde las redes INFORM e INIIO se ha incidido, asimismo, en la necesidad de destacar estos en el ámbito de la Comunicación. De hecho, entre los objetivos de las mismas está asegurar el intercambio de información sobre los resultados de las Estrategias de Comunicación, así como proponer recomendaciones para mejorar el alcance y el impacto de las actividades de comunicación y sensibilizar sobre los resultados y el valor añadido de dichas actividades.

Asimismo, la necesidad de realizar la publicidad con una mayor orientación a resultados es una de las recomendaciones derivadas de las evaluaciones de los Planes de Comunicación en 2007-2013 para el caso concreto de Galicia.

En España esta orientación a resultados sentó sus bases en el diseño del sistema de seguimiento establecido en 2007-2013 con la inclusión en el mismo de siete indicadores de resultado (que miden los efectos directos y a corto plazo de las actuaciones de información y comunicación) y cinco indicadores de impacto (que miden los efectos y/o consecuencias a más largo plazo).

Adicionalmente, en el período 2014-2020 la orientación a resultados se ha visto reforzada por la puesta en valor de las *buenas prácticas* que permiten destacar los productos, rendimientos o efectos alcanzados gracias a la cofinanciación de los Fondos Estructurales en España y, por ende, en la Comunidad Autónoma de Galicia, con un lenguaje sencillo y fácil de entender. La accesibilidad a la información relativa a las buenas prácticas queda garantizada a través de la inclusión de las mismas en las bases de datos habilitadas al efecto por la Autoridad de Gestión tanto en el caso de FEDER (<http://www.dgfc.sepg.hacienda.gob.es/sitios/dgfc/es-ES/ipr/fcp1420/c/bp/Paginas/inicio.aspx>) como en el de FSE (<http://www.mitramiss.gob.es/uafse/>), aunque en este último caso solo a partir de octubre de 2019, es decir no estaba disponible en el período de análisis al que se circunscribe la presente evaluación, y con un formato no coherente con el aprobado en el marco del GERIP.

✚ Centrándonos en el *ámbito específico de la evaluación*, las buenas prácticas en materia de comunicación ponen de manifiesto la conveniencia de mantener tres *principios básicos para garantizar una adecuada Estrategia de Comunicación*:

✚ Diseñar e integrar la evaluación en la estrategia de comunicación. La Estrategia de Comunicación de los PO FEDER y FSE Galicia 2014-2020 recoge en su capítulo 7 el diseño del proceso de evaluación que, con posterioridad, se ha reforzado en el marco del GERIP a través de la elaboración de la *Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de las Estrategias de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER y del Fondo Social Europeo 2014-2020*, que determina los principios, metodología y resultados esperados, así como el timing de la evaluación de las Estrategias de Comunicación en España.

✚ Monitorear regularmente el progreso y recopilar datos. El sistema de seguimiento, entendido como un elemento fundamental de las Estrategias de Comunicación, ha quedado definido en los capítulos 6 y 8 (sistema de indicadores).

Dicho sistema consolida el procedimiento propuesto por el GERIP al inicio del período 2007-2013 sustentado en el registro informático de información sobre las actuaciones desarrolladas en la aplicación informática INFOCO que queda resumida en los indicadores de comunicación (de realización y resultado) y la elaboración de informes y revisiones de las actividades de comunicación que se incluyen las reuniones de los Comités de Seguimiento.

Adicionalmente se han incorporado tres mejoras con respecto al período anterior: la identificación de buenas prácticas que afianzan la perspectiva de orientación a resultados señalada anteriormente; la periodicidad del registro de la información al menos dos veces al año; y la incorporación del plan de actuaciones previstas en cada anualidad.

- ✦ Integrar la evaluación de la comunicación en los Planes de Evaluación de los Programas. La cultura de la evaluación que caracteriza a la Política de Cohesión y el compromiso que con la misma ha mostrado el Estado español abarca a todas las áreas de programación y gestión, incluyendo la relativa a la información y la comunicación.

En este marco, los Planes de Evaluación, tanto generales a nivel del Estado miembro, como los específicos para la región gallega, han incorporado la planificación de dos evaluaciones de la Estrategia de Comunicación: una de carácter intermedio a realizar en la anualidad 2019 (y como resultado de la cual se ha elaborado el presente informe) y una evaluación final que se abordará en 2022.

En consecuencia, la Estrategia de Comunicación de los PO FEDER y FSE Galicia 2014-2020 *recoge todos los elementos establecidos en las orientaciones derivadas de las reuniones de INFORM e INIO, pudiendo catalogarse como adecuada a las expectativas de una buena estrategia.*

2.2. ANÁLISIS DE LA VALIDEZ Y CONSISTENCIA INTERNA DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

El análisis de coherencia de la Estrategia de Comunicación de los PO FEDER y FSE Galicia 2014-2020 se centra en valorar dos aspectos básicos:

- ✦ El nivel de **consistencia** de la Estrategia, a través de la valoración de la coherencia de la lógica de intervención, es decir, la adecuación de las medidas programadas para alcanzar los objetivos que, en última instancia, las han inspirado.
- ✦ El nivel de **validez**, se evalúa a partir de la respuesta a las necesidades de cada uno de los grupos destinatarios en el marco de la Estrategia que suponen las medidas previstas.

La **consistencia de la Estrategia de Comunicación** se basa en la valoración del grado de interrelación que existe entre los objetivos y las medidas que lo desarrollan.

El punto de partida, en este contexto, lo constituyen los **objetivos** de la Estrategia de Comunicación de los PO FEDER y FSE Galicia 2014-2020. Estos objetivos, identificados como “comunes y generales”, son *dos*, tienen un *carácter finalista* y *se adecúan a las prioridades que se desprenden de la reglamentación comunitaria* y que resume de forma accesible la ficha informativa de la Comisión Europea “Garantizar la visibilidad de la Política de Cohesión: Normas de información y Comunicación 2014-2020” (marzo 2014): informar sobre las oportunidades de financiación y mostrar los resultados alcanzados.

- ✦ **OBJETIVO 1 (O1):** Informar de los Programas Operativos Galicia FEDER y FSE 2014-2020, de la existencia de los Fondos Comunitarios, su contenido, así como sus objetivos, la

forma de acceder a los fondos y las oportunidades de financiación y del calendario de su ejecución con la máxima transparencia posible.

- ✦ **OBJETIVO 2 (O2):** Comunicar al conjunto de la ciudadanía la existencia de los Fondos Comunitarios, sus objetivos, logros y resultados obtenidos que permita garantizar la satisfacción del derecho que tienen los/as ciudadanos/as a conocer cómo se invierten los recursos financieros de la Unión.

La consecución de tales objetivos se ha planificado a través de una lógica de intervención de la que se desprende una clara vinculación de las **medidas** propuestas con los diferentes colectivos destinatarios y con los objetivos de la Estrategia. De este modo es posible identificar, de forma directa, las medidas que influyen de forma significativa sobre cada uno de los objetivos. Las medidas ascienden a un total de 42 y están estructuradas por colectivos destinatarios. No obstante, dado que algunas de las medidas afectan a varios colectivos, algunas de ellas se repiten, de forma que una vez eliminadas las duplicidades resultan 36 medidas.

En conclusión, el análisis realizado permite comprobar que la realización de las medidas de información y comunicación previstas está directamente vinculada con la consecución de los objetivos de la Estrategia descritos previamente. De hecho, todas las acciones se asocian con, al menos, uno de los objetivos, al tiempo que ambos objetivos se consiguen a través de una batería y diversa de medidas que permite concluir una perspectiva generalista de los mismos.

La atención dentro de la Estrategia a los dos objetivos, por otra parte, puede considerarse equilibrada si tenemos en cuenta que el 55,6% de las medidas planificadas persiguen la consecución del Objetivo 1, asociado a la información transparente de oportunidades, recursos, etc.; en tanto el 61,1% se orientan a la mejora de la visibilidad de los resultados de los Programas, es decir, a la consecución del Objetivo 2.

En todo caso, la ligera relevancia adicional de las medidas orientadas a la mejora de la visibilidad pone de manifiesto cómo, tras los avances importantes alcanzados en el período 2007-2013 en materia de mejora de la información y transparencia, así como de la implicación de los organismos implicados en la aplicación de los Programas, en el período 2014-2020 las Autoridades competentes en materia de comunicación han puesto un énfasis mayor en mejorar el conocimiento que la ciudadanía en su conjunto tiene de los Fondos Estructurales en Galicia.

Esto justifica la potenciación de la programación de las acciones la comunicación al público en general, pero también la identificación de los agentes difusores como elementos intermediarios para mejorar el impacto sobre la ciudadanía y aumentar su percepción al valorar la importancia de los recursos comunitarios en la mejora de la calidad de vida.

Otro de los pilares básicos para evaluar la pertinencia de la Estrategia es valorar la medida en que ésta ha sido capaz de **identificar adecuadamente las necesidades, en este caso informativas, de todos los tipos de destinatarios, así como de las medidas más adecuadas para responder a las mismas**, en definitiva, su **validez**. De esta manera, el impacto de las acciones de información y publicidad se incrementará y los objetivos serán más fácilmente alcanzables.

Tal y como se desprende del capítulo 3.2. de la Estrategia, los grupos-destinatarios hacia los que se orientan las actuaciones de información y publicidad programadas son cuatro: beneficiarios, potenciales beneficiarios, agentes difusores y público en general.

Las necesidades de información de estos colectivos van evolucionando a lo largo de la vida de los Programas Operativos, cobrando una intensidad diferente en cada una de las etapas.

- ✦ En la *fase inicial de programación y puesta en marcha de los Programas* las necesidades de información se centran en el conocimiento de los Fondos Estructurales y las oportunidades que los mismos suponen, con la mayor transparencia posible. En este ámbito la información dirigida a los beneficiarios potenciales cobra una mayor relevancia, contando con el apoyo de los agentes difusores, con la finalidad de facilitar su participación en las diferentes convocatorias.
- ✦ Durante la *aplicación del Programa* las mayores necesidades de información surgen en torno a los procedimientos que permitan el desarrollo de las operaciones con la máxima eficacia, eficiencia y transparencia posible. Son por tanto los beneficiarios los principales destinatarios de las actuaciones de información y comunicación.
- ✦ A medida que la *ejecución de las operaciones avanza y se obtienen resultados*, es decir, coincidiendo con el cierre de las operaciones, la visibilidad de su impacto y el valor añadido generado por los Fondos Estructurales convierten al público en general y a los agentes difusores, como agentes vehiculares, en los principales receptores de la medidas de información y comunicación.

La Estrategia de Comunicación de los PO FEDER y FSE Galicia 2014-2020 recoge un timing coherente con este esquema, lo que permite responder a las necesidades de cada colectivo en todo momento, manteniendo cauces de información constantes a lo largo de la vida de los Programas con todos los destinatarios e intensificando las medidas hacia aquellos colectivos prioritarios en cada fase.

Esta coherencia queda patente, tanto en la definición de los objetivos (dimensión estratégica) como en la planificación de las medidas de información y comunicación (dimensión operativa).

Así, como ya ha quedado patente a lo largo del presente apartado, el primero de los objetivos de la Estrategia – INFORMAR (O 1) – se orienta a las dos primeras fases señaladas anteriormente, potenciando la información acerca de las posibilidades que abren en la región los Fondos Estructurales y las fórmulas para su adecuada ejecución para la obtención de un máximo impacto, de modo que está vinculado, fundamentalmente a los beneficiarios potenciales y los beneficiarios. Por su parte el segundo de los objetivos – COMUNICAR (O 2) – se asocia en mayor medida a la presentación de objetivos, logros y resultados de los Fondos Estructurales y tienen a los/as ciudadanos/as y los agentes difusores como principales destinatarios.

Desde la perspectiva más operativa la orientación resulta aún más clara, en tanto la planificación de las medidas se ha realizado por colectivos, observándose que el contenido de las mismas se ajusta, de manera adecuada, a sus necesidades de información y en cada caso se propone el uso de las herramientas más convenientes.

- ✦ Las medidas orientadas a los *beneficiarios potenciales* ascienden a un total de 8 (el 19% del total de las previstas en la Estrategia) que se caracterizan porque tienen un carácter muy generalista, lo que permite abordar todas las necesidades de información de los mismos, con especial referencia al conocimiento de las condiciones para acceder a la financiación y de las obligaciones que representa.

Las principales herramientas utilizadas son las publicaciones, celebración de eventos y recurso a las nuevas tecnologías, principalmente el sitio Web único de la Política de Cohesión en España (<http://www.dgfc.sepg.hacienda.gob.es/sitios/dgfc/es-ES/Paginas/Inicio.aspx>), la página de la UAFSE (<http://www.mitramiss.gob.es/uafse/>) y la web de Fondos Estructurales de la Xunta de Galicia (www.fondoseuropeos.gal).

- ✦ Las medidas destinadas a los *beneficiarios* representan el 28,6% del total (12). Estas priorizan los requerimientos relacionados con el conocimiento de los mecanismos de gestión de las operaciones y el conocimiento de la aplicación de medidas de información y la publicidad. Para ello se han empleado una menor diversidad de vías de comunicación. De nuevo cobra especial relevancia los recursos a Internet, pero también las publicaciones, la celebración de eventos y los servicios / herramientas de apoyo tanto de las Autoridades de Gestión de los dos PO como del Organismo Intermedio.
- ✦ Los *agentes difusores* actúan como agentes vehiculares más que como destinatarios últimos, con la función de difundir el mensaje hacia el resto de colectivos destinatarios, particularmente beneficiarios potenciales y público en general. Esto hace que la tipología de actuaciones sea más específica (centrándose en publicaciones y, particularmente, campañas publicitarias) y represente únicamente el 14,3% del total de las recogidas en la Estrategia.

- ✦ En última instancia, el *público en general* resulta un colectivo especialmente relevante en el marco de la Estrategia si tenemos en cuenta que al mismo se orientan el 38,1% de las medidas programadas.

Las principales herramientas empleadas, en este caso, además de las referidas para otros colectivos, como las TICs, los eventos y las publicaciones, incorporan los materiales promocionales y otros medios publicitarios (como el uso de emblemas o la cartelaría, por ejemplo).

En este sentido, la consistencia y validez de la Estrategia quedan garantizadas en la medida en que existe una plena coherencia en la lógica de intervención, al tiempo que los objetivos perseguidos y las medidas programadas ofrecen una respuesta a las necesidades de los diferentes colectivos.

2.3. ADECUACIÓN DE LA DOTACIÓN DE LOS MEDIOS ECONÓMICOS, HUMANOS Y TÉCNICOS ASIGNADOS A LAS TAREAS DE COMUNICACIÓN DE LOS FONDOS

La Estrategia de Comunicación de los PO FEDER y FSE Galicia 2014-2020, contempla un **presupuesto indicativo** de 3.800.000,00 euros, lo que representa un incremento del 13,5% con respecto al período 2007-2013, en un contexto en el que la percepción de Fondos Estructurales por parte de la Comunidad Autónoma ha caído prácticamente al 50%.

Esta cifra está cofinanciada, de acuerdo con lo establecido en la Estrategia a través de tres fuentes diferenciadas: los recursos de los respectivos Ejes de Asistencia Técnica de los PO que han programado en la categoría de intervención 123 Información y Comunicación una ayuda total de 6.751.463,00 euros, es decir, 8.439.329 euros de coste total; los recursos programados en los respectivos Objetivos Temáticos cuando las actuaciones se realicen en operaciones / proyectos específicos y otros recursos de la Xunta de Galicia.

En líneas generales, estos datos muestran un compromiso creciente de la Comunidad Autónoma con la comunicación que se ve reforzado si tenemos en cuenta que el presupuesto estimado supera en un 2,5% los mínimos consensuados en GERIP para el período 2014-2020².

² El mínimo consensuado para la política de comunicación por Estrategia en el seno del GERIP asciende al 0,3% de la ayuda percibida en el marco de los PO, lo que para el caso de la Estrategia de Comunicación de los PO FEDER y FSE Galicia 2014-2020 supondría 3.707.789,05 euros.

Sin embargo se observa un cierto desequilibrio en dos ámbitos que habrá de tenerse en cuenta de cara al futuro:

- ✦ En primer lugar, la ayuda prevista en el Eje de Asistencia Técnica de los PO para las partidas de información y comunicación (categoría de intervención 123) excede de forma considerable el presupuesto de la Estrategia de Comunicación, lo que lleva a pensar que éste no ha recogido la totalidad de las actuaciones inicialmente programadas.

En consecuencia, se aconseja revisar el presupuesto de la estrategia para considerar la totalidad de los recursos que la Asistencia Técnica de los Programas Operativos prevé para las acciones de información y comunicación, elevando el mismo a 8.439.329 euros.

- ✦ Por otra parte, se observa que el incremento en el presupuesto de la Estrategia está soportado, únicamente, por el FSE. De hecho, la aportación del FEDER al presupuesto de comunicación de los Fondos Estructurales en Galicia ha caído en un 42,34% con respecto al período anterior, en tanto la aportación del FSE se ha incrementado en un 374,87%. Esto deriva en un desequilibrio si tenemos en cuenta que pese a que el FSE en los PO Regionales de la Política de Cohesión en Galicia representa el 26,07% soporta el 56% del presupuesto de la Estrategia de Comunicación.

En consecuencia, el presupuesto de la Estrategia de Comunicación de los PO FEDER y FSE Galicia 2014-2020 ha experimentado un incremento con respecto al período anterior, destinando un euro a la información y comunicación por cada 325,24 euros de ayuda (frente a los 761,63 euros del período 2007-2013). Sin embargo, se percibe una incoherencia entre el presupuesto de la Estrategia y la programación de las actividades de información y comunicación de los respectivos PO, por lo que se recomienda una revisión del mismo que llevaría a un incremento del 122%, hasta los 8.439.329 euros el cual debería ser soportado, fundamentalmente, por el FEDER para mantener una coherencia con respecto a la ayuda percibida.

Por otro lado, el logro de los resultados esperados de la aplicación de las medidas de información y publicidad depende, igualmente, de la suficiente dotación de medios humanos, técnicos y materiales necesarios para el buen funcionamiento y seguimiento de la Estrategia.

Desde el punto de vista de los *medios humanos*, la Estrategia de Comunicación enumera en su capítulo 4 a los organismos responsables en materia de información y comunicación, así como, en cada caso, la persona responsable y su contacto. Este hecho implica una mejora significativa con respecto al período anterior en la medida en que facilita la identificación y accesibilidad a las personas encargadas del cumplimiento de los compromisos en la materia,

así como de la resolución de dudas. La versión más reciente de la Estrategia de Comunicación (con fecha 23 de mayo de 2019) recoge un total de 34 organismos (incluyendo las Autoridades de Gestión y el Organismo Intermedio regional) y 74 personas responsables.

La creciente importancia otorgada a los aspectos de publicidad, dentro de la gestión de los Programas, ha implicado un incremento de la carga de trabajo motivada por las mayores exigencias a satisfacer, con un volumen de trabajo mayor para coordinadores y gestores.

Para hacer frente a estas tareas, la disposición de personal en las Autoridades de Gestión ha resultado dispar:

- + La Dirección General de Fondos Comunitarios, en tanto Autoridad de Gestión de los PO FEDER en España, dispone en el ámbito de la información y la comunicación de cuatro personas a tiempo completo: la persona responsable del estado español en el ámbito de la Comunicación de los Fondos, una persona asociada a la dotación de contenidos del sitio web único de FEDER en España, una persona responsable de la cuantificación y seguimiento de los indicadores comunes de FEDER (tanto en el ámbito de los programas plurirregionales, como para aquellos indicadores que recogen la actividad de la Autoridad de Gestión en los Programas regionales) y, finalmente, una persona encargada del apoyo administrativo a toda la unidad.

Este equipo ha permitido dar cumplimiento a todos los requisitos de información y comunicación establecidos en los reglamentos, así como a coordinar y dinamizar la red GERIP a lo largo de todo el período y mantener la representación de España en la red INFORM.

Sin embargo, la señalada carga de trabajo que ha supuesto el compromiso de las Estrategias de Comunicación de los PO de FEDER en España se ha trasladado a la necesidad de asumir, en algunos casos, un exceso de tareas.

En este contexto, sería recomendable contar con, al menos, una persona más de apoyo que podría asociarse a la revisión y publicación de buenas prácticas para solventar las dificultades puestas de manifiesto en el capítulo 7 del presente informe y/o dar apoyo general al cumplimiento de todas las tareas realizadas.

- + Por su parte, la UAFSE, en tanto Autoridad de Gestión de los PO FSE en España, cuenta con dos personas dedicadas a responder a los requisitos de información y comunicación: la Subdirectora General Adjunta de Gestión de la Unidad Administradora del FSE, con una dedicación a tiempo parcial, y una persona responsable de las tareas técnicas asociadas a información y comunicación tanto de los Programas plurirregionales de FSE como de las derivadas de su papel de Autoridad de Gestión en los Programas regionales.

La dotación de personal parece, a la vista de los análisis de las actuaciones realizados en el capítulo 3 de presente informe, insuficiente para dar respuesta a todos los compromisos adquiridos. Así, en el período de análisis que abarca la presente evaluación no se había puesto en marcha el sitio web único del FSE en España (manteniéndose la página web del período 2007-2013 con un apartado específico para el actual período de programación); no se han organizado actividades informativas anuales con el objeto de promover las oportunidades de información y presentar los avances alcanzados en el marco de los PO; no se realiza una participación activa en la red GERIP (la Autoridad de Gestión no ha estado presente en el 40% de las sesiones y cuando ha estado ha sido a través de una persona delegada, sin contar con la presencia de la persona responsable, de acuerdo con los Programas en ninguna reunión); no se han volcado los datos de ejecución en la herramienta informática INFOCO 2014 y se han producido retrasos en la recopilación y envío al equipo evaluador para la realización de la presente evaluación; se han producido retrasos en la publicación de las listas de operaciones; y no se han recopilado y publicado buenas prácticas de acuerdo con los criterios consensuados en el seno de GERIP y que comprometen a todos los miembros de la red.

En consecuencia, y con la finalidad de dar respuesta a los requisitos de comunicación, sería recomendable aumentar la dotación de personal vinculado a las tareas de información y comunicación de la Autoridad de Gestión del FSE y establecer una clara distribución de funciones.

En el ámbito regional, las mayores exigencias en la materia han tratado de paliarse a través de asistencias técnicas externas, con la incorporación de más personas responsables por organismo (de hecho, el 52,9% han incrementado el número de responsables desde el inicio del período), o a través con la mejora de la formación específica de los equipos involucrados en la gestión de los fondos. Así, el 82,1% de los organismos gestores del PO declaran haber participado en jornadas sobre los requisitos de comunicación.

Pese a ello se detecta una insuficiencia de personal para la implementación en tiempo y forma del sistema de seguimiento establecido por el Organismo Intermedio que requiere la recopilación dos veces al año de los datos de ejecución de acciones de información y comunicación, su filtrado previo y el volcado en la aplicación informática, así como la recopilación de buenas prácticas (al menos una por beneficiario público u órgano gestor cada año). Por ello se recomienda disponer de un equipo más amplio que permitiese agilizar la marcha de los trabajos y/o ahondar en la formación e información a los responsables de comunicación de los diferentes organismos con la finalidad de mejorar la eficiencia en la recogida de los indicadores de comunicación y la presentación de buenas prácticas de proyectos cofinanciados.

En todo caso, sobre la base de las impresiones obtenidas en las entrevistas realizadas, un rasgo común a destacar es la elevada cualificación de los responsables de la coordinación

de los PO, así como su excelente conocimiento de la intervención, asociada a lo que podríamos calificar como una profesionalización de la política de comunicación de los Fondos Estructurales. Dicha capacitación es extensible a la mayoría de los beneficiarios públicos y órganos gestores de ayuda, sin observarse carencias o deficiencias importantes ni en lo que respecta a las tareas de carácter técnico ni a las de carácter administrativo. Sin duda, la formulación de unos procedimientos adecuados está facilitando la aplicación de la Estrategia de Comunicación.

Pese a ello, es necesario tener presente la existencia de un elevado nivel de rotación en los responsables de comunicación tanto en los organismos como en las propias Autoridades de los Programa. Así, desde la aprobación de la Estrategia han cambiado las personas responsables de la materia en la Autoridad de Gestión de FSE, el Organismo Intermedio regional y 79,4% de los beneficiarios públicos u órganos gestores.

Este elevado nivel de rotación, a menudo, está detrás del retraso en la adopción de algunos aspectos de la Estrategia, fundamentalmente aquellos que suponen una novedad para este período y en los que la definición de los procedimientos ha supuesto mayores dificultades, como es el caso de la presentación de buenas prácticas (ver capítulo 7).

En última instancia, los *recursos técnicos y materiales* están constituidos por tres tipologías de herramientas, básicamente:

- + Los manuales y guías, con un carácter eminentemente práctico, elaborados para facilitar el cumplimiento de los requisitos de información.
- + Una herramienta informática para la elaboración de los elementos de comunicación que está prevista en la Estrategia de Comunicación, pero que aún está pendiente de puesta en marcha.
- + Una herramienta informática para el seguimiento de las actuaciones de información y comunicación: INFOCO2014. Esta es el resultado de la evolución de la aplicación creada por la Dirección General de Fondos Comunitarios en el período 2007-2013 que permite el almacenamiento e intercambio de información electrónicamente, con un elevado nivel de desagregación (actuación, tipología, año, organismo responsable), facilitando la agregación posterior por indicadores.

Esta evolución ha supuesto la integración de algunos progresos en el sistema, referidos anteriormente entre las mejoras de la Estrategia, como son:

- ✦ La posibilidad de dar acceso directo a los beneficiarios públicos regionales para que sean ellos directamente los que se responsabilicen del volcado de la información. Si bien en el caso de la Xunta de Galicia, al igual que en resto de las Comunidades Autónomas, no así en el de los PO Plurirregionales, se ha optado por centralizar esta tarea en la Subdirección de Seguimiento y Control de los Fondos Comunitarios, en el caso de Galicia.
- ✦ Mejora de la seguridad en el acceso al aplicativo, facilitado por la Intervención General de la Administración del Estado (IGAE) a través del sistema GALA, que requiere de la identificación de los usuarios a través de certificado electrónico o con Cl@ve.
- ✦ Mayor periodicidad en el volcado de los indicadores. A este respecto, la Dirección General de Fondos Europeos es la responsable del correcto funcionamiento y operatividad del sistema informático de seguimiento de las Estrategias de Comunicación, y, en su momento, definió unos criterios homogéneos sobre la forma y el plazo para completar la información por parte de las diferentes administraciones. En el período 2014-2020 se ha establecido que dicho volcado se producirá de forma continuada, cuando se realicen las actuaciones en la medida de lo posible, o, en caso contrario, al menos dos veces al año (en abril –antes de la elaboración de los Informes Anuales de Comunicación – y en octubre).

No obstante, se observa algunas debilidades en su funcionamiento, tales como que no se han producido avances en la implementación de las recomendaciones de evaluaciones anteriores y, de forma particular, en la interoperabilidad del aplicativo tanto en relación con Fondos 2020 como en relación con los operativos de gestión de los Fondos FEDER y FSE regionales; y que a fecha de realización de la evaluación la Autoridad de Gestión del FSE no recoge la información de ejecución de sus actuaciones en la aplicación.

En conclusión, los medios con los que cuenta la Estrategia de Comunicación de los PO FEDER y FSE Galicia 2014-2020, pueden considerarse adecuados, en líneas generales, si bien sería recomendable revisar el presupuesto para adecuarlo a la programación de la categoría de intervención 123 de los Programas; aumentar la dotación de personal asociado a las tareas de comunicación en la Autoridad de Gestión del FSE y el Organismo Intermedio, y complementar, el de la Autoridad de Gestión del FEDER, así como tratar de reducir el nivel de rotación entre las personas responsables de información y comunicación en las Autoridades de los Programas y los órganos gestores y beneficiarios públicos; y poner en marcha las herramientas previstas para facilitar el adecuado desarrollo de las medidas de la estrategia.

2.4. CONSIDERACIÓN DEL PRINCIPIO DE IGUALDAD DE OPORTUNIDADES EN LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

La elaboración de la Estrategia de Comunicación ha sido el resultado, principalmente, de la asociación de los organismos responsables del desempeño de la Política de Cohesión en la región. En consecuencia, los protagonistas de su formulación han sido:

- ✦ La Autoridad de Gestión del FEDER, representada por la Dirección General de Fondos Comunitarios del Ministerio de Hacienda.
- ✦ La Autoridad de Gestión del FSE, representada por la Unidad de la Unidad Administradora del FSE (UAFSE), del Ministerio de Trabajo, Migraciones y Seguridad Social.
- ✦ Y el Organismo Intermedio regional de los PO FEDER y FSE Galicia 2014-2020, representado por la Dirección General de Política Financiera, Tesoro y Fondos Europeos, Consellería de Facenda de la Xunta de Galicia.

Estos organismos, como responsables de la Estrategia de Comunicación planteada son, asimismo, los responsables últimos de la consideración del principio horizontal de Igualdad de Oportunidades en todos los ámbitos del desarrollo del PO, y por tanto también en el de la información y comunicación.

Desde el punto de vista práctico, la consideración del principio de igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres puede realizarse en la Estrategia desde diversos puntos de vista:

- ✦ La situación de partida que describe la Estrategia de Comunicación señala entre las recomendaciones realizadas en los ejercicios de evaluación del período 2007-2013 la necesidad de incidir en mayor medida en algunos colectivos de población en los que el conocimiento de la aportación de la UE al desarrollo regional ha resultado menor, entre los que se encuentra la población femenina. Por tanto, se plantea como un reto abordar el déficit de impacto detectado en este caso, superando la brecha existente entre hombres y mujeres que conocen la recepción de Fondos Estructurales por parte de la región que en 2013 ascendía a 10,9 puntos porcentuales³.
- ✦ La definición de los objetivos señala la necesidad de informar (O 1) y comunicar (O 2) al conjunto de la ciudadanía sobre la existencia, posibilidades, resultados e impacto de los Fondos Estructurales, la Política de Cohesión y, en última instancia, la Unión Europea. Ello implica la generación de una información adecuada y transparente sobre los

³ Ver “Evaluación Final del Plan de Comunicación del Programa Operativo FEDER Galicia 2007-2013” (capítulo 7).

Programas y el conjunto de la UE para los diferentes colectivos destinatarios, evitando cualquier tipo de barreras en lo que se refiere a su accesibilidad.

- + Entre los colectivos destinatarios la consideración del principio de igualdad de género queda patente a través de tres elementos:
 - ✦ La definición que se hace de los destinatarios de la Estrategia abarca una amplia tipología, de modo que entre los beneficiarios potenciales del mismo también tienen cabida los organismos de promoción de igualdad entre hombres y mujeres. De esta forma, uno de los colectivos fundamentales a los que pretende llegar toda la información, de forma continua, clara y accesible, sobre el FEDER y, particularmente, FSE, es la autoridad competente en materia de igualdad de oportunidades, es decir la Secretaría Xeral de Igualdade.
 - ✦ Adicionalmente, la Secretaría Xeral de Igualdade participa en el PO FSE Galicia 2014-2020 como beneficiario.
 - ✦ Finalmente, la consideración como grupo destinatario de la población en general, fomentando una comunicación accesible y de calidad para hombres y mujeres en igualdad de condiciones. Pero además, se destaca la necesidad de llegar a algunos colectivos específicos como las víctimas de violencia de género.
- + La planificación de las medidas adopta un principio de neutralidad en lo que se refiere a la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, abriendo la posibilidad de incorporación de acciones específicas que permitan incrementar el conocimiento entre la población femenina de la aportación de los Fondos Estructurales al desarrollo regional en el momento de la ejecución de las actuaciones.

Este recurso resulta especialmente relevante en el caso de las líneas de actuación del FSE, donde las medidas de información y comunicación permitirán poner en valor el papel de los Fondos Estructurales en la consecución de la igualdad entre hombres y mujeres.

Por otra parte, estas medidas proponen una notable diversidad de canales, soportes y formatos de comunicación, permitiendo la selección, en cada caso, de aquellos que resulten más convenientes para el colectivo destinatario, lo que favorecerá la llegada del mensaje a la población femenina.

- + El sistema de seguimiento y evaluación definido en la Estrategia de Comunicación, en lo que se refiere a la incorporación del principio horizontal de igualdad de género, presenta luces y sombras. Así, la presentación de resultados a través de las buenas prácticas pone en relieve el principio si tenemos en cuenta que uno de los siete criterios que permiten su identificación es precisamente la consideración de la igualdad entre hombres y mujeres (ver capítulo 7 del presente informe). Sin embargo, la información cuantitativa recogida a través de los indicadores de realización y resultado no prevé la desagregación por sexo, aunque esta sí es posible en el caso de los indicadores de impacto relacionados con la población.

- ✦ En última instancia, se observa una significativa presencia de mujeres entre las personas responsables de la información y la comunicación en las Autoridades de los Programas y los diferentes organismos beneficiarios y/u órganos gestores de ayudas. De hecho, el 60,6% de las personas responsables de comunicación recogidas en el capítulo 4 de la Estrategia de Comunicación son mujeres.

Finalmente y en lo relativo al uso del lenguaje desde la perspectiva de género, se observa que, pese a la atención puesta en la redacción de la Estrategia de Comunicación, hay algunos términos que podrían ser sustituidos por nombres colectivos, perífrasis, desdoblamientos y uso de barras, así como uso de formas personales genéricas o formas verbales no personales, entre otras posibilidades. Este es el caso, por ejemplo, de “ciudadano(s)” o “beneficiario(s)”.

En conclusión, la valoración sobre el grado de integración de la igualdad de oportunidades en la Estrategia de Comunicación de los PO FEDER y FSE Galicia 2014-2020 puede considerarse adecuada, en tanto cumple, de forma general, con el “Decálogo para aplicar el enfoque de género en la información y comunicación de los Fondos EIE (2014-2020)” elaborado por la Red de Políticas de Igualdad entre Hombres y Mujeres⁴. No obstante, existe cierto margen de mejora, particularmente en lo relativo al seguimiento (desagregación de indicadores por género) y la mayor concreción de las medidas en el momento de la planificación en este sentido, aunque se plantean los recursos para su consideración en la implementación. Asimismo, se propone la corrección de los elementos detectados en lo relativo al lenguaje de género.

⁴ “Guía para incorporar el enfoque de género en la información y comunicación de los Fondos Estructurales y de Inversión Europeos (2014-2020)” de la Red de Políticas de Igualdad entre Hombres y Mujeres en fondos Comunitarios (diciembre 2017).

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

El diseño y la posterior aplicación de las medidas de información y publicidad relacionadas con los Fondos Estructurales en Galicia en el período 2014-2020, se ha realizado en el marco más amplio definido por los principios relativos a la comunicación institucional de la Xunta de Galicia: identidad, legalidad y participación.

Esta conexión, que se mantienen desde los períodos anteriores, permite la aparición de una serie de ventajas de cara, no sólo a la ejecución de las medidas de la Estrategia de Comunicación, sino también a la eficacia e impacto de los PO FEDER y FSE Galicia 2014-2020, ya que, entre otras cuestiones:

- + Minimiza el error de simplificación, al extender la comunicación a todo el proceso de gestión de los Fondos y no sólo al resultado de su aplicación.
- + Afecta a todas las acciones relacionadas con la Política de Cohesión, por lo que constituye un elemento que valoriza el trabajo de la propia Dirección Xeral de Política Financeira, Tesouro e Fondos Europeos.
- + Y representa un cauce complementario para la solución de los conflictos, puesto que supone un instrumento adicional útil para la mejora de la gestión.

El objetivo del presente capítulo es el análisis detallado de la ejecución de las medidas de información y comunicación llevadas a cabo en el marco de la Estrategia de Comunicación de los PO FEDER y FSE Galicia 2014-2020 en el **ámbito temporal que abarca del 1 de enero de 2014 hasta el 30 de junio de 2019**, aunando una *perspectiva tanto cualitativa como cuantitativa*.

En relación con esta última dimensión, la ejecución de las actuaciones se ha cuantificado a través de los *indicadores de realización y resultados* recogidos en la herramienta informática INFOCO2014.

El sistema de indicadores vigente fue definido y aprobado en el seno del GERIP en el período 2007-2013. En dicho período fue sometido, en el marco de las evaluaciones de los respectivos Planes de Comunicación, a los pertinentes procesos de valoración, que permitieron concluir que los indicadores de realización y resultado cuentan con un nivel cualitativo satisfactorio y adecuado para el seguimiento de las medidas de información y comunicación.

No obstante, se han incorporado ciertas mejoras en el marco de las Estrategias de Comunicación 2014-2020 tanto en lo que afecta a la definición de los indicadores como en la propia aplicación informática de seguimiento:

- + Adecuación de los indicadores. La relevancia de Internet como un recurso eficiente por las posibilidades de calidad que ofrece y el reducido coste que supone en la mayor parte de los casos queda especialmente reflejado en la presencia creciente de los sitios web como instrumentos de información tanto para los beneficiarios y beneficiarios potenciales como para los agentes difusores y el conjunto de la ciudadanía. La utilización de las páginas Web facilita una comunicación multimedia y concisa, de una manera amigable, lo que hace más atractivos los mensajes.

Esta potencialidad ha llevado a reflejar en el Reglamento (UE) Nº 1303/2013 la obligación de los beneficiarios de recoger *“una breve descripción en su sitio de Internet, en caso de que disponga de uno, de la operación, de manera proporcionada al nivel de apoyo prestado, con sus objetivos y resultados, y destacando el apoyo financiero de la Unión”*.

Para recoger esta importancia creciente, se ha procedido a una perfilación del indicador de realización “Número de páginas web”, que pasa de cuantificar únicamente las creadas y actualizadas por las Autoridades de los Programas (Autoridades de Gestión y Organismo Intermedio regional) en 2007-2013 a computar *“las principales Webs utilizadas para transmitir la información sobre los POs o algunas actuaciones concretas”*.

- + Mejoras en la aplicación informática INFOCO2014. La eficaz y eficiente implementación de la política de comunicación de los Fondos Estructurales requiere de un compromiso efectivo de todos los agentes implicados en la aplicación de los Programas Operativos. Es por ello que se ha considerado conveniente recoger y realizar el seguimiento de los datos de ejecución de actuaciones de información y comunicación a nivel de beneficiario público y/u órgano gestor de ayudas. Esta posibilidad queda abierta desde el inicio del período en la aplicación informática identificando a cada organismo a través de un código específico.

Para la recopilación de esta información desagregada por organismo se abren dos posibilidades: el volcado directo por parte de los beneficiarios públicos / órganos gestores, o bien el volcado por parte del Organismo intermedio tras la realización de un filtro previo que garantice la adecuación de la información. Este último ha sido el seleccionado por la Xunta de Galicia, al igual que en el resto de los PO regionales.

No obstante, se ha detectado un retraso en el cómputo de la información por organismo, no habiéndose comenzado a recoger el código asociado a los organismos en el volcado de la información en INFOCO2014, de forma generalizada, hasta el año 2017.

Por otra parte, se aumenta la periodicidad en la recopilación de la información de seguimiento. Así, se establece el compromiso de volcar estos datos en la aplicación INFOCO2014 de la forma más continuada posible, a poder ser cuando se realicen las actuaciones de comunicación. En todo caso, el volcado se hará de forma obligada en dos momentos del tiempo, en el mes de abril, o un mes antes de las fechas previstas para el primero de los Comités de Seguimiento del año, y en el mes de octubre de cada año. Ello facilita la disposición de información actualizada de forma continua a lo largo del tiempo.

En el caso de la Xunta de Galicia, el procedimiento diseñado para la recopilación y volcado de las acciones de información y comunicación realizadas se estructura en cuatro fases:

- ✦ Solicitud de la información a las personas responsables de los diferentes organismos implicados.
- ✦ Remisión de la información detallada por parte de los organismos a la persona responsable de comunicación en el Organismo Intermedio Regional.
- ✦ Revisión y corrección de los datos remitidos para garantizar la calidad de la información.
- ✦ Volcado en la aplicación informática INFOCO2014.

Este procedimiento presenta la ventaja de garantizar una elevada calidad de la información finalmente computada en la herramienta informática, sin embargo supone unos costes en términos de personal y tiempo muy elevados. De hecho, estos costes han hecho hasta el momento inviable el volcado de la información dos veces al año. Por ello desde el equipo evaluador se recomienda aumentar el volumen de personal disponible para la puesta en marcha del procedimiento y/o habilitar a los Organismos para el volcado directo de la información en la aplicación, lo que requeriría de un trabajo de formación previo, con el fin de poder cumplir con los requisitos de periodicidad establecidos en la Estrategia de Comunicación.

3.1. AVANCES EN LA EJECUCIÓN DE LAS MEDIDAS

La valoración de la ejecución de las medidas de información y comunicación es positiva, tanto desde una perspectiva global como de forma particular para los órganos gestores, si bien, tal y como se ha referido, existe en este sentido una limitación al alcance que condiciona el análisis por organismo al período 2017-2019 (junio). Así, se ha venido manteniendo una importante actividad a lo largo de todo el período de análisis que, no obstante, se acelera en los últimos años, con el mayor desarrollo de las operaciones, lo que sitúa la eficacia en el cumplimiento de los indicadores de realización y resultado en valores muy significativos (ver Tabla 1).

El **avance de la ejecución en términos financieros** se valora a través del cálculo de la eficacia financiera. Este indicador compara el gasto ejecutado y el previsto en la Estrategia de Comunicación (con carácter indicativo).

A 30 de junio de 2019 el montante ejecutado estimado asciende a 4.761.180,00 euros, lo que supone que por cada millón de ayuda FEDER o FSE certificada en Galicia se realiza una comunicación que asciende a prácticamente 16.642,07 euros⁵. Importe que corresponde, en un 99,7% a la Xunta de Galicia y sus órganos gestores.

Esto supone una eficacia financiera de 125,3%. Sin embargo hemos de tener en cuenta que, de acuerdo con las conclusiones alcanzadas en el capítulo 2.3, el presupuesto orientativo de la Estrategia se encuentra subestimado, en la medida en que no está computando íntegramente los recursos que en el ámbito de la asistencia técnica los Programas Operativos prevén destinar a la información y comunicación (Categoría de Intervención 123). Así, la estimación de la eficacia financiera en relación al presupuesto previsto en los Programas Operativos ascendería al 56,4%.

Aún en el supuesto de atender la recomendación realizar y seguir en principio de coherencia, adecuando el presupuesto de la estrategia a la estimación prevista en los POs, la eficacia financiera puede considerarse adecuado: ha transcurrido el 54,9% del período de programación, lo que significa que de mantenerse el mismo ritmo de ejecución al finalizar el período la eficacia alcanzaría en torno al 102,7%, lo que garantizaría el cumplimiento del presupuesto orientativo.

El *montante ejecutado se ha concentrado, fundamentalmente, en la realización de las acciones de difusión* (campañas publicitarias y anuncios en radio, televisión, prensa o Internet, mayoritariamente) que representan el 60,1% del total. Esta tipología de acciones, sin embargo, presenta una significativa diversidad en lo que se refiere a su coste. De hecho, pueden diferenciarse tres categorías básicas: aquellas que no suponen coste alguno y que están asociadas, fundamentalmente, con la publicación de notas de prensa, noticias en prensa, pero también noticias o documentos en webs o en redes sociales, las cuales representan el 46,1% de las acciones de difusión realizadas; aquellas que tienen un coste inferior al coste medio de esta tipología de actuaciones, que representan el 34,1% del total y tienen un coste medio de 504,81 euros; y, finalmente, las presentan un mayor coste (en media superior a los 11.000 euros) y que se corresponden con campañas publicitarias, inserciones en prensa, radio, televisión o campañas de promoción en Internet, que suponen

⁵ Los datos de ayuda certificada recogidos por los Informes Anuales de Ejecución del año 2018 ascienden a 209.163.845,83 euros de ayuda FEDER y a 76.929.228,34 euros de ayuda FSE.

únicamente el 19,8% del total, pero condicionan de forma notable el montante estimado de ejecución.

Por otra parte, y como viene siendo una constante desde el período 2007-2013, las partidas a las que corresponde un menor coste son:

- + Las páginas web que, de una parte, presentan un bajo nivel de ejecución y de otra su coste ha sido cero hasta el momento.
- + La distribución de documentación interna, que tiene un coste nulo para la práctica totalidad de los casos.
- + Y las redes de comunicación, donde el coste se remite a la celebración de reuniones que, en media, asciende a 106,67 euros, lo que supone una minoración con respecto al período anterior.

Más allá de la dimensión financiera, los **avances desde una perspectiva física** permiten concluir la positiva evolución de la Estrategia de Comunicación en la medida en que prácticamente todas las medidas de información y publicidad previstas en el mismo ya han sido puestas en marcha (habiéndose finalizado el 26,6% del total). Únicamente hay dos medidas que aún no se han iniciado: la medida 2.09 (que prevé la creación de la herramienta informática para la elaboración de los elementos de comunicación, que se ha visto sujeta a ciertos retrasos) y la medida 3.06 (que requieren para su arranque de la finalización del período de ejecución del PO, tal y como queda de manifiesto en la propia Estrategia dado que se centra en exposición de los resultados alcanzados al cierre de los Programas).

+ El **estado de situación de las medidas orientadas a beneficiarios potenciales** sería el siguiente:

- ✦ Medida 1.01. Presentación y difusión de los PO. El 30 de marzo de 2015 y el 16 de febrero de 2016 se celebraron sendos actos de presentación de los PO FEDER y FSE Galicia 2014-2020, de los que se ha dejado constancia a través de la web de Fondos Europeos en Galicia 2014-20, al tiempo que fue difundido con la aparición en prensa de diversas noticias informativas. Además, en el caso del PO FEDER, se ha elaborado un tríptico de presentación del Programa.
- ✦ Medida 1.02. Elaboración y difusión de material divulgativo. Desde la aprobación de los Programas, tanto a nivel general como a nivel de acciones se ha venido realizando material divulgativo, como queda patente en el cómputo de los indicadores 3 (publicaciones realizadas) y 5 (soportes publicitarios). Tal y como establecen las programaciones de estos indicadores, se prevé que continúen realizándose este tipo de acciones en los próximos años.

- ✦ Medida 1.03. Edición y distribución de PO. Los Programas Operativos están disponibles a través del sitio Web único de la Política de Cohesión en España (<http://www.dgfc.sepg.hacienda.gob.es/sitios/dgfc/es-ES/ipr/Paginas/inicio.aspx>), la web de la UAFSE (<http://www.mitramiss.gob.es/uafse/>), así como en la web de Planificación y Fondos de la Xunta de Galicia, accesible desde el portal web de Fondos Europeos en Galicia 2014-2020 (<http://www.fondoseuropeos.gal/es/programas-operativos>). Asimismo, se han elaborado y distribuido trípticos informativos del P.O. FEDER (https://www.conselleriadeconomia.es/documents/10433/3678822/Triptico_+Act_Lanz-PO+FEDER+GA+14-20.pdf/4a136d4a-aad8-4d1e-a56a-c23a114c47c5).
- ✦ Medida 1.04. Realización de cursos de formación. Se han realizado cursos y jornadas de formación de gestión, control, evaluación y comunicación, con una amplia participación de los beneficiarios públicos y órganos gestores de ayuda (así lo reconocen en el marco del trabajo de campo realizado el 85,0%, 77,5%, 65,0% y 75,0% de los órganos consultados, respectivamente). Destacan los realizados en la Escuela Gallega de Administración Pública entre el 15 y el 26 de febrero de 2018 tanto para el PO FEDER como para el PO FSE.

Dado el carácter vivo tanto de los Programas como de los proyectos, se prevé que continúen realizándose cursos de cara a futuro. Así, en 2020 está prevista (en función de la demanda existente) la propuesta de actuaciones de formación de la Escuela Gallega de Administración Pública sobre los PO FEDER y FSE.
- ✦ Medida 1.05. Difusión de condiciones de acceso a la financiación. A través de la web de Planificación y Fondos de la Xunta se han publicado los criterios y procedimientos de selección de operaciones [<https://www.conselleriadeconomia.es/areas-tematicas/planificacion-e-fondos/periodo-comunitario-2014-2020/programas-operativos-2014-2020/po-feder-galicia-2014-2020/criterios-e-procedimientos-de-seleccion-de-operacions-do-po-feder-galicia-2014-2020>], actualizados tras sus sucesivas modificaciones (con un total de 5 versiones en la actualidad).

Sin embargo, se prevé en la Estrategia la elaboración de una Guía explicativa de las condiciones de acceso a la información que en última instancia ha sido sustituida por la información y oportunas explicaciones en el ámbito de los cursos formativos realizados.

De forma complementaria se informa a los beneficiarios de las condiciones de la ayuda en las bases reguladoras y en los Documentos por los que se Establecen las Condiciones de la Ayuda (DECAs).
- ✦ Medida 1.06. Difusión de convocatorias en el marco de los PO. De acuerdo con lo comprometido en la Estrategia, las diferentes convocatorias se vienen publicando en los diarios oficiales y/o plataformas de contratación, en la web del órgano gestor.

Además, la web de Fondos Europeos en Galicia 2014-2020 dispone de la información sobre aquellas convocatorias de subvenciones y ayudas (<http://www.fondoseuropeos.gal/es/operacions/subvencions>) , así como de contratos (<http://www.fondoseuropeos.gal/operacions/contratos>), que han tenido publicación oficial a partir del 1 de enero de 2019 y que se financian con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional y el Fondo Social Europeo .

- ✚ Medida 1.07. Difusión de la Estrategia de Comunicación. La Estrategia de Comunicación está disponible en la web de Fondos Europeos en Galicia 2014-2020 (<http://www.fondoseuropeos.gal/informacion-e-comunicacion>). Asimismo, ha sido presentada en las diferentes jornadas/cursos sobre la material, así como en los cursos generales sobre los Fondos Estructurales y de Inversión Europea (FEIE) en Galicia entre 2014 y 2019.

Adicionalmente esta fue distribuida en papel entre los/as participantes en la reunión de la Subcomisión de Información y Comunicación y de forma puntual se remite vía correo electrónico.

- ✚ Medida 1.08. Consulta y descarga de toda la información a través de la Web. España dispone de un sitio web único de la Política de Cohesión en el que se puede encontrar toda la información relativa a la Política Regional Europea que ha sido actualizada para dar cabida a los requisitos reglamentarios del período 2014-2020 (<http://www.dgfc.sepg.hacienda.gob.es/sitios/dgfc/es-ES/ipr/Paginas/inicio.aspx>). Por otra parte, la Autoridad de Gestión del FSE en la fecha de análisis que abarca la presente evaluación no disponía de un portal web único (enlazada al sitio único) en la que se desarrolla la información relativa a este fondo en España para el período 2014-2020.

Por su parte, la Xunta de Galicia ha puesto a disposición del conjunto de las personas interesadas una web de Fondos Europeos en Galicia 2014-2020 (<http://www.fondoseuropeos.gal>) –con enlaces directos a la web de Planificación y Fondos de la Consellería de Facenda– en la que se recoge toda la información relativa a la Política de Cohesión en la región.

✚ El estado de situación de las medidas orientadas a beneficiarios sería el siguiente:

- ✚ Medida 2.01. Formación para beneficiarios. Se han realizado cursos y jornadas de formación en relación a las materias de gestión, control, evaluación y comunicación, con una amplia participación de los beneficiarios públicos y órganos gestores de ayuda como se ha señalado en la medida 1.04.
- ✚ Medida 2.02. Mención expresa obligaciones. Los beneficiarios han sido informados a través de las bases reguladoras de ayudas y los Documentos por los que se Establecen las Condiciones de la Ayuda (DECAs).

✦ Medida 2.03. Notificación sobre la inclusión en la lista de operaciones y beneficiarios. De igual modo, los beneficiarios han sido informados a través de las bases reguladoras de ayudas y los Documentos por los que se Establecen las Condiciones de la Ayuda (DECAs) de su inclusión en la lista de operaciones.

✦ Medida 2.04. Manual de procedimientos de gestión.

Medida 2.05. Manual de procedimientos de control.

Medida 2.06. Manual de procedimientos sobre seguimiento y evaluación.

Se dispone de sendos documentos explicativos de los procedimientos de gestión, control y seguimiento y evaluación de los Fondos en Galicia –uno para FEDER y otro para FSE–, disponibles en la web (<http://www.fondoseuropeos.gal/programas-operativos/feder/procedementos-e-sistemas> y

<http://www.fondoseuropeos.gal/programas-operativos/fse/procedementos-e-sistemas>). Adicionalmente, y con carácter previo a la elaboración de estos documentos se aprobaron y divulgaron dos circulares que permitieron la puesta en marcha de los Programas (Circular DXPF C1/1420 relativa a la autorización previa de las operaciones susceptibles de recibir financiación en el marco de los Programas Operativos FEDER y FSE Galicia 2014-2020 y Programa Operativo de Empleo Juvenil 2014-2020, que se inicien con anterioridad a la aprobación de los programas y los correspondientes documentos de criterios de selección de operaciones y Circular DXPF C2/1420, por la que se prorroga la vigencia de la Circular DXPF C1/1420 hasta la aprobación de los Sistemas de Gestión y Control de los Programas Operativos FEDER y FSE Galicia 2014-2020 y Programa Operativo de Empleo Juvenil 2014-2020). Ambas están disponibles en dicha web.

Además, en relación con algunos aspectos específicos (como la evaluación) desde la Autoridad de Gestión se ha procedido a la elaboración de guías específicas.

✦ Medida 2.07. Guía de información y comunicación. El Organismo Intermedio ha elaborado una Guía de comunicación con el objeto de trasladar a las personas interesadas las instrucciones específicas para el cumplimiento de los requisitos de información y comunicación. Esta está disponible en la web de Fondos Europeos en Galicia 2014-2020 (http://www.fondoseuropeos.gal/documents/12405111/21244952/GuiaComunicacion_1420_20170208/0f6734e4-f571-4e6e-bb47-003c30dd21db#view=Fit).

✦ Medida 2.08. Asesoramiento continuo. En el caso concreto de las cuestiones relativas a la información y comunicación, la Estrategia de Comunicación (en su capítulo 4) recoge los contactos de las personas responsables de la información y publicidad tanto en las Autoridades de Gestión, como en el Organismo Intermedio y los beneficiarios públicos de la Xunta.

En la práctica, la resolución de cuestiones se ha planteado, fundamentalmente, a través de correo electrónico o teléfono al responsable de comunicación del Organismo Intermedio.

✦ Medida 2.09. Herramienta informática para elaboración de elementos de comunicación. Pese a que la elaboración de la herramienta informática ha sido licitada, han surgido problemas en la ejecución de los contratos que han imposibilitado su puesta en marcha a la fecha de la realización de la evaluación.

✦ Medida 2.10. Presentación y difusión de buenas prácticas. Desde las Autoridades de Gestión y el Organismo Intermedio se ha procedido a la creación de un procedimiento para la recopilación de buenas prácticas, así como a la información a los diferentes beneficiarios públicos y órganos gestores de la ayuda de los compromisos exigidos en relación con las mismas.

Sin embargo la recopilación efectiva de acuerdo con los criterios aprobados en GERIP se ha enfrentado a ciertas dificultades, como se describe con detalle en el capítulo 7 del presente informe.

✦ Medida 2.11. Participación en redes nacionales e internacionales. Las Autoridades de Gestión de los PO participan de forma activa en las redes comunitarias INFORM e INIO, estando prevista la participación de una representación de la región en la reunión de noviembre de 2019 en respuesta a los requerimientos que se habían realizado en el marco del GERIP. Adicionalmente, en el seno del GERIP, presidido por las Autoridades de Gestión (si bien la Autoridad de Gestión de los PO FSE ha asistido únicamente al 60% de las reuniones celebradas en el período de análisis, de acuerdo con los datos de asistencia recogidos en las actas) y con la participación activa del Organismo intermedio en todas las reuniones celebradas hasta el momento, se informa acerca de las conclusiones alcanzadas en aquellas.

✦ Medida 2.12. Participación en redes regionales. La Xunta de Galicia creó la Comisión de Coordinación de los Fondos Comunitarios de Galicia (Decreto 184/2007, de 13 de septiembre, modificado por el Decreto 132/2010, de 1 de julio, ambos de la Consellería de Hacienda de la Xunta de Galicia). A través del Decreto 139/2012 de 29 de junio de regulación de la Comisión de Coordinación de los Fondos Comunitarios, se adecúan las disposiciones del texto vigente para potenciar el mayor grado de eficiencia de dicha comisión de cara a la programación de la política de cohesión para el nuevo marco del período 2014-2020. En el marco de la misma, además se creó la Subcomisión de Información y Publicidad, que celebró una reunión en febrero de 2017 y ha sido la precursora de la actual Red de Información de los Fondos Europeos en Galicia (RIFEGA).

✦ El estado de situación de las medidas orientadas a agentes difusores sería el siguiente:

✦ Medida 3.01. Campaña publicitaria de lanzamiento. Se celebraron dos actos de lanzamiento de los Programas Operativos, a los que, de forma específica para el PO FSE se realizó una campaña Publicitaria que tuvo lugar desde el 28 de marzo de 2016 hasta el 30 de abril de 2016

- ✦ Medida 3.02. Difusión de convocatorias en el marco de los PO. Explicado con detalle en la Medida 1.06.
 - ✦ Medida 3.03. Difusión de información a distintas asociaciones sociales y empresariales. La difusión de la información a nivel de convocatorias se ha venido realizando a nivel de órganos gestores de ayudas que pueden utilizar como recurso, y de hecho lo hacen en algunos casos, la difusión de las convocatorias a través de listas de distribución.
 - ✦ Medida 3.04. Promover participación en medidas de información y comunicación. Más allá del desarrollo de actuaciones propias de información y comunicación realizadas por las autoridades locales y otras autoridades públicas competentes, así como agentes económicos y sociales, se ha contado con la participación de la Agencia Gallega de Innovación (2015), Agencia para la Modernización Tecnológica (2016 y 2017) y el Servicio Gallego de Salud (2018) en el Acto anual de la Autoridad de Gestión de FEDER.
 - ✦ Medida 3.05. Campaña publicitaria de difusión de los avances durante la ejecución de los PO. Todos los años desde 2016 se ponen en marcha campañas publicitarias, tanto en el marco del PO FEDER como en el del PO FSE, las cuales tienen como objetivo dar visibilidad a las posibilidades y resultados de las actuaciones cofinanciadas desde una perspectiva más microeconómica, si bien en ellas se observa una puesta en valor de los avances del proyecto quedando la referencia a la participación de los Fondos Estructurales representada de forma muy marginal, por lo que resultan poco efectivas para valorizar el papel de la UE.
 - ✦ Medida 3.06. Campaña publicitaria de difusión de los logros y resultados conseguidos con los PO. Se prevé ponerla en marcha a la finalización del período de programación.
- ✦ El **estado de situación de las medidas orientadas a la población en general** sería el siguiente:
- ✦ Medida 4.01. Exponer emblema UE. El 100% de los organismos participantes en el desarrollo de los Programas que han sido consultados incorporan el emblema de la UE y el eslogan acordado en la Estrategia, señalando únicamente el 2,6% la existencia de problemas en este ámbito.
 - ✦ Medida 4.02. Presentación y difusión de PO. Ver Medida 1.01.
 - ✦ Medida 4.03. Elaboración y difusión de material divulgativo. Ver Medida 1.02.
 - ✦ Medida 4.04. Edición y distribución de PO. Ver Medida 1.03.

- ✦ Medida 4.05. Lista de operaciones y beneficiarios. La responsabilidad de publicar una lista de operaciones por Programa y por Fondo corresponde, de acuerdo a lo establecido en el artículo 115.2 del Reglamento de Disposiciones Comunes a las Autoridades de Gestión.

A 30 de junio de 2019, las respectivas listas de operaciones se publican en las páginas web de las Autoridades de Gestión (<http://www.dgfc.sepg.hacienda.gob.es/sitios/dgfc/es-ES/loFEDER1420/porFEDER/Paginas/inicio.aspx>, para FEDER y http://www.mitramiss.gob.es/uafse/es/fse_2014-2020/listado_operaciones/, para FSE), así como en la web de Fondos Europeos de Galicia 2014-2020 (<http://www.fondoseuropeos.gal/operacions/lista-de-operacions/feder>, para FEDER y <http://www.fondoseuropeos.gal/operacions/lista-de-operacions/fse>, para FSE).

Esta lista, publicada en formato XLM, EXCEL y PDF cumple con lo establecido en el artículo 115, apartado 2, del Reglamento (UE) Nº 1303/2013 y tiene todos los campos de información que exige el punto 1 del Anexo XII de dicho Reglamento, incluyéndose una breve descripción de la actuación en la que se ha trabajado para que sea fácilmente comprensible por la ciudadanía en castellano.

Existen, no obstante, algunas incidencias que conviene tener presente, de cara a mejorar en un futuro:

- En tanto en el caso de la Autoridad de Gestión del FEDER, la fórmula propuesta recoge una información amplia, incorporando, en adición a los requisitos reglamentarios mínimos, un resumen en inglés de la operación. Este elemento favorece la difusión de la información de forma clara.

Por otra parte, la información se actualiza con una periodicidad semanal, tal y como queda patente en el Anexo de comunicación para el PO FEDER Galicia 2014-2020 y se obtiene a partir de la información disponible en Fondos2020.

- Por lo que respecta a las competencias de la Autoridad de Gestión del FSE se observan varias cuestiones a corregir o, en su caso, mejorar:
 - La publicación de la lista no se realiza en el sitio web único, dado que este no está disponible a 30 de junio de 2019.
 - Se produce un cierto retraso en la actualización de la información en la que están trabajando la propia Autoridad de Gestión como, en el ámbito de sus competencias, el Organismo Intermedio, y que se prevé sea solventada en breve.
 - La información en inglés (nombre de la operación y breve resumen) no aparece en la lista de las operaciones.

- En tanto al Organismo Intermedio su responsabilidad se centra en garantizar que los beneficiarios públicos y/u órganos gestores proporcionan una información adecuada en tiempo y forma.

A estos efectos, se observa que, en el caso de las operaciones cofinanciadas por FEDER, no está el resumen en inglés en el 48,4% de los registros. Este inconveniente es especialmente patente en el caso de algunos organismos gestores: en más del 90% de los casos para la intervención General de la Comunidad Autónoma; la Agencia de Turismo de Galicia, la Dirección General de Calidad Ambiental y Cambio Climático, la Dirección General de Patrimonio Natural, las Secretarías Generales Técnicas de la Consejería de Política Social y la Vicepresidencia y Consejería de Presidencia, Administraciones Públicas y Justicia, la Agencia para la modernización Tecnológica de Galicia (AMTEGA), la Agencia Gallega de Infraestructuras (AXI), la Dirección General de Movilidad, el Instituto Gallego de Vivienda y Suelo y el Centro Informático para la Gestión Tributaria, Económico-Financiera y Contable (CIXTEC)).

Por otra parte, no se incluyen los códigos postales en la columna pertinente de las operaciones cofinanciadas por FEDER.

Finalmente, de cara a mejorar la visibilidad de las operaciones, sería recomendable enriquecer la descripción realizada de las operaciones, particularmente en las operaciones cofinanciadas por FSE, donde el detalle de las mismas es claramente menor. Para ello sería aconsejable elaborar y distribuir, por parte del Organismo Intermedio, orientaciones que ayuden a los beneficiarios públicos y órganos gestores en la cumplimentación de los campos, así como, aprovechar, en el momento en el que esta esté plenamente operativa, el foro de la red regional de expertos para difundir las mismas.

- ✦ Medida 4.06. Creación y actualización portal web único en España. En cumplimiento de lo establecido en el artículo 115.1.b) del Reglamento (UE) Nº1303/2013, por el cual los Estados miembros y las Autoridades de gestión serán responsables, entre otros, *“de velar por el establecimiento de un sitio o un portal de internet único que proporcione información sobre todos los programas operativos de ese Estado miembro y acceso a los mismos, incluida la información sobre el calendario de ejecución de los programas y todos los procesos de consulta pública relacionados”* y tal y como queda constancia en el Anexo de Comunicación del Informe Anual de Ejecución del PO FEDER de Galicia 2016, el portal Web único corresponde a la web de la Dirección general de Fondos Europeos (<https://www.dgfc.sepg.hacienda.gob.es/sitios/dgfc/es-ES/Paginas/Inicio.aspx>).

En la misma se incorpora, de forma directa o a través de los pertinentes enlaces a los organismos correspondientes, toda la información reglamentariamente requerida.

Como se ha referido anteriormente, en el período sujeto a evaluación la UAFSE no disponía de un portal único que cumpla con los requisitos reglamentarios

No obstante, conviene tener presente que en el período de análisis objeto de la presente evaluación la UAFSE no había finalizado y puesto en marcha el sitio único en los términos exigidos por la normativa vigente.

De hecho, la nueva web de la UAFSE se pone en marcha en 2019 y presenta ciertos aspectos que conviene aclarar y/o corregir:

- El sitio web no responde a la estructurada consensuada en GERIP (acta de la reunión del GERIP de 12 de febrero de 2019), de acuerdo con la cual las web de todos los organismos debía presentar la información en cuatro apartados: programación, gestión, comunicación y evaluación. A estos efectos, la web no dispone de un apartado específico de gestión, si bien la información está presente en otros apartados del sitio web.
- Desde otra perspectiva, la descripción que recoge el sitio web del portal único resulta poco clara y parece restringir el papel del Portal único al ámbito de la comunicación, por lo que se recomienda una revisión del mismo.

Por otra parte, el enlace a la misma desde sitio web único (FEDER) no se ha actualizado.

- ✚ Medida 4.07. Creación y actualización sitio web FFEE en Galicia. El Organismo Intermedio ha puesto en marcha (junio de 2019) el portal web de los Fondos Europeos en Galicia (www.fondoseuropeos.gal), donde se difunde toda la información relacionada con los distintos Programas Operativos, incluyendo enlaces a los distintos lugares donde está contenida la información relativa a las distintas actuaciones cofinanciadas. La información contenida se caracteriza por su elevado nivel de actualidad si tenemos en cuenta que de forma diaria se recoge la actualización de los comunicados de prensa emitidos.

No obstante, se reproduce la incidencia señalada previamente para el caso de la UAFSE: no se estructura de acuerdo con los cuatro apartados recomendados en el acuerdo del GERIP que recoge el acta de la reunión de 12 de febrero de 2019.

- ✚ Medida 4.08. Apartado específico de aplicación FFEE en webs de órganos gestores. Los beneficiarios públicos y órganos gestores de actuaciones cofinanciadas con Fondos Estructurales son responsables de informar al público del apoyo obtenido a través de la incorporación del logo de la UE en un lugar visible en su web, así como de un apartado específico en sus webs institucionales que proporcionará información sobre la Política de Cohesión, el/los Programa/s Operativo/s y las operaciones cofinanciadas.

El sitio web único de la Política de Cohesión (FEDER) incorpora un total de 46 enlaces que llevan a la web Fondos Europeos en Galicia 2014-2020, en la que se incluye un link directo a la web del beneficiario público / órgano gestor. De estos se ha observado, no obstante, que hay algunos que presentan deficiencias en el cumplimiento de los requisitos referidos anteriormente: así, el 28,3% no incluye el logo de la UE en un lugar visible y el 23,9% no dispone de un apartado específico que informe, cuando menos de las actuaciones cofinanciadas. En la mayor parte de los casos en los que sí existe este apartado específico la información aportada se centra en el PO y las actuaciones cofinanciadas, únicamente un 11% recoge información general sobre la Política de Cohesión.

De entre los organismos que sí que disponen de esta web es necesario señalar que, si bien el organismo se identifica a nivel de Dirección General, Subdirección General o Secretaría General, el apartado específico se incluye a nivel de Consejería en el 31,4%. Es el caso, por ejemplo, de la Consejería de Política Social.

- ✦ Medida 4.09. Mención de Política Comunitaria. Durante el período 2007-2013 se detectó una creciente concienciación en materia de información acerca de la participación de los Fondos Estructurales en el desarrollo regional a nivel técnico que, sin embargo, resultaba más compleja desde una perspectiva política.

Así, únicamente el 7,9% de los beneficiarios públicos / órganos gestores consultados en el trabajo de campo mantienen haber encontrado dificultades en la comunicación de la cofinanciación europea.

- ✦ Medida 4.10. Difusión de Estrategia de Comunicación. Ver Medida 1.07.

- ✦ Medida 4.11. Acto Anual de Comunicación. En el ámbito del FEDER, la AG se ha venido celebrando con carácter anual un acto de comunicación que se ha consolidado como una buena práctica y cumple todos los criterios recogidos en la Estrategia de Comunicación. En el mismo se plantean mesas temáticas asociadas a materias de relieve en el ámbito de la Política de Cohesión y meses de presentación de buenas prácticas, en las que cada una de las regiones presenta proyectos de interés realizados en la anualidad previa. Galicia ha participado de forma activa en todos ellos.

Por lo que se refiere al FSE, no se ha celebrado un acto anual en los términos establecidos en el punto 2.1.2.b) del Anexo XII del Reglamento (UE) Nº 1303/2013, que exige la organización de *“organizar una actividad informativa importante anual en la que se promuevan las oportunidades de financiación y las estrategias seguidas y se presenten las realizaciones del programa o de los programas operativos, tales como, en su caso, grandes proyectos, planes de acción conjuntos y otros ejemplos de proyectos”*.

Se han venido celebrando, sin embargo, los Encuentros Anuales con la Comisión y los Organismos Intermedios (que han llegado a ser en algunas anualidades 2). En los mismos, en un orden del día pactado con la CE, se da cuenta de la situación de los Programas a finales del año natural. Adicionalmente, en algunos años (como 2018), se ha hecho coincidir este Encuentro Anual con el Foro FSE, si bien la celebración de este ha estado condicionado por las restricciones presupuestarias y de personal.

- ✦ Medida 4.12. Difusión de logros en los Comités de Seguimiento. En el marco de los Comités de Seguimiento de los Programas Operativos se ha presentado, dando estricto cumplimiento a los requisitos reglamentarios, el estado de situación de los Programas en cada anualidad. Además y en lo relativo a las obligaciones asumidas en materia de información y comunicación, se ha informado a los Comités de Seguimiento tanto de FEDER como de FSE de los avances en la aplicación de la Estrategia, las actuaciones que ella haya llevado a cabo en virtud de sus obligaciones reglamentarias, así como de las Buenas Prácticas de actuaciones cofinanciadas llevadas a cabo en ese año en el ámbito de ese Programa Operativo.

De forma específica, las buenas prácticas presentadas y/u operaciones visitadas en el marco de la celebración de los Comités han sido las actuaciones de acondicionamiento y puesto en valor del Camino Primitivo o de Oviedo en el caso del FEDER en el año 2018, y las visitas a la ONG Mestura en el año 2017 y al Centro de la Mujer Vagalume en el año 2018, en el caso del FSE.

- ✦ Medida 4.13. Difusión de material Comités Seguimiento. Se pone a disposición de todo el público en la web el informe de ejecución anual, así como el resumen para la ciudadanía.
- ✦ Medida 4.14. Difusión resultados evaluaciones. Los resultados de las evaluaciones han sido difundidos a través de las vías establecidas en los Planes de Evaluación Específicos de los Programas, destacando las páginas web de las respectivas Autoridades de Gestión, la web de Fondos Europeos de Galicia 2014-2020 (de la Xunta de Galicia), los Comités de Seguimiento y las redes temáticas sectoriales pertinentes, el GERIP en lo respectivo a las evaluaciones de la Estrategia de Comunicación.

Los informes incorporan, como estaba previsto en la estrategia, resumen ejecutivo, en español y en inglés, que recoge las principales conclusiones y una breve descripción de los datos y métodos utilizados.

- ✦ Medida 4.15. Carteles informativos temporales. Los beneficiarios públicos y órganos gestores de ayudas han venido dando estricto cumplimiento a los requisitos reglamentarios, con el apoyo del Organismo Intermedio (ver medida 2.08), lo que ha permitido aplicar correctamente las características técnicas exigidas para las medidas de información y comunicación entre las que se encuentran la colocación de carteles temporales informativos y placas permanentes. De hecho, únicamente seis de los organismos (15,4%) señalaban haber encontrado dificultades en el contenido de las herramientas específicas como vallas o carteles.

La ejecución se ha producido de forma paralela en las medidas orientadas a todos los grupos destinatarios, si bien el ritmo ha sido dispar. En tanto en la fase de presentación y arranque de los PO son las medidas de información orientadas a beneficiarios y beneficiarios potenciales las que cobran más importancia, en la fase final, relacionada con la presentación de resultados, la mayor relevancia corresponde a las medidas destinadas a la población en general y los agentes difusores.

Así la realización de las medidas resulta coherente con la planificación realizada y podemos observar como la mayor parte de las medidas finalizadas corresponden a las previstas para beneficiarios potenciales (de las que se han finalizado el 37,5%) y beneficiarios (50%).

Esto supone, en la práctica, y dada la relación demostrada entre los grupos destinatarios y las medidas planificadas para cada colectivo, y los objetivos de la Estrategia, que en el período de análisis (desde el 1 de enero de 2014 al 30 de junio de 2019) se han logrado mayores avances en lo que se refiere al Objetivo 1, es decir a la información sobre los objetivos, la forma de acceder a los fondos, las oportunidades de financiación y el calendario para su ejecución con la máxima transparencia. Entre las medidas que contribuyen al logro del O 1 el 35% se encuentran finalizadas en el momento de la evaluación; en tanto éstas solo alcanzan el 18,2% entre las que contribuyen a la consecución del O 2, relativo a la mejora de la visibilidad de los objetivos, logros y resultados de los Programas.

Un aspecto fundamental de la evaluación de la Estrategia de Comunicación es el **estudio detallado de las realizaciones y los resultados logrados hasta el 30 de junio de 2019**, así como la estimación de los que podrán obtenerse al final del período de programación, a partir de la ejecución conseguida hasta la fecha y del esfuerzo pendiente, cuantificados a través de los indicadores de seguimiento.

Para ello *partimos de la información de ejecución volcada en la aplicación INFOCO 2014 por el Organismo Intermedio y la Autoridad de Gestión del PO FEDER y su avance en relación con las metas previstas a 2023* que recoge la Estrategia de Comunicación. Estas metas se cuantificaron inicialmente durante la elaboración de la Estrategia, si bien han sido

adaptadas con posterioridad a las posibilidades reales de su implementación. Así, se han corregido el 57,1% de las previsiones (mayoritariamente en el caso de los indicadores de realización).

Estas adaptaciones han permitido, en líneas generales, adecuar las metas de la Estrategia a las capacidades de las medidas programadas, en coherencia con la experiencia previa de los agentes participantes, mereciendo, por tanto una valoración favorable.

No obstante, hay dos cuestiones que es necesario tener presente:

- + Por una parte, hay una incoherencia en uno de los indicadores de resultado en la meta recogida en la versión final de la Estrategia (aprobada en los Comités de Seguimiento celebrados en 2019) y los datos de programación recogidos en INFOCO 2014 (número de reuniones de las redes de información y publicidad). Por ello se recomienda la corrección de la Estrategia, para garantizar la trazabilidad de los datos.
- + Por otra parte, aunque se señalará con más detalle en el análisis de la ejecución, el ritmo de realización y la experiencia previa apuntan a la posibilidad de superar en los próximos ejercicios las metas esperadas en muchos de los indicadores, por lo que sería recomendable realizar un seguimiento detallado y valorar en los próximos Comités de Seguimiento la posibilidad de modificar estas metas.

Partiendo de esta programación se procede a continuación al *análisis de la ejecución realizada a 30 de junio de 2019 y las perspectivas futuras de cumplimiento de los objetivos*, tomando en consideración que, de acuerdo con las recomendaciones de las evaluaciones finales de los Planes de Comunicación del período 2007-2013, los registros de actuaciones de información y publicidad realizadas hasta la aprobación de la Estrategia de Comunicación se asociarían al anterior período de Programación, lo que hace que los primeros registros correspondan a la anualidad 2016.

Evidentemente, las múltiples circunstancias que afectan al desarrollo de los Programas hacen extremadamente complejo anticipar de forma rigurosa el comportamiento futuro de las intervenciones y más aún su incidencia en el ámbito de la comunicación.

Estas razones llevan a interpretar los cálculos realizados como orientaciones, al no poder controlar todos los factores que condicionan el funcionamiento operativo de los Programas, como los sistemas de gestión y control, la implicación de diversos agentes en la ejecución de los proyectos, la demanda de las ayudas, entre otros posibles elementos externos a dicho Programa.

No obstante, el análisis efectuado no se ha basado en una simple extrapolación de la ejecución acumulada hasta 2023 (año para el que se ha establecido el cumplimiento de los objetivos). Por el contrario, aunque toma como referente el comportamiento pasado y la evolución de la ejecución lograda de los distintos indicadores de comunicación, también considera, en la previsión de su trayectoria para las próximas anualidades, una serie de cuestiones extraídas a partir de las lecciones de la experiencia de períodos anteriores, y que evidencian que el ritmo de aplicación de los fondos, y por tanto de las medidas de información y comunicación asociadas a ellos, muestra una tendencia de ejecución creciente a lo largo del tiempo, como consecuencia de:

- + La superación de las dificultades iniciales de puesta en marcha de los Programas Operativos que han quedado reflejadas en las Evaluaciones de Objetivos / resultados realizadas en 2017 y 2019, así como la incidencia de problemas específicos que impiden la correcta realización de determinadas actuaciones, sobre todo en los primeros años de vigencia de los Programas, que frenan el desarrollo de la comunicación relacionada con las mismas.
- + El aprendizaje adquirido por los distintos órganos ejecutores, especialmente significativo en lo referente a las obligaciones de información y comunicación.
- + El dilatado período de maduración de algunos proyectos, que requieren de un tiempo previo necesario para su correcta ejecución, lo que hace que la difusión de sus resultados no se produzca inmediatamente. En este sentido, cabe prever que el aumento progresivo en la implementación de proyectos dé lugar a una aceleración de las acciones de información y comunicación.

Por todo ello, se puede esperar una dinámica caracterizada por un incremento creciente, más que una evolución lineal de la ejecución. De esta forma, se ha llevado a cabo una proyección de carácter más realista para la trayectoria de la ejecución, efectuando un ajuste de tipo potencial sobre las realizaciones y resultados obtenidos entre enero de 2007 y marzo de 2010.

En este contexto, todas las actuaciones programadas e iniciadas en el marco de la Estrategia han permitido que la ejecución alcanzada por los indicadores de realización y resultados a la fecha de análisis haya sido significativa (ver Tabla 1). De hecho, el 50,0% de los indicadores supera la ejecución que correspondería de haberse mantenido una ejecución lineal a lo largo de todo el período (que supondría el 54,9%).

Esta evolución positiva resulta especialmente significativa en el caso de los indicadores de realización, donde el 71,4% de los indicadores superan ese nivel. Sin embargo dos de estos indicadores presentan cierto retraso que habrá de corregirse en las anualidades próximas: número de páginas web y documentación interna distribuida.

TABLA 1. EJECUCIÓN DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DE LOS PO FEDER Y FSE GALICIA 2014-2020 DESDE EL 01/01/2014 AL 30/06/2019

Tipo de actividad	Indicador realización	Programación	Ejecución	%	Indicador resultado	Programación	Ejecución	%	Montante estimado
1	Nº de actividades y actos públicos	600	437	72,80%	Nº de asistentes	23.000 ^(*)	28.989	126%	765.332
2	Nº de acciones de difusión	2.200	1.665	75,70%					2.861.706
3	Nº de publicaciones externas realizadas	250	185	74%	% publicaciones distribuidas/ editadas	100%	100%		395.065
					Nº puntos de distribución	55	156	283,60%	
4	Nº de páginas Web	51	2	3,9%	Nº de visitas	340.000	182.184	53,60%	0
5	Nº de soportes publicitarios	1.600	1.266	79,10%					735.552
6	Nº de documentación interna distribuida	616	188	30,50%	% de organismos cubiertos	100%	100%		5
7	Nº de redes de información y publicidad	4	3	75%	Nº reuniones	68 ^(*)	33	48,50%	3.520
					Nº asistentes	83	34	41%	

^(*) Estos datos corresponden a los valores de programación recogidos en la aplicación informática INFOCO2014, que no han sido modificados en la Estrategia de Comunicación.

Fuente: Infoco2014.

Cabe señalar que la información recogida en la tabla previa no incorpora los datos de ejecución de la Autoridad de Gestión del FSE que a 30 de junio de 2019 no vuelva en INFOCO2014 la información relativa a los indicadores. Aunque, estos datos han sido facilitados en el marco del trabajo de campo al equipo evaluador en formato Excel con el detalle a nivel de anualidad e indicador, no quedan recogidos en los análisis realizados a continuación al no estar disponibles en la aplicación informática.

De forma específica, *por indicadores*:

En el **Indicador 1**, se han realizado hasta el momento 437 **actividades y actos públicos** en los que se ha tratado el tema de los Fondos Estructurales de alguna forma, es decir, el 72,8% de los previstos para todo el período. A ellos han asistido 28.989 personas, lo que pone en relieve la importante capacidad de convocatoria en relación con lo previsto inicialmente (la eficacia a 30 de junio de 2019 alcanza ya el 126% de los participantes previstos para todo el período).

La descripción realizada de las actuaciones y los organismos responsables adolece de algunas debilidades:

- ✦ Por una parte, la descripción de las actuaciones no recoge el modo en que comunican los Fondos Estructurales y/o la aportación de la Unión Europea al desarrollo regional, por lo que sería recomendable incorporar esta información. Así, por ejemplo, si se celebra un curso de manipulación de alimentos sería conveniente determinar si durante el mismo se hubiesen distribuidos trípticos informativos del PO.
- ✦ Por otra parte, en las primeras anualidades no se han identificado a todos los organismos responsables de la puesta en marcha de las actuaciones y observa que la descripción de las actuaciones es poco detallada, lo que dificulta realizar un análisis o clasificación de la tipología de actuaciones y un seguimiento robusto por organismo. Aunque en este caso las debilidades se han ido resolviendo con el tiempo, sería conveniente aplicar el criterio con carácter retroactivo.

Pese a estas limitaciones, el análisis realizado ha permitido identificar **varios tipos diferentes de actividades y actos públicos**:

✦ En cuanto a su ámbito de referencia se diferencian:

- ✦ Las actuaciones realizadas a nivel de Programa(s) que corren a cargo de los Organismos Intermedios y/o las Autoridades de Gestión y representan un 8,9% del total, presentando una mayor relevancia en los años iniciales, asociadas a la presentación tanto de las oportunidades de cofinanciación como de los procedimientos para su implementación.
- ✦ Y las actuaciones a nivel de proyecto. Estas resultan claramente mayoritarias, alcanzando el 91,1%, si bien crecen en importancia a medida que se seleccionan operaciones y se ponen en marcha los proyectos, llegando a alcanzar el 91,5% en 2018.

✦ En cuanto al contenido son tres los tipos de actuaciones desarrollados:

- ✦ Los actos y actividades públicas en las que se presentan las posibilidades que suponen los Programas o, en su caso, los propios proyectos, así como la formación o información acerca de los procedimientos a seguir en su desarrollo. Éstas tienen una mayor relevancia en los primeros años de desarrollo del Programa, particularmente las que están vinculadas al conjunto de los mismos. Sin embargo, siguen teniendo presencia, en la medida en que se aprueban nuevas convocatorias y en torno a las mismas se llevan a cabo actos de presentación, así como actos de presentación de los propios proyectos. En conjunto representan el 32,7% de las actuaciones realizadas.

- ✦ Los actos y actividades planificadas en el marco del desarrollo de las actividades (mayoritariamente a nivel de proyecto), en las cuales se hace referencia a la aportación de la Política de Cohesión dentro del proyecto. Son las más importantes en la fase actual, una vez los Programas han alcanzado velocidad de crucero, hasta alcanzar el 74,3% del total en la anualidad 2018. En media en el período analizado representan el 52,7%.
- ✦ Y, en última instancia, los actos y actividades públicas relacionados con la presentación de resultados, entre las que se incluyen las relacionadas con las entregas de obras, diplomas o certificados que acreditan la participación, celebración de jornadas o la difusión de los resultados obtenidos en las actuaciones, entre otros. Aunque su relevancia será mayor a medida que finalicen las actuaciones y se aproxime la fecha de cierre de los Programas, en el período 2014-mediados 2019 representan el 14,6% del total de actuaciones realizadas.

Por **organismos**, han realizado actos y actividades públicas un total de 26 entidades diferentes. Entre ellas las más activas son la *Secretaría Xeral de Universidades* que ha realizado un total de 92 actos (el 26,8% del total de los celebrados), entre los que destacan los seminarios, jornadas y conferencias de carácter científico y técnico, y la *Agencia Gallega de la Innovación (AGAIN)* con 74 (21,6%), destacando las presentaciones y actos en torno a las Unidades Mixtas de Investigación y las ayudas del programa Conecta Pyme. Le siguen, con una representatividad menor, el *Consortio Gallego de Servicios de Igualdad y Bienestar*, con 41 (12,0%), fundamentalmente cursos y jornadas de inclusión social, y el *Instituto Gallego de Promoción Económica (IGAPE)* con 39 (11,4%), mayoritariamente jornadas de apoyos a pequeñas empresas.

Por lo que respecta a las Autoridades de los Programas, la *Autoridad de Gestión de FEDER* ha llevado a cabo los correspondientes Actos Anuales (5), además de reuniones de coordinación en materia de gestión y preparación de futuros programas (2) y un foro de Economía.

Desde la *UAFSE* se han realizado 28 actos (sin contar los Comités de Seguimiento relativos a los Programas Plurirregionales), con una asistencia media de 79 participantes, que no están recogidos en los datos de INFOCO. Si bien, como se ha referido con anterioridad, no ha abordado la celebración de la acto anual en los términos reglamentarios.

El Organismo Intermedio (Dirección Xeral de Política Financeira, Tesouro e Fondos Europeos) ha llevado a cabo un total de 8 actos entre los que se encuentran los correspondientes actos de presentación de los Comités de Seguimiento, así como jornadas y cursos relacionados con la gestión de los PO FEDER y/o FSE 2014-2020.

El total de participantes en estos actos y actividades públicas asciende a 30 de junio de 2019 a 28.989, lo que supone una asistencia media un 73% superior a la prevista inicialmente (66

personas participantes frente a las 38 programadas). Ello es consecuencia de la notable concurrencia a los actos y actividades celebrados por la SDX Aprendizaxe Permanente e Ensinanzas de Réxime Especial (con una media de 977 personas participantes, como consecuencia de la importante capacidad de atracción de los actos celebrados en 2019), Subdirección Xeral das Cualificacións (con una media de 362 personas), la Dirección General de Calidad Ambiental y Cambio Climático (252 personas en promedio) y la Subdirección Xeral de Promoción Científica e Tecnolóxica Universitaria (229 personas).

Dado que se han superado las expectativas iniciales de participación (126%) y la tendencia de la misma es positiva, se recomienda el incremento de la meta prevista a 2023 en el indicador de resultado.

Por otra parte, en relación con el indicador de realización, la **simulación realizada sobre el comportamiento esperado en los próximos años** indica una elevada probabilidad de superar los objetivos fijados a 2023 con el incremento en la ejecución de las últimas anualidades, por lo que se recomienda realizar un seguimiento y valorar en las próximas anualidades la posibilidad de aumentar la meta final.

Las **acciones de difusión en los medios de comunicación (indicador 2)**, por su parte, constituyen un recurso de uso generalizado entre la práctica totalidad de los beneficiarios públicos y/u órganos concedentes de ayuda (hasta un total de 45), habiéndose realizado a 30 de junio de 2019 1.665 acciones, es decir un 75,7% de las previsiones para el conjunto del período.

Fuera del registro de INFOCO, la UAFSE ha puesto en marcha un total de 23 acciones de difusión.

Estas acciones constituyen el elemento más empleado en materia de información y comunicación en el marco de los PO FEDER y FSE Galicia en el período de análisis, observándose, además, una cierta estabilidad en su evolución temporal, con una distribución de la ejecución en torno al 30% en los años 2016, 2017 y 2018. Si bien en el año 2019 es aún inferior, es lógico si tenemos en cuenta que únicamente se ha considerado la mitad del año natural.

La clasificación en función del **uso de herramientas o medios utilizados** se ha encontrado con una dificultad asociada a la descripción de las mismas. En un porcentaje no desdeñable (7,2%) la descripción alude únicamente a la actuación sin especificar en ningún caso el tipo de actuación de difusión realizada.

Si bien es cierto que la mayor parte de estas actuaciones (95,3%) corresponden a la anualidad 2016⁶, observándose una mayor aportación de información en los años siguientes, transcurrido el período inicial de aprendizaje. Pese a ello, se propone la definición de un formato tipo para la incorporación de la información que incluya la descripción de la actuación realizada, los medios empleados (publicación en boletín oficial, en webs, en redes sociales, en medios de comunicación, etc.) y la operación a la que se vincula, así como la corrección de aquellos registros que adolecen de falta de información.

El análisis realizado concluye una tendencia claramente continuista con respecto al período 2007-2013, si bien con un incremento del recurso a las publicaciones *on line* que tienen un coste considerablemente menor (tanto en las publicaciones en la web, como un prensa digital y en perfiles de contratación).

Así, la mayoría de las acciones realizadas son publicaciones en boletines oficiales y perfiles de contratación / plataformas de contratación –45,8%–, publicaciones en web (como noticias en prensa digital y en webs de organismos, banner, etc.) –26,4%– y noticias y anuncios en prensa escrita –10,7%–, este último es precisamente el recurso más común en la UAFSE (82,6%).

Por **organismos**, los tres más dinámicos han sido la Agencia Gallega de Innovación, la Dirección General de Mayores y Personas con Discapacidad y la Dirección General de Familia, Infancia y Dinamización Demográfica, caracterizándose, cada una de ellas, por un perfil claramente diferenciado en lo que se refiere al uso de herramientas.

- ✦ La *Agencia Gallega de Innovación (AGAIN)* entre 2017 y 2018 ha llevado a cabo un total de 165 acciones (el 14,1% del total), en su mayoría noticias y anuncios en prensa escrita y digital.
- ✦ Por su parte, la *Subdirección General de Recursos Humanos* perteneciente a la *Dirección General de Mayores y Personas con Discapacidad*, en el mismo período, ha realizado 101 acciones (el 8,6% del total), con un protagonismo prioritario de las publicaciones *on line*, tanto noticias y anuncios en web como publicaciones en redes sociales. De hecho, es el organismo, junto con la Dirección General de Inclusión Social que más ha recurrido a las redes sociales como herramienta de difusión.

⁶ Ello hace que no sea posible la identificación de los organismos gestores que han encontrado mayores dificultades, dado que en el año 2016 no se procedió al registro de los órganos ejecutores.

- ✦ Por último, la *Dirección General de Familia, Infancia y Dinamización Demográfica*, que ha utilizado, fundamentalmente, los medios de comunicación para la realización de sus acciones de difusión que ascienden a 77, de las cuales el 28,6% corresponden a anuncios y noticias en prensa, el 24,7% a cuñas de radio y el 24,7% a anuncios en televisión.

En este caso, dado que las *Autoridades de Gestión*, en coherencia con sus competencias, no llevan a cabo acciones de difusión en los medios de comunicación; en tanto por parte del *Organismo Intermedio* éstas han venido realizadas a través de la Subdirección Xeral de Xestión do FSE e Outros Programas Comunitarios, con un total de 25.

Las **previsiones de cara al cumplimiento de la meta a 2023** ponen de manifiesto que, de mantenerse el ritmo de ejecución observado (caracterizado, como se ha señalado previamente, por su relativa estabilidad), se alcanzarían las previsiones de la Estrategia en 2020, por lo que se plantea la conveniencia de valorar en el próximo Comité de Seguimiento la posibilidad de revisar al alza el objetivo.

El tercer tipo de actividades de información y publicidad que recogen los indicadores de seguimiento es el relativo a **publicaciones externas realizadas (Indicador 3)**. Se han realizado un total de 185 publicaciones con la finalidad de dar a conocer entre la ciudadanía la UE y sus políticas, especialmente la Política de Cohesión y los PO FEDER y FSE Galicia 2014-2020 y la contribución al desarrollo de las acciones cofinanciadas.

Entre el **tipo de publicaciones** editadas destacan los folletos (que suponen un 36,2% del total); y, en menor medida, también las revistas/boletines/newsletter (25,4%) y los manuales y/o guías (16,8%).

Si bien el número general de publicaciones se ha mantenido relativamente constante en los tres años analizados, *la relevancia de los diferentes tipos de publicaciones difiere a lo largo del tiempo*: así en tanto los folletos (incluyendo dípticos, trípticos y otros) tienen una importancia creciente a medida que se van desarrollando las operaciones, alcanzando su máximo en 2018; las guías y manuales son un recurso básico en el momento del arranque de las mismas, de modo que alcanzan su máximo en 2017, anualidad en la que se ponen en marcha un mayor número de acciones dentro de los Programas; y las revistas, boletines y newsletter son un recurso más errático en el tiempo, destacando en la fase inicial de los Programas y que, previsiblemente, volverá a cobrar fuerza a medida que se dé visibilidad a los resultados e impactos de los proyectos.

En cuanto a los **recursos**, se observa una combinación de las ediciones en papel y las ediciones digitales, si bien estas cobran una importancia creciente con respecto al período 2007-2013.

En lo que respecta al análisis por **organismos gestores**, este adolece, como se ha señalado en repetidas ocasiones, de la debilidad de no disponer de la información desagregada en 2016. Llama la atención la concentración de las actuaciones en un número reducido de gestores en 2017 y 2018. Así, además de la Dirección General de Fondos Europeos del Ministerio de Hacienda – Autoridad de Gestión de FEDER – (a quien corresponde el 13,6% de las publicaciones externas realizadas), únicamente 21 de los gestores de los PO regionales han realizado publicaciones, concentrándose prácticamente el 50% de los mismos en cuatro entidades: la Secretaría General de Universidades (15,9%) la Dirección General de Patrimonio Natural (9,8%), Subdirección General de Recursos Económicos –de la Dirección General de Mayores y Personas con Discapacidad– (9,1%) y el Instituto Gallego de Promoción Económica –IGAPE– (7,6%).

Por su parte, la UAFSE – Autoridad de Gestión de FSE – ha realizado una única publicación (Estrategias de Comunicación monofondo de FSE) y el Organismo Intermedio 7, incluyendo las correspondientes a la Subdirección Xeral de Xestión do FSE e Outros Programas Comunitarios.

Los efectos de estas actuaciones, medidos a través de los **indicadores de resultado** definidos, ponen de manifiesto el compromiso de todas las entidades en la distribución del material publicable elaborado, resultando esta, en todos los casos, del 100%.

Para ello, los puntos de distribución empleados han sido bastante numerosos, situándose a 30 de junio de 2019 en 156, lo que prácticamente triplica las previsiones del Programa. No obstante, se observa que puede ser consecuencia de un error en la forma de volcado de la información que se encuentra en el momento actual en fase de revisión por parte del Organismo Intermedio.

Las **previsiones de cara al cumplimiento de la meta a 2023** ponen de manifiesto que, de mantenerse el ritmo de ejecución observado que sitúa el número de publicaciones entre el 21% y el 24% de la meta prevista cada anualidad, se alcanzarían las previsiones de la Estrategia en 2020, por lo que se plantea la conveniencia de observar su evolución en las próximas anualidades de cara a considerar una posible reprogramación al alza y constatar la corrección en lo que se refiere a los datos sobre puntos de distribución.

La información proporcionada a través de las páginas **Web (Indicador 4)** se ha convertido en un recurso fundamental en la ejecución de acciones de información y comunicación, no solo a nivel de Programa (a través de las web de las Autoridades de Gestión de los Programas, que corresponderían a los sitios únicos de la Política de Cohesión en España, si bien en el caso del FSE la web correspondería a la versión previa, dado que, como se ha indicado con anterioridad, en el lapso temporal sujeto a evaluación no estaba disponible el sitio único), sino también a nivel de Organismo Intermedio y de los propios beneficiarios públicos y órganos gestores de las ayudas FEDER y FSE.

Es por ello que en el período 2014-2020 el indicador ha sufrido una evolución que ha permitido contabilizar las principales webs utilizadas para transmitir información sobre los POs, pero también sobre actuaciones concretas.

En la práctica, esta modificación ha generado algunas dudas en la fórmula de cómputo de las webs que queda reflejada en los valores alcanzados tanto por el indicador de realización como por el indicador de resultado (número de visitas a las referidas web).

Así, se observa que las páginas web de las Autoridades de Gestión (tanto la Dirección General de Fondos Europeos como la UAFSE) se computan de forma anual, con el correspondiente número de visitantes (estimado de acuerdo con las pautas aprobadas en el seno del GERIP), lo que hace que para cada una de ellas existan un total de cinco registros (de la anualidad 2014 a la anualidad 2018). Sin embargo, las webs tanto del Organismo Intermedio como de los diferentes beneficiarios públicos y órganos gestores se computan una única vez, en la anualidad 2016 mayoritariamente, asociando a cada una de ellas una única visita.

Como consecuencia de ello se detectan tres aspectos en la recopilación de los datos que será necesario corregir:

- ✦ De una parte, el *indicador no recoge la totalidad de webs efectivamente operativas y que aportan información de la Política de Cohesión, los POs y/o las actuaciones cofinanciadas*. De hecho, para la anualidad 2018 el indicador recoge 3 páginas web cuando en la práctica el sitio web único de la Política de Cohesión (FEDER) (http://www.dgfc.sepg.hacienda.gob.es/sitios/dgfc/es-ES/eaw_tb_FEDER/Paginas/POSRegionesMasDesarrolladas.aspx) incorpora un total de 46 enlaces que llevan a la web Fondos Europeos en Galicia 2014-2020 (<http://www.fondoseuropeos.gal/xestores/p.o-feder-galicia-2014-2020;jsessionid=dOXgOSYSvFpLsOcOZbTEa8xF.3cff3fba-05c7-3b0f-9a5c-f3401daeaddc>), en la que se incluye un link directo a la web del beneficiario público / órgano gestor.

Ello se debe a que las mismas no han sido registradas en la anualidad 2018.

- ✦ En todo caso, la revisión de estas webs de los beneficiarios públicos u órganos gestores pone de manifiesto que *algunas de estas páginas presentan ciertas deficiencias en el cumplimiento de las orientaciones del GERIP*.

Estas señalan que los beneficiarios públicos y órganos gestores de actuaciones cofinanciadas con Fondos Estructurales son responsables de informar al público del apoyo obtenido a través de la incorporación del logo de la UE en un lugar visible en su web, así como de un apartado específico en sus webs institucionales que proporcionará información sobre la Política de Cohesión, el/los Programa/s Operativo/s y las operaciones cofinanciadas.

Sin embargo, en el ámbito de la Estrategia de Comunicación de los PO FEDER y FSE Galicia 2014-2020, existen ciertas incidencias, como ha quedado especificado al describir el estado de situación de la medida 4.08.

- ✦ Por último, es necesario *revisar la cuantificación del indicador de resultado*, es decir del número de visitas que anualmente reciben cada una de las webs, dado que en la actualidad, para los beneficiarios públicos y órganos gestores se recoge una única visita para el año 2016.

Por lo que corresponde a las Autoridades de Gestión, tal y como se ha señalado previamente, sí se ha venido realizando un cómputo de las visitas coherente con las orientaciones consensuadas en el seno del GERIP que pone de manifiesto como en ambos casos, tras una primera anualidad (2014) en la que el número de visitas fue inferior, se ha venido manteniendo un número de visitas relativamente estable, que representa el 53,6% de la ejecución prevista para todos los organismos. De ello se desprende el interés despertado por la Política de Cohesión en España.

En consecuencia, pese a que la ejecución de acuerdo con la tabla general aportada por INFOCO2014 sitúa el nivel de ejecución del indicador de número de páginas web en un 5,88% y el de visitas a las mismas en un 53,58%, los datos adolecen de deficiencias en la forma de cuantificar y registrar los indicadores. Por ello se recomienda la revisión de las webs de los beneficiarios públicos y órganos gestores para identificar aquellas en las que se cumplen efectivamente los requisitos establecidos y su registro anual en la aplicación, así como la correcta cuantificación del número de visitas recibidas en cada uno de los casos.

Tal y como ha quedado patente en el período 2007-2013 y como se desprende de las previsiones de la Estrategia de Comunicación de los PO FEDER y FSE Galicia 2014-2020, una de las herramientas tradicionales para la publicidad de los Fondos Estructurales es la cartelería, recogida en el **Indicador 5** de **soportes publicitarios** –que incluye vallas, placas, carteles, entre otros–, a través de la cual se da visibilidad a las operaciones cofinanciadas.

El uso de estos instrumentos publicitarios ha sido abundante, a lo largo de los años iniciales de desarrollo de los Programas Operativos, alcanzándose a 30 de junio de 2019 el 79,1% de las previsiones de la Estrategia – lo que supone la eficacia más alta de todos los indicadores de realización.

Sin embargo, se ha detectado una caída de la ejecución en la anualidad 2018 y los meses de 2019 considerados (enero-junio) que, previsiblemente, debe tener carácter coyuntural, dado que la utilización de este tipo de soportes está muy relacionada con el avance en el desarrollo de los PO, de modo que se espera una evolución más positiva en los próximos años conforme se incremente el ritmo de ejecución del gasto.

Desde un **punto de vista institucional** el recurso a este tipo de herramientas abarca a un porcentaje muy elevado de los organismos implicados en el desarrollo de los PO (por encima del 90%), si bien prácticamente el 50% de la cartelería ha sido realizada por únicamente cuatro organismos: la Secretaría General de Universidades (que ha realizado el 16,9% del total de la cartelería en los años 2017 a 2019), la Agencia Gallega de Innovación –AGAIN– (con el 13,2%), la Dirección General de Familia, Infancia y Dinamización Demográfica (9,6%) y Dirección General de Mayores y Personas con Discapacidad (8,6%).

Asimismo, la Dirección General de Fondos Europeos ha registrado un total de 15 operaciones (1,2%) correspondientes a la edición de material elaborado en el ámbito de la celebración de los actos anuales entre 2014 y 2016; y la UAFSE un total de 2 operaciones que recogen el merchandising elaborado en el marco de la campaña para el acto de difusión del día de Europa. Sin embargo, se observa que no aparece ningún tipo de registro en relación con las anualidades 2017-2018, pese a que el equipo evaluador tiene constancia de la elaboración de soportes publicitarios durante las mismas. Es por ello que se recomienda la actualización del indicador para estos años por parte de la Autoridad de Gestión del PO FEDER. Por su parte, el Organismo Intermedio, en el ámbito del FSE ha llevado a cabo 2 registros, ambos relativos al FSE y durante la anualidad 2019.

Las **expectativas de cumplimiento de las previsiones a 2023** parecen favorables (pese a la reducción de la ejecución en 2018 y 2019), pues se alcanzarían ya en 2020 de ejecutarse en los años sucesivos la media de las tres anualidades consideradas en las que se observa un registro desde todos los ámbitos en INFOCO2014 (2016-2018), a lo que se unen las previsiones de incremento referidas anteriormente, en coherencia con el incremento de la ejecución de gasto en los próximos años.

La sexta categoría de actividades de información y publicidad en las que se organiza el sistema de indicadores de la Estrategia de Comunicación tiene que ver con las **instrucciones emitidas hacia los participantes de los Programas Operativos (Indicador 6)**. Esta actividad se refiere a la distribución de toda la documentación hacia los organismos gestores y beneficiarios de las ayudas comunitarias con el fin de conseguir la máxima transparencia de las actuaciones a cofinanciar.

La producción y difusión de este tipo de instrucciones resulta especialmente significativa en las fases iniciales de los Programas Operativos, con la finalidad de informar a los organismos gestores de la información relacionada con las condiciones, los sistemas y procedimientos para la gestión y control de la ayuda FEDER y FSE.

Sin embargo, se observa que dicha emisión ha resultado inferior a la prevista por la Estrategia, habiéndose distribuido únicamente 188 documentos / instrucciones (lo que supone el 30,5% del total previsto para todo el período). La ejecución más baja de los

indicadores de realización, con la única excepción de las páginas web con las matizaciones señaladas anteriormente.

En parte, al menos, ello puede ser consecuencia de que se ha recurrido a otras fórmulas diferentes de la distribución de documentación para la emisión de instrucciones, como por ejemplo la edición de manuales y guías que aparecen recogidos en el indicador 3 (con un total de 17 manuales en el período 2016-2018) o la celebración de jornadas o cursos en los que se ha informado de los procedimientos de implementación de los Fondos Europeos, como los celebrados por la Consellería de Facenda en la Escola Galega de Administración Pública entre marzo y abril de 2018 tanto para la gestión y control del PO FEDER como del PO FSE. De hecho, la mayor parte de los organismos consultados reconocen haber participado en jornadas de gestión (85,0%), control (77,5%), evaluación (65,0%) y comunicación (75,0%), concediendo, de forma global, una valoración de notable alto (particularmente elevada en materia de comunicación).

La mayor parte de las instrucciones/documentación interna corresponde a la anualidad 2017 que, como se ha señalado con anterioridad, es aquella en la que los Programas Operativos inician un mayor volumen de acciones, permitiendo alcanzar en los años siguientes un ritmo de ejecución de cruce.

Desde el **punto de vista institucional**, el protagonismo de la Autoridad de Gestión de FEDER y el Organismo Intermedio regional es destacado como consecuencia del papel de coordinador desempeñado. Así desde estos organismos se han elaborado y distribuido diversos documentos de trabajo e instrucciones a todos los participantes en el proceso de aplicación de los Fondos. En concreto, corresponde el 14,0% de la documentación distribuida a la Dirección General de Fondos Europeos y el 22,4% a la Dirección General de Política Financiera, Tesoro y Fondos Europeos, en tanto Organismo Intermedio de la Xunta de Galicia. Llama la atención, sin embargo, que desde la Autoridad de Gestión del FSE únicamente se ha recogido un registro en 2015, correspondiente a la Circular sobre el uso de las opciones de simplificación de costes 26/6/15).

Por otra parte, las Autoridades no son los únicos responsables de la emisión de documentación interna. De hecho, entre 2017 y junio de 2019 un total de 22 organismos adicionales han computado registros en este indicador, destacando el papel desempeñado por la Subdirección General de Cualificaciones (14,7%) y la Secretaría General de Universidades (7,0%).

Respecto a la cobertura lograda de organismos que han accedido a dicha información, el **indicador de resultado** alcanza en todos los casos, sin excepción, el 100%.

De acuerdo con todo lo anterior, las **expectativas de cumplimiento de los objetivos marcados** resultan insuficientes en el indicador de realización, de mantenerse del ritmo de ejecución observado en las primeras anualidades. En definitiva, salvo que se observe en los

próximos años un incremento potencial del número de instrucciones emitidas, sería recomendable valorar la revisión a la baja de las expectativas para adecuarlas a las posibilidades efectivas de los Programas Operativos.

Por último, el indicador de **número de redes existentes de información y publicidad (Indicador 7)** para facilitar la puesta en marcha e implementación práctica de la Estrategia de Comunicación asciende a 4 e incluye las existentes a nivel comunitario (INFORM e INIO), a nivel nacional (GERIP) y regional (Red de Información de los Fondos Europeos en Galicia, RIFEGA).

La ejecución a 30 de junio de 2019 asciende al 75%, quedando computadas un total de 3 de las 4 redes previstas (INFORM, INIO y GERIP), previéndose la constitución de la red regional en los próximos meses.

En julio de 2012 se creó la Subcomisión de Información y Publicidad de Fondos Europeos cuya finalidad es facilitar la coordinación y la gestión integral de los Planes de Comunicación de los PO FEDER y FSE de Galicia 2007-2013. Esta celebró una reunión el 7 de febrero de 2017 en la que se informó a los responsables de comunicación de los centros gestores de Fondos Europeos asociados a los Programas Operativos FEDER y FSE Galicia 2014-2020 acerca de la información y comunicación en el nuevo período, la Estrategia y la Guía de Comunicación, el seguimiento y la evaluación de las actuaciones de comunicación, las buenas prácticas de gestión, el acto anual de comunicación, la lista de operaciones, las redes nacionales e internacionales y la integración de la comunicación e información en los Comités de Seguimiento.

La previsión inicial de los responsables de comunicación de la Estrategia de Comunicación fue la de transformar esta Subcomisión en una **red de expertos regional** en el período 2014-2020 que contribuyese a mejorar el adecuado desarrollo de la misma.

Sin embargo, se ha producido un retraso efectivo en su constitución y puesta en marcha, como consecuencia de las dificultades enfrentadas en el arranque de los Programas Operativos. De hecho, en la práctica, los órganos gestores no identifican en su mayoría la Subcomisión con una red de comunicación regional relacionada con los Fondos Europeos: así, aunque el 82,1% de los beneficiarios públicos y órganos gestores consultados señalan que han participado en jornadas en relación con los requisitos de comunicación en el nuevo período de programación, el 75,8% indican que no pertenecen a ninguna.

De acuerdo con todo ello, se estima que no habrá riesgo de incumplimiento en los indicadores de ejecución y/o resultado en este ámbito.

Desde el punto de vista de los resultados, hasta la fecha se han celebrado un total de 33 reuniones, lo que supone el 48,50% de las previstas para todo el período (68).

La perspectiva temporal pone de manifiesto la concienciación de los responsables de la Política de Cohesión sobre la importancia de la comunicación que les ha llevado a instaurar un calendario de reuniones anuales relativamente estable que permita la coordinación de las cuestiones relevantes en materia de programación, seguimiento y evaluación, así como el intercambio de experiencias y buenas prácticas. En este marco se vienen celebrando de 5 a 6 reuniones anuales.

De estas, el 50% corresponden a **reuniones del GERIP**, en las que se han tratado **temas de diversa índole**, destacando por su presencia constante a lo largo del tiempo los temas relativos a la preparación y presentación de los Informes Anuales de Ejecución y la participación en los Comités de Seguimiento (tratado en el 86,7% de las reuniones) y la preparación e información sobre las reuniones de las redes comunitarias INFORM e INIO (80%), la información acerca de los encuentros con la Comisión Europea (33,3%) o los premios REGIO-Star (26,7%).

Por otra parte, en las reuniones de las anualidades 2015 y 2016 cobran más relevancia los aspectos relacionados con el cierre del período de programación anterior y la elaboración de las Estrategias de Comunicación; en tanto en las anualidades siguientes se imponen los temas asociados a la puesta en marcha de las mismas (como la aplicación informática INFOCO2014, las buenas prácticas, el listado de operaciones o la realización de actuaciones específicas –como el Acto Anual, por ejemplo–); y en los años más recientes la preparación de las evaluaciones de las Estrategias.

El 50% restante recoge la **participación en las reuniones de INFORM e INIO**, dado que no se ha recogido como reunión de la red regional la celebración referida de la Subcomisión de Información y Publicidad de Fondos Europeos de la Xunta de Galicia, al entenderse esta como un antecesora de la red, pero no la red en sí misma; ni la primera de las reuniones de RIFEGA que tener lugar fuera del período de análisis.

La participación media se eleva a 34 participantes por reunión claramente inferior a las expectativas de la Estrategia (41%). Este resultado puede estar condicionado por la falta de reuniones de la red regional, dado que se prevé una participación significativa en la misma, si tenemos en cuenta que a la reunión celebrada por la Subcomisión ha contado con un total de 69 participantes, a los que se unen 35 invitados/as y la primera reunión de RIFEGA contó con 39 participantes. En consecuencia, se recomienda realizar un seguimiento en las próximas anualidades para constatar la aportación regional al indicador.

De acuerdo con todo ello, la **consecución de las metas a 2023** está en la actualidad condicionada a la consolidación de la red regional de información y comunicación, RIFEGA,

la periodicidad de sus reuniones y el número de participantes en la misma, dado que las previsiones en relación con GERIP, INFORM e INIO, se están cumpliendo de forma rigurosa.

El análisis de la ejecución de medidas quedaría, no obstante, incompleto, si no aborda un estudio de la situación a nivel de beneficiarios públicos y/u organismos gestores de ayudas. Por ello se han definido una serie de criterios (6) para delimitar la situación de cada una de las entidades participantes y proceder a su clasificación.

- + CRITERIO 1 – Ejecución de acciones y volcado en INFOCO 2014.
- + CRITERIO 2 – Diversidad de instrumentos /herramientas.
- + CRITERIO 3 – Integración en la Web de un apartado específico de Fondos Estructurales.
- + CRITERIO 4 – Adecuada cumplimentación de lista de operaciones.
- + CRITERIO 5 – Presentación de buenas prácticas.
- + CRITERIO 6 – Participación en las tareas de evaluación.

Partiendo de una realidad en la que en todos los casos hay margen de mejora, la valoración de estos criterios, ha permitido realizar clasificación de los organismos en 4 categorías:

- + Los *organismos con mayor margen de mejora* que presentan una falta de compromiso generalizada con cuestiones relacionadas con la información y comunicación de Fondos Estructurales, lo que se traduce en una falta de actividad en la mayor parte de los criterios considerados (al menos cuatro de los seis, es decir más de la mitad).

En esta categoría se sitúan:

- + 3 organismos regionales que no han volcado información en INFOCO 2014, lo que lleva a suponer que no se han realizado acciones de comunicación o estas no han sido computadas, a lo que se une que no tienen un apartado específico de Fondos Estructurales en el propio sitio Web y no han presentado casos de buenas prácticas (Intervención General de la Comunidad Autónoma, tanto en el ámbito de FEDER como de FSE; Agencia Gallega de Servicios Sociales y Subdirección General de Promoción Laboral).

También en este grupo se enmarca la Autoridad de Gestión del FSE, es decir, la UAFSE, que no vuelca la información en INFOCO, aunque realiza actuaciones cuyo cómputo para el proceso de evaluación presente ha requerido un espacio de tiempo dilatado; en el plazo que abarca la evaluación no disponía del sitio único, que ha sido abierto a finales del año 2019; y no ha presentado ninguna buena práctica. De forma particular, se une a ello, por sus competencias, los déficit detectados en lo relativo a la realización de una actividad informativa en los términos establecidos en el punto 2.1.2.b) del Anexo XII del Reglamento

(UE) Nº 1303/2013 y la ausencia de seguimiento de comunicación en los informes anuales de ejecución.

+ 3 entidades que pese a que han volcado información en INFOCO 2014, presenta otras debilidades importantes como son:

- la Subdirección General de Empleo, con una escasa variedad de herramientas, que no ha presentado ejemplos de buenas prácticas y no ha participado en el proceso de evaluación,
- la Subdirección General de Política Familiar, Infancia y Adolescencia, que no ha registrado las actuaciones en el listado de operaciones, a lo que se une la escasa diversidad de herramientas utilizadas, que no ha presentado buenas prácticas y que la información sobre el PO y las operaciones cofinanciadas está a nivel de Consejería y no de Subdirección,
- Y el Consorcio Gallego de Servicios de Igualdad y Bienestar, que igualmente, no ha registrado en la lista de operaciones las actuaciones iniciadas, pese a haber realizado comunicación de las mismas utilizando una variedad notable de instrumentos. No ha identificado buenas prácticas y no cuenta con un apartado específico relativo a las operaciones cofinanciadas en su web.

En el caso de estos dos últimos, no obstante hemos de tener en cuenta que el hecho de no aparecer en la lista de beneficiarios es consecuencia directa de los retrasos observados en la actualización de la misma que se prevé se subsanarán en breve por parte del Organismo Intermedio y la UAFSE.

En todo los casos, sería recomendable que desde el Organismo Intermedio se estableciesen reuniones bilaterales con todos ellos con la finalidad de aumentar su concienciación y la actividad en materia de información y comunicación de cara a los últimos años del período de programación (2020-2023).

+ Los organismos que, pese a cumplir con los requisitos mínimos, presentan cierto margen de mejora, dado que tienen una valoración mínima en dos o tres de los criterios considerados, tienen *un comportamiento que puede ser considerado como regular*.

Entre ellos se incluyen en total de 9 organismos: Secretaría General Técnica de la Consellería de Política Social, Agencia para la Modernización Tecnológica de Galicia (AMTEGA); Secretaría General Técnica de la Vicepresidencia y Consellería de Presidencia, Administraciones Públicas y Justicia, Instituto Gallego de Vivienda y Suelo (IGVS), Subdirección General de las Cualificaciones, Subdirección General de Inclusión e Integración Social, Subdirección General de Promoción Científica y Tecnológica Universitaria, Subdirección General de Aprendizaje Permanente y Enseñanzas de Régimen Especial y la Subdirección General para el Tratamiento de la Violencia de Género.

De forma global, la mayor debilidad en este grupo se asocia a la presentación de buenas prácticas y la reducida información disponible en la Web a nivel de Dirección General, así como, en menor medida, la escasa diversidad de herramientas utilizadas que en el 63,6% de los casos se sitúa por debajo de la media.

Sería recomendable, en consecuencia realizar con ellos desde el Organismo Intermedio una campaña de concienciación para mejorar los sitios web, fomentar el recurso a instrumentos de comunicación no obligatorios e impulsar la presentación de ejemplos de buenas prácticas.

- + La mayor parte de los organismos (26) se caracterizan por mantener un elevado compromiso con las cuestiones de información y publicidad, como pone de manifiesto el hecho de que todos han participado en el proceso de evaluación y, en media, recurren a 3,5 herramientas diferentes de las 5 consideradas. En este caso persisten la necesidad de avanzar en la presentación de buenas prácticas (dado que únicamente el 38,5% de ellos han presentado buenas prácticas, y solo han sido aprobadas para el 7,7% de los organismos) y la mejora de la información recogida en el sitio web.

El *comportamiento* de estos organismos puede calificarse como *bueno* y de cara a seguir mejorando sería recomendable incidir en concienciación de la relevancia de las buenas prácticas y la información de la web, particularmente de cara a mejorar la información al conjunto de la ciudadanía.

Estos organismos son: Agencia Gallega de Innovación (GAIN), Instituto Energético de Galicia (INEGA), Secretaría General Técnica de la Consellería de Educación, Universidad y Formación Profesional, Dirección General de Patrimonio Cultural, Servicio Gallego de Salud (SERGAS), Dirección General de Ordenación Forestal, Dirección General de Calidad Ambiental y Cambio Climático, Dirección General de Patrimonio Natural, Dirección General de Emergencias e Interior, Dirección General de Inclusión Social, Secretaría General de Universidades, Dirección General de Familia, Infancia y Dinamización Demográfica, Dirección General de Mayores y Personas con Discapacidad, Agencia Galega de Emergencias (AXEGA), Instituto Gallego de Promoción Económica (IGAPE), Dirección General de Movilidad, Aguas de Galicia, Centro Informático para la Gestión Tributaria, Económico-Financiera y Contable (CIXTEC), Subdirección General de Economía Social, Subdirección General de Relaciones Laborales, Subdirección General de Promoción de la Autonomía Personal y Prevención de la Dependencia, Subdirección General de Dependencia y Valoración de la Discapacidad, Subdirección General de Recursos Económicos, y Otros Programas Comunitarios y Subdirección General de Promoción de la Igualdad.

Asimismo, dentro de esta categoría se encuentra el Organismo Intermedio (Dirección General de Política Financiera, Tesoro y Fondos Europeos) y la Subdirección General de Gestión del FSE, entre los que se detectan dos ámbitos fundamentales de mejora: la presentación de buenas prácticas y, en el primero de los casos, sería reseñable también

la mejora en la información recogida en la lista de beneficiarios, en tanto responsable de la calidad de la misma.

- ✦ Finalmente, los organismos que han cumplido con solvencia el 100% de los criterios considerados, incluyendo la presentación de buenas prácticas aprobadas por el Organismo Intermedio y, en su caso, por la Autoridad de Gestión (ver capítulo 7 del presente informe).

Así, se clasifican como *destacados* los casos de la Autoridad de Gestión del FEDER, (Dirección General de Fondos Europeos, del Ministerio de Hacienda) y, a nivel regional, la Agencia Turismo de Galicia y la Agencia Gallega de Infraestructuras (AXI).

Dada la sensibilización mostrada en relación con las tareas de información y comunicación, sería interesante recurrir a ellos para la realización de presentaciones en el marco de RIFEGA como casos de éxito.

En conclusión, *si bien en todos los casos existen ámbitos de mejora, el comportamiento de los organismos implicados en el desarrollo de la Estrategia de Comunicación de los PO FEDER y FSE Galicia 2014-2020 puede considerarse positivo* si tenemos en cuenta que prácticamente tres cuartos tienen un comportamiento que pueda catalogarse como adecuado, en tanto únicamente el 17,4% presentan un margen de mejora amplio.

En todo caso, las principales debilidades se asocian a la presentación de buenas prácticas (en el marco de las cuales hay un incumplimiento total –no han presentado casos de buenas prácticas– o parcial –han presentado casos de buenas prácticas que no han sido aprobados– el 88,6% de los órganos gestores), el uso de una variedad significativa de herramientas / instrumentos que permita ampliar el impacto del mensaje (el 36,4% de los organismos utilizan menos de cuatro herramientas, incluyendo la página web) y, finalmente, la calidad de la página web, dado que el 50% no tienen la información necesaria (de los cuales un 25% tienen escaso o nulo contenido y el otro 25% tienen la información difusa en el portal de la Consejería).

3.2. INTEGRACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD EN LOS INFORMES ANUALES DE EJECUCIÓN

El sistema de seguimiento, definido en el capítulo 6 de la Estrategia de Comunicación, tiene como objetivo prioritario la recopilación, sistematización y presentación de la información necesaria para analizar su grado de ejecución, dando con ello cumplimiento a los requisitos reglamentarios.

Dichos requisitos reglamentarios quedan recogidos en los artículos 110.1.c) y 110.2.d), 111.4.b) y 116.3 del *Reglamento (UE) Nº 1303/2013 por el que se establecen disposiciones comunes relativas al Fondo Europeo de Desarrollo Regional, al Fondo Social Europeo, al Fondo de Cohesión, al Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural y al Fondo Europeo Marítimo y de la Pesca* y se concretan en:

- + La inclusión en los Informes Anuales de Ejecución e información al Comité de Seguimiento, al menos una vez al año, acerca de los avances en la aplicación de la Estrategia de Comunicación, el análisis que se haga de los resultados, así como las actividades de información y comunicación que se prevea efectuar en el año siguiente [artículo 110.1.c) y artículo 116.3].
- + Asimismo, el Comité de Seguimiento deberá examinar y aprobar la Estrategia de Comunicación y toda modificación de la misma [artículo 110.2.d)].
- + Además, en los Informes Anuales ampliados de 2017 y 2019 se expondrán y evaluarán los resultados de las medidas de información y publicidad de los Fondos aplicadas conforme a la estrategia de comunicación [artículo 111.4.b)].

En base a ello, sustentado en la experiencia acumulada de un sistema de seguimiento que presentó en el período 2007-2013 un alto grado de eficacia y de acuerdo con las recomendaciones de la Evaluación Final de los Planes de Comunicación de 2013, se ha creado un sistema de seguimiento con cuatro pilares o ejes fundamentales que permite dar respuesta a los requisitos tanto de cara al Comité de Seguimiento como al contenido de los Informes Anuales de Ejecución sobre la materia.

- + Registro informático de las actuaciones desarrolladas. Este registro se ha venido realizando, siguiendo los parámetros establecidos en el período anterior, en la aplicación informática INFOCO2014.

En el ámbito de la Estrategia de Comunicación de los PO FEDER y FSE Galicia 2014-2020 ha definido un procedimiento para la recopilación y registro de la información que garantiza la calidad de la misma, si bien requiere de un esfuerzo considerable desde el organismo Intermedio y en el que el volcado corre a cargo, exclusivamente de las Autoridades de Gestión y el Organismo Intermedio.

Este procedimiento supone la generación y recopilación de la información, así como de las pruebas pertinentes, por parte de los beneficiarios públicos y órganos gestores que, anualmente (en el mes de enero), la remiten, bajo petición, y en hoja de cálculo al Organismo Intermedio. Desde el Organismo Intermedio se procede a la revisión de la información recibida, su filtrado (corrigiendo errores entre los que son habituales la mala clasificación por tipo de indicador, los nombres indescifrables o la falta de pruebas que soportan la información), y posterior volcado en la aplicación informática (INFOCO2014) en el mes de abril.

Si bien la aplicación del proceso mejora la calidad de la información, en la medida en que permite el filtrado de los registros incorrectos se han detectado algunas deficiencias en el cumplimiento de los criterios de referencia establecidos en la propia Estrategia y/o consensuados en el seno del GERIP:

- ✦ **Responsabilidad:** Una de las novedades introducidas en el período 2014-2020 en la herramienta de seguimiento INFOCO2014 ha sido la posibilidad de identificar, desde el momento de la aprobación de los Programas, a los organismos responsables de la realización de las actuaciones, quedando los mismos reseñados en cada uno de los registros. De hecho, se abre la posibilidad de que sean los propios organismos gestores los que realicen el volcado directamente en INFOCO2014. De ello se desprenden dos características de la recopilación de la información: la incorporación de los datos del organismo responsable de la ejecución y la identificación del organismo(s) responsable(s) del registro en INFOCO 2014.

En relación con este último, la Xunta de Galicia ha optado, como se ha señalado anteriormente, porque sea únicamente el Organismo Intermedio el responsable del volcado en el ámbito regional.

En cuanto al registro de los organismos responsables de la ejecución se observan dos fases en el período 2014-2019, coherente con el proceso de definición y consolidación del proceso para el registro de la información: en un primer momento no se procedió al volcado de esta información (anualidades 2014-2016), lo que dificulta el análisis de la ejecución a nivel de beneficiario u órgano gestor. Sin embargo, a partir de 2017 queda superada esta deficiencia dándose cuenta de los organismos ejecutores (a través de un código identificativo).

- ✦ **Claridad:** La descripción de las actuaciones debería permitir identificar claramente el tipo de actuación desarrollado y la puesta en relieve que en la misma se realizada de la Política de Cohesión y/o los Fondos Estructurales.

A estos efectos, la lectura de los registros pone de manifiesto un proceso de aprendizaje que hace que en las primeras anualidades aparezcan registros en los que es difícil identificar la acción realizada (por ejemplo, entre las publicaciones externas de 2016 el registro “Fondos JEREMIE”, sin identificar si es un folleto, un manual, etc., ni que información en torno a los mismos se publica; o en las acciones de difusión el registro “Boa Vida” de 2016), únicamente se hace referencia a la operación en el marco de la cual se lleva a cabo o se utilizan códigos desconocidos para el público en general (como ocurre, por ejemplo, en el registro de acciones de difusión de 2016 “ITIN. PEON. E CICL. AC-550.TR BERTOIA-CARBALLO.P.Q.29400-30480.AC16080.06-E050201 (prueba 8)”).

- ✦ **Actualidad:** La propia Estrategia establece en su capítulo de introducción que temporalmente debe volcarse en INFOCO2014 “de la forma más continuada posible, a ser posible cuando se realicen las actuaciones de comunicación” o, al menos, dos veces al año (en el mes de abril –o un mes antes de las fechas previstas para los Comités de Seguimiento– y en el mes de octubre).

Sin embargo, en la práctica, el desarrollo del procedimiento descrito anteriormente requiere de unos plazos y una dedicación que imposibilita su implementación con carácter semestral, por lo que la Xunta ha venido registrando las acciones realizadas únicamente una vez al año.

En conclusión, *se ha definido un procedimiento para la recopilación, análisis y registro de la información que establece garantías para la disposición de una información de calidad, pero que ha requerido de unos tiempos para su implementación que hacen que los registros de las primeras anualidades resulten incompletos (organismos gestores) y, a veces, poco claros. A ello se une que requiere de unos tiempos y esfuerzos que impide el volcado semestral, para lo cual sería necesario un volumen de recursos mayor al existente.*

- ✦ **Cuantificación de los indicadores de comunicación (de realización y de resultado).** Tanto en los informes anuales como en las presentaciones en los Comités de Seguimiento se presentan los cuadros resumen de los indicadores (de realización y de resultado) en el año correspondiente, así como el grado de ejecución y el coste estimado asociado a cada uno de ellos.

Este cuadro resumen es único para el conjunto de la estrategia, aunque también puede obtenerse por órgano (Dirección General de Fondos Europeos, UAFSE y Comunidad Autónoma de Galicia) y es generado de forma automática por la aplicación informática INFOCO2014 (salvo en el caso de la UAFSE, dado que no está volcando la información correspondiente a los indicadores).

- ✦ **Planificación anual.** La planificación anual se restringe, como establece en la Estrategia de Comunicación, a “*aquellas [actuaciones] que estén ligadas con el avance en la aplicación de los fondos del Programa Operativo y la presentación de las buenas prácticas, así como las obligadas para las Autoridades de Gestión*”.

De este modo se da cobertura a los requisitos reglamentarios, permitiendo, al mismo tiempo, la flexibilidad de llevar a cabo aquellas actuaciones que puedan surgir en el devenir del desarrollo de las actuaciones, particularmente las realizadas a nivel de proyecto.

- ✦ **Identificación de buenas prácticas.** Las buenas prácticas cumplen, en el ámbito del seguimiento de la Estrategia de Comunicación, una doble función: de una parte, son

una herramienta básica para el intercambio de experiencias; de otra, permiten poner en valor los resultados alcanzados por las actuaciones cofinanciadas y su impacto (desde una perspectiva que puede ser eminentemente cualitativa, pero también cuantitativa), contribuyendo de forma directa a la orientación a resultados propugnada desde las instituciones comunitarias.

Ello ha llevado a concederles un papel central en el diseño de la Estrategia de Comunicación de los PO FEDER y/o FSE en España y, por ende, en la que nos ocupa. Las mismas quedan definidas a través de los criterios aprobados en el seno del GERIP y para su identificación y selección, y comienzan a ser recopiladas por la Xunta de Galicia en la anualidad 2010.

Para su identificación se ha definido un procedimiento paralelo a la recopilación de las acciones de comunicación realizadas y la cuantificación de los indicadores que ha puesto en relieve la dificultad de cumplir con los compromisos establecidos en el texto de la Estrategia de Comunicación (ver capítulo 7). El mismo ha permitido la presentación de 16 casos de éxito por parte de los beneficiarios públicos y órganos gestores de ayuda (14 de proyectos cofinanciados con FEDER y 2 de proyectos cofinanciados por el FSE), pero sólo 28,6% han superado el filtro del Organismo Intermedio y de las Autoridades de Gestión.

Tal y como se señalaba anteriormente, estos cuatro elementos aportan los inputs necesarios para la consideración tanto en los Comités de Seguimiento de los dos PO como en los Informes Anuales de Ejecución de todos los requisitos establecidos reglamentariamente y/o comprometidos en el marco de la Estrategia de Comunicación.

- ✦ Elaboración de informes y revisiones de las actividades de comunicación que se incluirán en las reuniones de los Comités de Seguimiento de los Programas Operativos.

Las reuniones de los Comités de Seguimiento de los PO FEDER y FSE de Galicia celebradas hasta la fecha han recibido información de la Autoridad de Gestión y el Organismo Intermedio sobre la Estrategia de Comunicación y los avances en su aplicación; las medidas de la Estrategia llevadas a cabo; los medios de comunicación utilizados y el grado de ejecución física y financiera de la Estrategia, a partir de los indicadores de seguimiento establecidos a partir de 2016.

Asimismo, también se han presentado desde 2016, ejemplos de buenas prácticas en los que los elementos relacionados con una buena comunicación del proyecto y la contribución al mismo de los fondos Estructurales son un factor relevante.

- ✦ Inclusión de información en los Informes Anuales de Ejecución de los Programas Operativos. El contenido de los Informes Anuales de Ejecución se ha venido adecuando,

en todo momento, al modelo para los informes de ejecución anuales y final en relación con el objetivo de inversión y crecimiento definido en el Anexo V del Reglamento de Ejecución (UE) Nº 2015/207⁷.

En materia de información y comunicación ello ha supuesto la integración de un anexo de comunicación en los *Informes Anuales de Ejecución del PO FEDER Galicia 2014-2020* a partir de 2016 y la cumplimentación del apartado 12.2 en los informes presentados en los años 2017 y 2019.

En los mismos se recogen los avances en la aplicación de la Estrategia de Comunicación, los medios de comunicación utilizados, las disposiciones relativas a la publicación de la lista de beneficiarios y operaciones, el grado de ejecución de la Estrategia (a través de los indicadores de seguimiento) y la presentación de buenas prácticas de operaciones cofinanciadas.

- ✦ En la anualidad 2016 se observa que la información es poco detallada, justificada porque corresponde con la puesta en marcha de la Estrategia de Comunicación. En este año, la información aportada se centra, fundamentalmente, en la descripción de los avances en el diseño, consensuados en las reuniones de GERIP, y aprobación de las Estrategias de Comunicación, así como el cumplimiento de las obligaciones en la materia por parte de la Autoridad de Gestión, con especial referencia al Acto Anual celebrado en Madrid, en la sede del Museo Lázaro Galiano, los días 24 y 25 de noviembre de 2016.
- ✦ Las anualidades posteriores recogen un mayor detalle de las actuaciones puestas en marcha por la Autoridad de Gestión (acto anual, lista de operaciones, portal único, etc.), así como por el Organismo Intermedio y el resto de órganos participantes en la implementación de los Programas Operativos, recogen los indicadores de seguimiento y la presentación de dos buenas prácticas en cada uno de los casos.

Los Informes Anuales de Ejecución del FSE, sin embargo, han resultado menos prolijos en la respuesta a los requisitos reglamentarios, observándose que únicamente se cumplimenta el capítulo 12.2 en la anualidad 2017, y no se aporta anexo de comunicación, si bien esta información sí ha sido reportada convenientemente al Comité de Seguimiento correspondiente y desde la UAFSE se ha proporcionado al equipo evaluador la información

⁷ Reglamento de Ejecución (UE) Nº 2015/207 de la Comisión de 20 de enero de 2015 por el que se establecen disposiciones de aplicación del Reglamento (UE) Nº 1303/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo por lo que respecta a los modelos del informe de evolución, la presentación de la información sobre un gran proyecto, el plan de acción conjunto, los informes de ejecución para el objetivo de inversión en crecimiento y empleo, la declaración de fiabilidad, la estrategia de auditoría, el dictamen de auditoría y el informe de control anual y la metodología para llevar a cabo el análisis coste-beneficio, y de conformidad con el Reglamento (UE) Nº 1299/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo por lo que respecta al modelo de los informes de ejecución para el objetivo de cooperación territorial europea.

a integrar en el capítulo 12.2 relacionada con los resultados de las medidas de información y publicidad realizadas por la UAFSE (transparencia, concienciación y coordinación), así como las previsiones en términos de actividades de información y comunicación para el año 2019.

En conclusión, la información recogida en los Informes Anuales de Ejecución y presentada en los Comités de Seguimiento cumple con los requisitos reglamentarios, de forma amplia en el caso del PO FEDER, por lo que sería recomendable incorporar una información paralela en el caso del FSE.

La importancia concedida en este ámbito a las buenas prácticas resulta además de gran interés en la medida en que pone de relieve el buen hacer de los órganos gestores de los POs y abre la posibilidad de la puesta en práctica de intercambios de experiencias en los foros habilitados al efecto (como las redes de expertos de comunicación).

3.3. REPERCUSIÓN DE LOS SISTEMAS DE SEGUIMIENTO EN LA CALIDAD DE LA EJECUCIÓN DE LAS MEDIDAS

La correcta aplicación de las disposiciones reglamentarias en el terreno de la información y la comunicación requiere de la implementación de mecanismos de recolección, revisión interna y la realización de las oportunas tareas de gestión y control ordinario. La existencia de estos y su naturaleza permiten la comprobación de las actuaciones efectuadas, contribuyendo a mejorar su calidad, y su adecuación tanto a la normativa vigente como a los principios de una buena gestión.

La valoración de la repercusión de los sistemas de seguimiento en la ejecución de las medidas que se aborda en el presente capítulo, se basa en el análisis de varios elementos de interés: la definición de los procedimientos y la existencia de apoyo para su implementación; la existencia de personas responsables y redes de expertos en la materia que faciliten el cumplimiento de los requisitos reglamentarios; la dotación de recursos materiales, técnicos y humanos que garanticen su adecuado cumplimiento y la coordinación con otras áreas de la Administración Pública u otros organismos.

✦ **Definición de los procedimientos.** El propósito de propiciar una gestión más sencilla de la comunicación de los Fondos Estructurales exigió en el período 2007-2013 el diseño de un conjunto de procesos que favorecen la consulta, actualización e intercambio de información de calidad, los cuales han sido adaptados a los nuevos requisitos reglamentarios y compromisos de la Estrategia de Comunicación con el objetivo de contribuir a realizar una comunicación eficiente y de calidad, así como de garantizar su seguimiento y evaluación.

Estos mecanismos y procedimientos responden a tres principios básicos: la respuesta efectiva a los requisitos reglamentarios, la apuesta por una comunicación de calidad y la simplificación.

La Xunta de Galicia ha establecido un sistema específico en el ámbito de la comunicación dentro de la gestión ordinaria de los Programas Operativos. El mismo se basa en un conjunto ordenado y coherente de procedimientos destinados a obtener, procesar, canalizar y generar datos para la toma de decisiones encaminadas a alcanzar los objetivos establecidos en la Estrategia de Comunicación. Por consiguiente, procura integrar y relacionar flujos de información al servicio de los distintos procedimientos administrativos que conforman la gestión global de las actividades cofinanciadas de los diversos beneficiarios de los PO.

Podemos, de hecho, identificar tres procedimientos asociados al seguimiento y la evaluación de la Estrategia de Comunicación: la cuantificación, documentación, registro y seguimiento de acciones de comunicaciones, la identificación de buenas prácticas y la evaluación de la Estrategia de Comunicación.

Todos ellos comparten, una estructuración común con la definición de las diferentes fases a abordar (fase de generación de la información, fase de revisión de la misma y fase de registro y publicación de la información), el organismo responsable en cada caso, el establecimiento de filtros de calidad y la existencia de normativa, documentos y otras herramientas de apoyo para garantizar su implementación.

Entre sus *ventajas* podemos destacar varios elementos:

- ✦ Ofrecen una respuesta a todos los requisitos del Reglamento de Ejecución 821/2014⁸.
- ✦ Permiten obtener, procesar, canalizar y generar datos orientados a la toma de decisiones; y abordar el examen cuantitativo y cualitativo de la ejecución de las medidas de la Estrategia y, por tanto, de su desempeño, introduciendo un grado importante de flexibilidad en la medida en que se permite comparar el desempeño con los objetivos y posibilidades y proceder, en caso de necesidad, a su adaptación.
- ✦ Definen de forma clara la cuota de responsabilidad atribuible a cada uno de los agentes, lo que facilita el cumplimiento de los requerimientos normativos y los compromisos recogidos en la Estrategia de Comunicación.

⁸ Reglamento de Ejecución 821/2014 de la Comisión por el que se establecen disposiciones de aplicación del Reglamento (UE) Nº1303/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo en lo que se refiere a las modalidades concretas de transferencia y gestión de las contribuciones del programa, la presentación de información sobre los instrumentos financieros, las características técnicas de las medidas de información y comunicación de las operaciones, y el sistema para el registro y el almacenamiento.

- ✦ Contribuyen a mejorar la eficiencia, al promover entre los organismos responsables el uso más eficiente posible de los recursos.
- ✦ Mejoran la coordinación de las iniciativas que se plantean y la eficacia, por lo tanto, de las actuaciones a llevar a cabo en materia de información y comunicación.

No obstante, estos procedimientos también adolecen de ciertos inconvenientes:

- ✦ Se caracterizan por la *complejidad* que supone la incorporación de elementos de control y filtros, los cuales, si bien contribuyen a mejorar la calidad de la información generada, van en contra del principio de simplificación.
- ✦ Pueden requerir de unos *plazos excesivos* para cumplir en tiempo los compromisos asumidos en la Estrategia de comunicación (volcado semestral de los registros de actuaciones o selección de buenas prácticas).

En conclusión, *se ha definido un sistema de comunicación, basado en un conjunto ordenado y coherente de procedimientos, que brinda un apoyo, tanto a la planificación, como a la ejecución, al seguimiento y a la propia evaluación, en la medida en que se configura como una herramienta técnica que formaliza, agiliza, garantiza la calidad de las medidas y permite visualizar resultados futuros esperados de las mismas, si bien presenta cierto margen de mejora en lo relativo a la simplificación y, por derivación, a sus plazos de implementación.*

✦ *Existencia de apoyo para su implementación.* La implementación de estos procedimientos se ha visto favorecida por la elaboración de manuales, guías, etc. entre los que destacan los siguientes:

- ✦ “*Guía de comunicación 2014-2020 Programas Operativos FEDER y FSE Galicia*” de la Xunta de Galicia, que está orientada a los beneficiarios y recoge, desde una perspectiva eminentemente práctica, orientaciones para la realización de acciones de comunicación, pero también para la selección y presentación de buenas prácticas y el cómputo de los indicadores de comunicación.
- ✦ “*Breve Manual recopilatorio de cuestiones de tipo práctico para los beneficiarios/as en materia de comunicación 2014-2020*”, elaborada por la Dirección General de Fondos Europeos (Ministerio de Hacienda) que, desde una perspectiva más teórica, y sin afán de exhaustividad, presenta una síntesis normativa, la metodología detrás de los indicadores de información y publicidad, los criterios para la selección de buenas prácticas y consideraciones sobre aspectos relevantes de las medidas de información y publicidad.

- ✦ “Guía metodológica de Seguimiento y Evaluación de las Estrategias de Comunicación de los Programas Operativos FEDER y del Fondo Social Europeo 2014-2020”, elaborada coordinadamente por la Dirección General de Fondos Europeos (Ministerio de hacienda) y la UAFSE (Ministerio de Empleo y Seguridad Social), que tiene el doble objetivo de identificar los mecanismos de seguimiento para el cumplimiento de las actuaciones de información y comunicación y su evaluación y establecer las directrices necesarias para evaluar las Estrategias de Comunicación.
- ✦ Desde *una* perspectiva más general, los Manuales de procedimientos y/o descripciones de funciones y procedimientos detallan todos los procesos, dando información específica acerca del sistema de comunicación: “Descripción de funciones y procedimientos del Organismo Intermedio Consellería de Facenda, Xunta de Galicia, para las actuaciones cofinanciadas por el FEDER en España en el periodo de programación 2014-2020 en el Programa Operativo FEDER Galicia” y “Descripción de funciones y procedimientos del organismo intermedio para las actuaciones cofinanciadas por el FSE en España en el período de programación 2014-2020 en los Programas Operativos FSE Galicia 2014-2020 y POEJ 2014-2020” y “Manual de Procedimientos PO FSE Galicia 2014-2020 y PO de Empleo Juvenil 2014-2020”.

Adicionalmente, desde las Autoridades de Gestión, en el caso del FSE, se ha venido dando asesoramiento continuado sobre el uso del emblema, complementando la información recogida en tales documentos.

En conclusión, se dispone de documentación y vías de apoyo de soporte que orientan la implementación de los procedimientos establecidos.

- ✦ **Personas responsables.** Los sistemas definidos se apoyan en la designación de una persona responsable en materia de comunicación por parte de las Autoridades de Gestión [artículo 117 del *Reglamento (UE) nº1303/2013*] y el Organismo Intermedio, así como de todos los beneficiarios públicos de la Xunta de Galicia. Todos ellos han sido identificados en el capítulo 4 de la Estrategia de Comunicación y cuentan entre sus funciones la de *“garantizar el buen funcionamiento e implementación de la estrategia, así como facilitar su seguimiento y evaluación”*.

Este sistema permite identificar los responsables de las funciones a desempeñar en el marco de los procedimientos definidos, las personas de contacto en la materia y facilita las labores de coordinación.

No obstante, *la designación de la persona responsable, particularmente a nivel de beneficiario público, adolece de dos debilidades*: Tal y como señala el propio Organismo Intermedio, a menudo, la persona designada desempeña funciones eminentemente administrativas y no cuenta con la capacidad de realizar actuaciones conforme a las

directrices establecidas o modificar tendencias, lo que puede hacer que no sea la más adecuada para desempeñar las funciones asignadas; a ello se une el elevado índice de rotación del personal (ver capítulo 2.3 del presente informe). En consecuencia, sería conveniente tener presente en el momento de la designación de los responsables su capacidad en la toma de decisiones y, en la medida de lo posible, garantizar su estabilidad en el puesto.

- ✦ **Redes de comunicación.** La coordinación de las tareas de información y publicidad desempeñadas por los responsables de comunicación se realiza en el seno de los grupos o redes de comunicadores de los Fondos.

En la Xunta de Galicia, ante el retraso en la constitución de la red regional, la Estrategia de Comunicación prevé que dicha coordinación se produzca en la Subcomisión de Información y Publicidad. Esta (como se detalla en el capítulo 3.1), jugó un papel relevante en la fase inicial de aprobación y puesta en marcha de la Estrategia, actuando como foro informativo para los beneficiarios públicos. Sin embargo sus funciones se han desdibujado en los años posteriores, lastrando la coordinación y difusión de la información entre los responsables de comunicación a nivel regional.

Por su parte, a nivel de Estado miembro, los responsables de comunicación de cada una de las Estrategias de Comunicación de los Fondos FEDER y FSE, bajo la presidencia de las Autoridades de Gestión, forman parte de la red GERIP (Grupo Español de Responsables en materia de Información y Publicidad) constituida en 2007 con el objetivo fundamental de “establecer una estrategia de comunicación conjunta, la coordinación de sus participantes en la aplicación de la misma, el intercambio de ideas, la creación de un foro de discusión y una plataforma para la toma de decisiones y orientaciones consensuadas en beneficio de los representantes de comunicación”.

Durante el período 2007-2013, la red GERIP se consolidó como una plataforma de referencia en el diseño, la aplicación, el seguimiento y la evaluación de la comunicación de la Política de Cohesión en España, siendo destacada como una buena práctica de comunicación. De hecho, las evaluaciones realizadas por equipos independientes pusieron en relieve la notable capacidad para garantizar la pertinencia de las estrategias y la eficacia del sistema de seguimiento.

Apoyado esta experiencia previa, en el nuevo período de programación el GERIP sigue constituyendo un grupo estratégico en torno al cual gira la comunicación de los Fondos Estructurales en España, habiéndose introducido algunos elementos que tratan de mejorar sus capacidades.

- ✦ **Ampliación del calendario de reuniones**, con la celebración de al menos dos reuniones anuales.

- ✦ *Aumento del número de participantes en las reuniones:* Se ha abierto la posibilidad de invitar a la Comisión a participar en las reuniones, aportando una perspectiva comunitaria de la que hasta el momento había carecido. Asimismo de cara al nuevo período de programación se está debatiendo la posibilidad de integrar a los responsables de los Programas Interreg, si bien esto supone una dificultad adicional, en la medida en que implican a representantes de otros Estados miembros.

En media la asistencia de los responsables de información y comunicación, tanto regionales como nacionales, se eleva al 77%. Se observa, por otra parte, una menor representatividad de los responsables de información y comunicación de los PO FEDER, tanto en el caso de la Autoridad de Gestión (que no acude al 40% de las reuniones convocadas) como de los responsables de estrategias monofondo de PO FSE.

Por otra parte, desde la Autoridad de Gestión de FEDER ha tratado de extenderse la participación regional a la red comunitaria de comunicación INFORM, promoviendo desde GERIP la asistencia de responsables de diferentes Comunidades Autónomas. La Comunidad Autónoma de Galicia tiene prevista su participación en la reunión convocada para el próximo mes de noviembre.

En definitiva, la red GERIP ha consolidado su papel de impulsor y coordinador de la comunicación en la Política de Cohesión en España comprometiendo a los diferentes organismos en la utilización de las herramientas diseñadas y los mecanismos de funcionamiento creados; en tanto en el ámbito regional la constitución de la red regional se plantea como un elemento que puede contribuir a la coordinación y agilización de la implementación de los procedimientos, por lo que se considera que su constitución y puesta en marcha acarreará una mejora en la calidad de la ejecución de las medidas.

No obstante, se plantean algunos aspectos que podrían consolidar el proceso de mejora iniciado en el funcionamiento de GERIP como son: la mayor implicación de la Autoridad de Gestión del FSE, así como de los responsables de información y comunicación de las Estrategias monofondo de FSE; y la inclusión de un mayor detalle de descripción en las actas que permita seguir la trazabilidad de los debates y las decisiones adoptadas en el marco de las reuniones.

- ✦ *Dotación de recursos humanos, materiales / técnicos.* El análisis realizado en el capítulo 2.3 relativo a la adecuación de la dotación de medios permite concluir la conveniencia de aumentar la dotación de personal asignado a las tareas de información y comunicación (particularmente en la Autoridad de Gestión del FSE y el Organismo Intermedio). En este marco, se han detectado ámbitos de mejora relacionados con la designación del personal responsable, la necesidad de reducir la rotación entre los mismos y la integración del aplicativo INFOCO2014 en el sistema informático Fondos2020.

✚ *Comunicación y coordinación con otros órganos.* Manteniendo los mecanismos instaurados en 2007-2013 se constata la existencia de fórmulas de comunicación y coordinación tanto internas como externas:

- ✚ La comunicación continua con los organismos gestores de los PO para informarles puntualmente de las modificaciones y actualizaciones en todo lo relativo al desarrollo de los mismos, la normativa vigente, y, por ende, de lo relativo a la comunicación, tanto a nivel de la Administración General del Estado como de la Comunidad Autónoma. A este respecto se ha prestado asesoramiento a los beneficiarios públicos y los órganos gestores, se dispone de un sitio web único (para FEDER y para FSE) y de una página de fondos específica de la Xunta de Galicia en los que los beneficiarios disponen de toda la documentación necesaria para el adecuado cumplimiento de los requisitos comunitarios.
- ✚ Desde los beneficiarios públicos y los órganos gestores de ayuda, por su parte, se han dado las oportunas instrucciones a los beneficiarios privados para facilitar el cumplimiento de las obligaciones en materia de comunicación, a lo que se une, en muchos casos, la puesta a su disposición de modelos de carteles informativos, aunque en este sentido se observan mayores dificultades de cumplimiento (ver capítulo 4 del presente informe).
- ✚ La participación de los responsables de comunicación tanto en los Comités de Seguimiento de los Programas, como en los Comités de Evaluación de FEDER y de FSE y en los Encuentros Anuales, en el marco de los cuales la comunicación se ha convertido en un tema de debate habitual, garantiza la existencia de cauces de información con terceros fluidos.

4. VERIFICACIÓN DE LA INCLUSIÓN DE LA INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD EN LAS ACTUACIONES DE VERIFICACIÓN Y CONTROL DE LOS FONDOS FEDER Y FSE

El *Reglamento (UE) Nº 1303/2013* establece entre las funciones de la Autoridad de Gestión las **tareas de verificación** (art. 125.4) con la finalidad de garantizar que el gasto ha sido realizado, los bienes y servicios entregados/prestados, cumplimiento de la legislación aplicable y las condiciones del PO, así como las establecidas para el apoyo a la operación.

Estas verificaciones serán, de acuerdo con el artículo 125.5 del referido Reglamento, de dos tipos: verificaciones administrativas y verificaciones sobre el terreno.

En el marco de los PO FEDER y FSE Galicia 2014-2020, esta responsabilidad ha sido delegada al Organismo Intermedio que desempeña la misma de acuerdo con los correspondientes procedimientos de verificación de operaciones definidos en la Descripción de Funciones del PO FEDER (apartado 2.2.3.6) y del PO FSE (apartado 2.3.3.5).

El procedimiento, manteniendo las tendencias observadas en el período 2007-2013, recoge una intensa labor de supervisión y verificación de los dispositivos de gestión y control de las actuaciones cofinanciadas por los Fondos Estructurales y de Inversión Europeos en la región. Desde la perspectiva de la comunicación ello se traduce en un mecanismo adecuado para la detección y corrección de posibles incidencias en la materia.

En un primer momento, en las verificaciones previas a la aprobación de las operaciones, se cumplimenta una primera lista de comprobación o check-list, “1 LC _ Elegibilidad inicial de ayudas / subvenciones susceptibles de ser aplicadas al PO”.

Posteriormente, se aborda la verificación administrativa e in situ durante el desarrollo de las operaciones, a través de los mecanismos instaurados en la Dirección General de Política Financiera, Tesoro y Fondos Europeos, así como en los propios beneficiarios públicos y órganos gestores de ayuda, que están integrados en las estructuras de gestión como control interno, ejecutándose de forma paralela o simultánea a la misma.

El cumplimiento se acredita de forma exhaustiva y previa a la solicitud de reembolso, quedando documentado a través de los informes de **informes de verificación** y las **listas de comprobación** (que ascienden a un total de 14, adicionales a la comprobación previa referida anteriormente).

Estas listas de comprobación, que se incluyen en la aplicación informática de seguimiento de Fondos 1420, se configuran como el principal instrumento para asegurar el cumplimiento de los aspectos administrativo, financiero, físico y técnico. En ellas se recogen los elementos reglamentarios que deben tenerse en cuenta para dar notoriedad y transparencia a las acciones cofinanciadas por los Fondos y poner de relieve las posibilidades que ofrecen a sus beneficiarios potenciales.

Las cuestiones relativas a la información y publicidad están recogidas en cuatro de estas listas: “2 LC _ Solicitud de reembolso”, “3 LC _ Criterios de selección de operaciones”, “26 LC _ General proyecto” y “15 LC _ VIS” (Visitas in situ), que suponen el 40% del total a cumplimentar por una operación (teniendo en cuenta que cinco de ellas corresponden a distintas formas de gestión de la operación y son excluyentes: subvención, gestión directa, contratos, encomienda de gestión y convenio-concierto).

+ Lista de comprobación de criterios de selección:

- ✦ ¿Están previstas/se llevan a cabo medidas de I+C de conformidad con el Plan de Comunicación, buscan la mayor cobertura mediática recurriendo a diferentes formas y métodos de comunicación al nivel adecuado?
- ✦ Cuando la solicitud de financiación es posterior al inicio de la operación, ¿se han tenido adecuadamente en cuenta la normativa en materia de información y comunicación? (Están reflejados los logos y emblemas de la Unión Europea en la documentación, publicidad, etc).

+ Lista de comprobación de proyecto (general):

- ✦ ¿Se ha informado a los Beneficiarios de que la aceptación de la financiación implica la aceptación de su inclusión en una lista de beneficiarios que se hará pública?
- ✦ Si la contribución pública total a la operación supera los umbrales establecidos en la norma de aplicación ¿el Beneficiario ha colocado un cartel en el enclave de las operaciones durante la ejecución de las mismas?
- ✦ Se ha verificado que consta la referencia a la cofinanciación del FSE/FEDER en la normativa reguladora (bases reguladoras y convocatoria, expediente de gasto y anuncios de licitación, contrato, convenio, etc.)
- ✦ En subvenciones, se ha constatado que se hace referencia a la cofinanciación del FSE en: formularios de solicitud., resolución de concesión / convenio / contrato y diplomas o certificados
- ✦ En contratos, se ha constatado que se hace referencia a la cofinanciación del FSE/FEDER en los pliegos de cláusulas particulares, anuncio de licitación, documentos, folletos, anuncios de prensa, actos públicos, etc. y en el contrato en el caso de consultoría, asistencia técnica y servicios.
- ✦ ¿El Órgano Gestor del proyecto controla el cumplimiento del Reglamento de publicidad por parte de los beneficiarios/ adjudicatarios y queda constancia física (informes/fotos) de este control?

+ Lista de comprobación de visita in situ:

- ✦ ¿Se cumple o se ha cumplido, en su caso, durante el desarrollo de la operación con la normativa de información y publicidad?

- ✦ ¿Se ha verificado que las partes que intervienen en la operación han sido informadas de la financiación del Fondo Social Europeo?
 - ✦ Se ha verificado que consta la referencia a la cofinanciación del FSE/FEDER en la normativa reguladora (bases reguladoras y convocatoria, expediente de gasto y anuncios de licitación, contrato, convenio, etc.)
 - ✦ En subvenciones, se ha constatado que se hace referencia a la cofinanciación del FSE en los formularios de solicitud, resolución de concesión / convenio / contrato, folletos, cuadernillos, notas informativas, anuncios, etc. en subvenciones y diplomas o certificados.
 - ✦ En contratos, se ha constatado que se hace referencia a la cofinanciación del FSE/FEDER en pliego de cláusulas particulares, anuncio de licitación, y documentos, folletos, anuncios de prensa, actos públicos, etc.
 - ✦ En contratos de consultoría y asistencia y de servicios, sí el objeto de contrato se materializase en algún tipo de documento se hace referencia a la cofinanciación del Fondo Social Europeo.
 - ✦ En su caso, ¿se conservan pruebas de ello: fotos, vídeos, folletos, anuncios...?
- ✦ Lista de comprobación de solicitud de reembolso:
- ✦ ¿Facilita el beneficiario información para comprobar el cumplimiento de todas las medidas de información y comunicación reconociendo el apoyo de los Fondos a la operación en función de lo dictado en el Anexo XII del Reglamento (UE) 1303/2013?

En conclusión, las medidas de comunicación relacionadas con las operaciones cofinanciadas con gasto certificado han sido objeto de procedimientos de revisión interna y de verificación, con el alcance y contenidos establecidos en los Reglamentos. Ello ha posibilitado la comprobación de las actuaciones aprobadas que se han efectuado y su adecuación tanto a la normativa de aplicación sobre información y publicidad en particular, como a los principios de una buena gestión en general, identificando problemas y dificultades, así como su incidencia efectiva en el cumplimiento de las obligaciones.

Partiendo del escenario marcado por estos procedimientos, se ha procedido a seleccionar una muestra de operaciones cofinanciadas tanto en el ámbito del PO FEDER como del PO FSE, con la finalidad de analizar cuáles son las principales incidencias detectadas en los primeros años de desarrollo del Programa en materia de publicidad.

Así, se han analizado los informes de verificación y las listas de comprobación referidas anteriormente para un total de 26 operaciones del PO FSE y 31 del PO FEDER. Del estudio se desprenden varias conclusiones fundamentales:

Los **informes de verificación** recogen, en el apartado correspondiente a la detección de incidencias (con y sin cuantificación económica, en función de la incidencia), aquellas que han sido identificadas en el proceso de verificación en lo relativo al cumplimiento de los requisitos reglamentarios y de las orientaciones de la Guía de Comunicación elaborada a tales efectos por la Xunta de Galicia.

En el ámbito del FSE, prácticamente no se han identificado incidencias con repercusión económica. Únicamente aparece, de hecho, en una de las operaciones evaluadas la ausencia de colocación de cartel informativo. Pero sí que se reproduce, como incidencia no cuantitativa, la falta de adecuación de la información recogida en la web de los beneficiarios a las especificaciones señaladas en la Guía de Comunicación 2014-2020 (apartado 6.5), en línea con las conclusiones alcanzadas en el capítulo 3.1 del presente informe. '

En este mismo sentido, por lo que respecta a las operaciones de FEDER, de forma amplia se incluye en el informe de verificación una referencia general que apunta a la observación *"en alguno de los anuncios de licitación y/o formalización así como e alguno de los documentos dirigidos a los adjudicatarios, no constan la totalidad de los elementos establecidos en el punto 2.2.1 del Anexo XII del Reglamento (UE) Nº1303/2013 y en l Guía de Comunicación 2014-2020: emblema de la Unión, referencia a la UE y referencia al FEDER"*. A estos efectos, y de cara a poder identificar con mayor precisión los problemas exactos, sería conveniente identificar en los informes cuáles son los documentos afectados y los elementos no incorporados en cada caso.

De hecho es una constante en los informes, aun cuando no se especifiquen de forma explícita incidencias sobre ello, incorporar una recomendación en el capítulo correspondiente relativa al ajuste de la web tanto del órgano gestor como de terceros, la documentación administrativa y otras actuaciones de información y publicidad a las orientaciones de la Guía.

De forma específica, las recomendaciones más comunes han sido adaptar la publicidad en web gestor a las recomendaciones de la Guía, la adaptación de la documentación administrativa y otros elementos (carteles, etc.) a los requisitos del punto 2.2.1. del Anexo XII del Reglamento de Disposiciones Comunes, así como a la Guía de Comunicación 2014-2020 y adopción de medidas para comprobación de cumplimiento de obligaciones en terceros por parte del gestor, destacando el caso de los sitios web.

5. INCORPORACIÓN DEL PRINCIPIO DE IGUALDAD DE OPORTUNIDADES EN LAS MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD

La Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación establece la inclusión de un capítulo en los Informes de Evaluación sobre la incorporación de la igualdad de oportunidades en las medidas de información y comunicación al objeto de valorar el grado en que los actores implicados en la implementación de la Estrategia contribuyen a visibilizar, de cara a la opinión pública, la contribución de los Fondos Estructurales, particularmente del Fondo Social Europeo, a la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres; tener en cuenta que se repare sobre las necesidades de las mujeres en el acceso a los diferentes contenidos informativos; y facilitar información a las mujeres sobre las posibilidades de participación como beneficiarias de los Programas.

El principio horizontal de Igualdad de Oportunidades ha sido incorporado a la Estrategia de Comunicación de los PO FEDER y FSE Galicia 2014-2020. Esta, comprometida de forma manifiesta con la transmisión de una imagen plural y no estereotipada de las funciones de las mujeres y los hombres en la sociedad en el marco de su programación, constituye una garantía para la definición de contenidos no contrarios al principio de Igualdad de Género en todo lo relacionado con la información a transmitir sobre la implementación de estos recursos comunitarios en la región. Esa garantía se manifiesta, aunque con distinta intensidad, en la consideración del enfoque de género en las **diversas fases de la Estrategia de Comunicación**.

✦ **Planificación estratégica inicial:** El análisis realizado en el capítulo 2.4 pone de manifiesto la favorable valoración concedida a la consideración de la Igualdad de Oportunidades entre Hombres y Mujeres en el *diseño de la Estrategia de Comunicación*, con el establecimiento de los objetivos estratégicos de la Estrategia y en la selección de los destinatarios de las actuaciones, si bien se plantean posibilidades de mejora relacionadas, por ejemplo, a la propuesta de actuaciones de información y comunicación o a la culminación de los esfuerzos por el uso no sexista del lenguaje.

✦ **Implementación de la Estrategia en el período que va desde el 1 de enero de 2014 al 30 de junio de 2019.** Durante los años iniciales de desarrollo de los Programas y, por ende, de la Estrategia de Comunicación, se ha sucedido la puesta en marcha de un elevado porcentaje de las medidas previstas a través de la *realización de una notable diversidad de actuaciones* que han permitido avances significativos en la consecución de las metas cuantificadas de los indicadores de seguimiento.

Estas acciones se han caracterizado por una atención significativa al decálogo de principios de generales para la aplicación del enfoque de género en las actuaciones de información y comunicación de los Fondos Estructurales y de Inversión Europeos propuesto por la Red de Políticas de Igualdad entre Mujeres y Hombres en los Fondos Comunitarios:

- ✦ Comunicar el compromiso institucional con la igualdad entre mujeres y hombres. El compromiso institucional con la igualdad de género desde una perspectiva estratégica tanto en los Programas Operativos como en la propia Estrategia de Comunicación ha quedado justificado en el capítulo 2.4. del presente informe.

Dicho compromiso responde, formalmente, a los requisitos normativos:

- A nivel comunitario: Reglamento (UE) Nº 1303/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo, por el que se establecen disposiciones comunes relativas al Fondo Europeo de Desarrollo Regional, al Fondo Social Europeo, al Fondo de Cohesión, al Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural y al Fondo Europeo Marítimo y de la Pesca, y por el que se establecen disposiciones generales relativas al Fondo Europeo de Desarrollo Regional, al Fondo Social Europeo, al Fondo de Cohesión y al Fondo Europeo Marítimo y de la Pesca (artículo 7)
- A nivel nacional: Ley Orgánica 3/2007 de 22 de marzo, para la igualdad efectiva entre mujeres y hombres (artículos 14, 28 y 36) y Ley 29/2005 de 29 de diciembre de publicidad y comunicación institucional (artículos 3 y 4).
- Y a nivel regional: Decreto legislativo 2/2015, de 12 de febrero, por el que se aprueba el texto refundido de las disposiciones legales de la Comunidad Autónoma de Galicia en materia de igualdad (artículos 11 a 15).

- ✦ Hacer un uso no sexista del lenguaje (oral y escrito). Se recomienda hacer uso de un lenguaje no sexista (empleando nombres colectivos, perífrasis, desdoblamientos y uso de barras, así como uso de formas personales genéricas o formas verbales no personales, entre otras posibilidades). No obstante, aún es necesario continuar avanzando en este sentido, tanto en la realización de las diferentes acciones como en la propia Estrategia y la Guía Metodológica. Para ello se propone, por ejemplo la sustitución del término gestores por gestores/as u órganos gestores; el término beneficiarios por beneficiarios/as; o el término ciudadanos por población o ciudadanos/as, en el segundo de los documentos, entre otros.

- ✦ Utilizar imágenes no sexistas e inclusivas. Siguiendo la trayectoria observada en el período anterior, se ha tratado de cuidar el empleo de imágenes que traten de una manera estereotipada la labor de hombres y mujeres (por ejemplo excluyendo a las mujeres del mercado laboral o del desempeño de determinadas profesiones), alimenten tópicos en torno al género o supongan una degradación de las mujeres.

Ello contribuye a romper o cuestionar los estereotipos sexistas sin asociar a hombres y a mujeres a comportamientos o profesiones estereotipados, visibilizar a mujeres y hombres de forma equilibrada, en posiciones similares, como sujetos de acción y como modelos de referencia y reflejar a hombres y mujeres en su diversidad.

- ✦ Desagregar los datos por sexo. Las orientaciones de la “*Guía para incorporar el enfoque de género en la información y comunicación de los Fondos Estructurales y de Inversión Europeos (2014-2020)*” apunta a la conveniencia de “recoger y presentar la información desagregada por sexo de las operaciones de los Fondos EIE, que vayan dirigidas directa o indirectamente a personas”.

Este aspecto ha sido objeto de debate en el seno del GERIP, como consecuencia de la relevancia concedida a esta desagregación por parte de la UAFSE, por ejemplo en las reuniones celebradas el 7 de febrero de 2012 o el 14 de julio de 2015. Las conclusiones alcanzadas apuntan a:

- La *no desagregación por sexo de los indicadores de seguimiento (realización y resultado)* a nivel de Estrategia de Comunicación ni en su volcado en INFOCO2014. No obstante, sí se abre la posibilidad de que se aborde a nivel de organismo siempre que se cuente con una metodología “razonable” para su cita en los textos. En el caso concreto de la Estrategia de Comunicación de los PO FEDER y FSE Galicia 2014-2020, sin embargo, ninguno de los organismos ha adoptado esta posibilidad.
- Sí que se contempla, no obstante, la *desagregación por sexo en el caso de los indicadores de evaluación o impacto*, a pesar de que *no se ha realizado una programación desagregada* de las metas a 2023.
- De forma complementaria, se han adoptado *otras pautas para la consideración del principio de igualdad de género en el ámbito del seguimiento y la evaluación* como:
 - La inclusión en los Informes Anuales de los PO de un análisis de las actuaciones desarrolladas en materia de igualdad, cuyo contenido se publica y queda accesible a través de las páginas Web de las Autoridades de Gestión y del propio Organismo Intermedio.

Esta información, sin embargo, no suele ponerse en relieve en los resúmenes para la ciudadanía, por lo que se recomienda que se valore la posibilidad de su integración, de cara a mejorar su visibilidad.
 - La incorporación de criterios de igualdad de oportunidades para la identificación de ejemplos y casos de buenas prácticas, tanto desde una perspectiva general como en lo relativo a la información y la comunicación.
 - La incorporación en los informes de evaluación de la valoración de la consideración del principio de igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres tanto en la Estrategia como en su aplicación.

En todo caso, y ya pensando en el nuevo período de programación, 2021-2027 sí se plantea la posibilidad de valorar la desagregación de los indicadores de seguimiento por sexo, siempre que quede garantizada la fiabilidad de los datos y apoyado en la experiencia de Fondos 2020.

- ✦ Elaborar mensajes y contenidos que rompan/cuestionen los estereotipos de género. Se constata la realización de un notable esfuerzo en este ámbito, si bien el trabajo por hacer aún resulta amplio.
- ✦ Visibilizar buenas prácticas en materia de igualdad de mujeres y hombres. La Estrategia se ha dotado de elementos que contribuyen a mejorar la visibilidad de buenas prácticas en materia de igualdad de género tanto desde una perspectiva horizontal como desde un punto de vista vertical o sectorial.

En el primero de los casos (puesta en valor de la consideración del principio horizontal de igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres) se ha incorporado entre los criterios para la selección y justificación de buenas prácticas la consideración de los criterios horizontales de igualdad de oportunidades y no discriminación, así como responsabilidad social y sostenibilidad ambiental.

En la práctica, sin embargo, se detecta una clara debilidad en la justificación de este criterio, particularmente en el caso de las buenas prácticas de operaciones cofinanciadas por FEDER. De hecho, de entre las buenas prácticas propuestas por los beneficiarios públicos y organismos gestores, el 43,8% (el 50% en el caso del FEDER) no exponen ninguna fórmula de consideración de este principio. Entre aquellos ejemplos de buenas prácticas que sí cuentan con elementos favorables a la igualdad de género, los argumentos más empleados se encuentran la inclusión de criterios en los procesos de contratación, el uso no sexista del lenguaje y la promoción de la igualdad de oportunidades (a través de la educación o el acceso a servicios sociales, por ejemplo); y en menor medida, la promoción de acciones específicas en favor de la igualdad (sobre todo el operaciones cofinanciadas por FSE), contribución a la conciliación personal, familiar y laboral, cumplimiento de la normativa sectorial en materia de igualdad y consideración específica de las necesidades de la población femenina.

Por otra parte, desde una perspectiva vertical, entre las buenas prácticas del PO FSE Galicia 2014-2020 se ha propuesto la operación “*Desarrollo de acciones encuadradas en el ámbito de proyectos de atención integral dirigidos a personas en situación de trata de seres humanos y/o explotación sexual (preferentemente inmigrantes)*”, de la Subdirección General de Promoción de la Igualdad, en el marco de la cual se presta especial atención a mujeres y niñas (en tanto el 80% de las personas que se encuentran en esta situación de “esclavitud moderna” son mujeres y niñas).

- ✦ Promover la participación equilibrada de mujeres y hombres. Promover la participación equilibrada de mujeres y hombres. Respecto al acceso de las mujeres a la información sobre las posibilidades de participación como beneficiarias de los Programas hay que señalar que las ayudas convocadas han sido siempre objeto de publicación, permitiendo que en los procedimientos de concesión hayan podido participar todas aquellas personas que, cumpliendo con una serie de criterios objetivos, lo hayan considerado pertinente, no habiéndose establecido criterios discriminatorios.

Los mecanismos instaurados para la ejecución del gasto avalan que el proceso de selección es imparcial y riguroso, garantizando, en todo momento, gracias a la publicidad, la igualdad de oportunidades. En este sentido, se vela por que los criterios de selección y concesión relativos a las solicitudes cumplan las directivas europeas y estén de acuerdo con las prácticas nacionales y regionales. Asimismo, se procura que sean muy claros y precisos a fin de facilitar la elección de proyectos de calidad, dando la información oportuna en cuanto a cómo se asignan las ayudas y cómo se garantizará que los promotores de proyectos tengan igualdad de oportunidades.

En el ámbito concreto de la comunicación y desde un punto de vista institucional, el 60,6% de los representantes de información y comunicación recogidos en el capítulo 4 de la Estrategia de Comunicación son mujeres, lo que pone en relieve el importante papel concedido a la población femenina en este ámbito en la Comunidad Autónoma de Galicia.

- ✦ Diversificar los canales, soportes y formatos de comunicación. Entre las recomendaciones derivadas de las evaluaciones de los Planes de Comunicación realizadas en 2010 y 2013 se incluyó la necesidad de incidir en mayor medida sobre la población femenina, como consecuencia de su menor nivel de conocimiento sobre la aportación de la UE al desarrollo regional.

Ello llevó a adoptar en la propia introducción de la estrategia el compromiso *“potenciar y adaptar la información transmitida en las campañas de publicidad, reorientándola al público objetivo identificado con menor conocimiento y sensibilización hacia la política de la UE en Galicia”*.

Sin embargo, en la práctica las orientaciones en este sentido quedan restringidas a aquellos organismos que trabajan de forma directa con la población femenina o que tienen entre sus actuaciones algunas orientadas a la mejora en la igualdad de género y/o la conciliación de la vida familiar, personal y profesional.

✦ Consultar a los organismos públicos y organizaciones orientadas hacia la promoción de la igualdad entre mujeres y hombres. La participación directa de la Subdirección General de Promoción de la Igualdad como beneficiario público y/u órgano gestor de ayudas del PO FSE Galicia 2014-2020, y su consiguiente asistencia a los Comités de Seguimiento, se ha visto complementada con la participación de los responsables de los Programas Operativos en Red de Políticas de Igualdad entre Hombres y Mujeres en Fondos Comunitarios.

✦ Poner en valor del papel de los Fondos EIE en la consecución de la igualdad entre mujeres y hombres. La puesta en marcha de actividades orientadas específicamente a aumentar la visibilidad de la contribución de los Fondos EIE a los objetivos de igualdad de oportunidades, mediante acciones de información y comunicación, resulta especialmente patente en el caso del FSE.

Así, la importancia concedida por el PO FSE Galicia 2014-2020 a la igualdad de oportunidades se ha puesto de manifiesto tanto en la definición de sus objetivos como en la puesta en marcha de medidas específicas para mejorar el acceso de la mujer al mercado laboral, reducir la segregación sexista en materia de empleo, reconciliar la vida laboral y privada y promover cambios sobre el reparto de tareas entre hombres y mujeres.

Entre las acciones desarrolladas destacan, en este sentido, las Ayudas a ayuntamientos para el fomento de la conciliación familiar, el Programa de apoyo a los Centros de Información a Mujeres (CIM) o las Subvenciones a entidades de iniciativa social sin ánimo de lucro para programas dirigidos a mujeres en situación de especial vulnerabilidad, de la Subdirección General de Promoción de la Igualdad; el Programa de ayudas para implantar la responsabilidad social empresarial (RSE), la igualdad laboral y la conciliación laboral y personal en las Pymes gallegas, de la Subdirección General de Relaciones Laborales; o las Ayudas a entidades para Inserción Laboral de mujeres víctimas de violencia de género, de la Subdirección General para el Tratamiento de la Violencia de Género.

En este marco, se ha puesto especial atención en cuidar tanto el uso de un lenguaje como el tratamiento gráfico no sexista del mensaje, logrando un avance en relación con los precedentes.

✦ **Seguimiento y la evaluación.** En última instancia, el seguimiento y la evaluación han abordado la igualdad de género como un elemento relevante a través de los elementos referidos en este capítulo, tales como: la incorporación de *cráterios de igualdad en la selección de buenas prácticas*, la *desagregación por sexo de los indicadores de impacto* y la *incorporación de capítulos específicos para el análisis de la incorporación de este principio* tanto en la propia Estrategia de Comunicación como en su implementación práctica.

En conclusión, *la Estrategia de Comunicación de los PO FEDER y FSE cuenta con las herramientas suficientes para la incorporación del principio de igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres en las medidas de información y publicidad, lo que ha permitido su implementación en la práctica durante el período de análisis.*

No obstante, existen algunos elementos en los que se detectan ciertas deficiencias y en los que será necesario avanzar en las próximas anualidades: trabajo continuo para seguir avanzando en el uso no sexista del lenguaje y la elaboración de mensajes que rompan los estereotipos de género; puesta en valor de la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres en las operaciones destacadas como buenas prácticas (sobre todo aquellas que son cofinanciadas por FEDER) e identificación de las necesidades de información particulares de la población femenina, así como el recurso a los canales y soportes con mayor impacto sobre la misma.

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

El análisis del impacto de la Estrategia de Comunicación de los PO FEDER y FSE Galicia 2014-2020, constituye un elemento fundamental en el contexto definido de orientación a resultados. Para ello, el presente objetivo trata de abordar la medición, de una forma rigurosa, de los efectos que a medio y largo plazo generan sobre los diferentes grupos destinatarios las actividades de información y comunicación efectuadas.

La metodología empleada con esta finalidad es la definida en la Guía Metodológica de seguimiento y evaluación de las Estrategias de Comunicación de los PO FEDER y FSE 2014-2020. Dicha metodología consolida la definida en el período 2007-2013, lo que permite realizar una comparación entre el impacto de las actuaciones en la fase inicial de implementación de los Planes de Comunicación de la Política de Cohesión en ese período y las actuales.

De acuerdo con esta metodología, el estudio se sustenta en la estimación y análisis de cinco *indicadores de evaluación o impacto*:

- ✦ **Indicador 1 (I.1):** Grado de conocimiento de las obligaciones existentes en la programación, gestión, seguimiento, control, evaluación e información y publicidad (medido como porcentaje).
- ✦ **Indicador 2 (I.2):** Tasa de satisfacción, que indique la valoración de los beneficiarios/Organismos Intermedios y/o gestores o partícipes respecto a la información facilitada (medida como porcentaje).
- ✦ **Indicador 3 (I.3):** Tasa de utilidad de las actuaciones (medida como porcentaje).
- ✦ **Indicador 4 (I.4):** Grado de conocimiento de los distintos Fondos Estructurales por parte de la ciudadanía (medido como porcentaje).
- ✦ **Indicador 5 (I.5):** Grado de conocimiento del papel desempeñado por la Unión Europea por parte de la ciudadanía (medido como porcentaje).

Estos indicadores pueden asociarse de forma directa con los objetivos de la Estrategia de Comunicación, de modo que aportan un indicador del grado de avance en la consecución de los mismos. Ello permite la identificación de potenciales dificultades y facilita la presentación de recomendaciones de cara al cumplimiento de objetivos a 2023. Así los tres primeros se asocian con el Objetivo 1 (INFORMAR de la existencia de los Fondos Comunitarios, su contenido, así como sus objetivos, la forma de acceder a los fondos, las oportunidades de financiación y el calendario de su ejecución con la máxima TRANSPARENCIA posible) y los dos últimos con el Objetivo 2 (COMUNICAR al conjunto de la

ciudadanía la existencia de los Fondos Comunitarios, sus objetivos, logros y resultados obtenidos que permita garantizar la satisfacción del derecho que tienen los ciudadanos a conocer cómo se invierten los recursos financieros de la Unión).

La obtención del valor cuantificado correspondiente a cada uno de los anteriores indicadores ha precisado el desarrollo de un trabajo de campo específico organizado en las siguientes tres tareas:

- ✦ La realización de *entrevistas a todos los beneficiarios públicos y órganos gestores de ayudas* de los PO FEDER y FSE Galicia 2014-2020, lográndose una cobertura del 88,9%, con un total de 40 cuestionarios/gestores. Participación que ha resultado muy equilibrada por fondos si tenemos en cuenta que la cobertura es del 89,3% para los gestores del FEDER y del 88,2% para los FSE.
- ✦ La celebración de *grupos de trabajo* (2) en octubre de 2019, en los que han participado tanto beneficiarios como beneficiarios potenciales y población en general, ha permitido poner en común la perspectiva de todos los colectivos destinatarios de la Estrategia de Comunicación, así como ahondar en algunas de las principales conclusiones alcanzadas en los análisis previos.
- ✦ La realización de una *encuesta*, consensuada en el GERIP y cuyos parámetros quedan determinadas en la Guía metodológica, *a una muestra representativa del conjunto de la población gallega* (constituida por 852 unidades distribuidas por estratos coherentes con la representación por edades y sexo del conjunto de la población).

Los resultados obtenidos quedan recogidos en la Tabla 2 para abordar a continuación su análisis detallado.

TABLA 2. RESUMEN DE LOS INDICADORES DE IMPACTO (PROGRAMACIÓN Y REALIZACIÓN)

INDICADOR	FEDER		FSE	
	META A 2023	EJECUCIÓN (30/ JUNIO/ 2019)	META A 2023	EJECUCIÓN (30/ JUNIO/ 2019)
Grado de conocimiento de las obligaciones existentes	90%	89,3%	94%	88,5%
Tasa de satisfacción respecto de la información	75%	71,1%	82%	61,1%
Tasa de utilidad de las actuaciones	78%	87,7%	85%	80,0%
Grado de conocimiento de los Fondos Estructurales	60%	18,9%	70%	23,6%
Grado de conocimiento del papel desempeñado por la UE	70%	29,5%	70%	29,5%

Los avances alcanzados en la mejora de la visibilidad y la transparencia (O1) se relacionan con el impacto de las acciones de comunicación y comunicación sobre los beneficiarios públicos y los órganos gestores de la ayuda y se estructura en tres ámbitos generales: el

grado de conocimiento de las obligaciones de información y publicidad, la satisfacción y la utilidad de las actuaciones.

El **grado de conocimiento de las obligaciones (I.1)** de información y comunicación por parte de los organismos implicados en la administración de las ayudas de los PO resulta positivo en la medida en que los logros son significativamente más notables que los alcanzados en la evaluación intermedia del anterior período de programación (2007-2013) para ambos Fondos (un 2,9% en el caso del FEDER y un 17,2% en el del FSE), e incluso más favorables que los alcanzados a la finalización de dicho período (un 0,4% y un 1,1%, respectivamente). En definitiva, *se observa una tendencia positiva que resulta especialmente meritoria en las fases iniciales de puesta en marcha de los Programas, si bien la ejecución está ligeramente por debajo de los objetivos* (particularmente en el caso del FSE), por lo que se impone la necesidad de continuar trabajando en la materia.

Dicha conclusión tiene diferentes ramificaciones, en función del carácter de la información aportada. Así se valoran dos niveles diferentes de conocimiento: general y aplicado.

- ✦ La valoración menos positiva corresponde a la **perspectiva general**, que contempla el conocimiento existente sobre los aspectos básicos a tener en cuenta para la correcta gestión de la información y comunicación de los Fondos, derivado de la información consultada o facilitada, que se cuantifica en un 84,7% y 85,4%, respectivamente para el FEDER y el FSE.

La práctica totalidad de los organismos, tanto de FSE como de FEDER (en este caso con una única excepción (la Agencia Gallega de Servicios Sociales) conocen la Estrategia de Comunicación (97,4%) y han recibido instrucciones o manuales/guías de apoyo para el cumplimiento de las obligaciones en la materia de información y comunicación (92,5% del total de los organismos consultados) a través de diversos instrumentos.

Entre ellos cobra una relevancia señalada la edición y distribución on-line de la “*Guía de Comunicación 2014-2020 Programas Operativos FEDER y FSE Galicia*” (http://www.conselleriadeconomia.es/documents/10433/7391259/GuiaComunicacion_1420_20170208.pdf/15b5abcd-ba39-4fc7-af08-cf8d894bf409) que supone una referencia básica con un carácter eminentemente práctico.

Adicionalmente, se observa un avance muy significativo en la puesta en marcha de jornadas específicas sobre información y publicidad. Así, el 82,1% de los organismos gestores consultados reconocen haber participado en jornadas sobre la materia, cuando la evaluación intermedia del Plan de comunicación en el período 2007-2013 puso de manifiesto que únicamente lo hicieron, en el ámbito de la Xunta de Galicia, el 43% de los órganos gestores de FEDER y el 55% de los FSE. Ello, además, se complementa con la integración de cuestiones sobre comunicación en jornadas de ámbito más general.

En lo que se refiere a la valoración de las jornadas realizadas, ésta resulta muy positiva para los asistentes, alcanzando en todos los temas una valoración notable (superior al 7 sobre 10). Corresponde la mejor valoración a las jornadas de comunicación (7,9), superando una de las debilidades identificadas en el período anterior, de cuya evaluación intermedia se desprendió que los organismos gestores concedían a las jornadas en materia de información y comunicación la menor valoración. Aunque las diferencias entre las diferentes materias no son muy significativas, corresponde a las sesiones de control la menor valoración (7,4).

En este contexto, la capacidad de mejora en esta perspectiva general puede venir desde la consolidación de la red regional de información y publicidad que contribuya a mejorar la transmisión de toda la información generada sobre la materia. A estos efectos, en el ámbito de la Xunta de Galicia, únicamente el 24,2% de los organismos entrevistados reconocen su participación en una red de este tipo, en principio asociada a la reunión celebrada al inicio del período de Programación de la Subcomisión de Información y Publicidad de Fondos Europeos (dado que en el momento de la realización de la encuesta aún no se había constituido la red RIFEGA).

- + La perspectiva aplicada, que recoge el conocimiento práctico (que se desprende del grado de cumplimiento de las obligaciones de información y comunicación, así como de la atención de las recomendaciones realizadas sobre estas cuestiones), resulta aún más favorable. Esta información puede considerarse, a la luz de las respuestas de los encuestados, muy satisfactoria, alcanzando un valor de 93,9% entre los órganos gestores del FEDER y de 91,7% entre los del FSE.

La experiencia acumulada y el trabajo de concienciación realizado desde las Autoridades de Gestión y el Organismo Intermedio han permitido la consolidación de una clara sensibilidad sobre la participación europea en la financiación de los proyectos y la necesidad de cumplir los requisitos normativos que ésta supone.

Así, la totalidad de los organismos gestores y beneficiarios públicos han utilizado el eslogan de la Estrategia de Comunicación y hacen referencia a la cofinanciación en los diferentes expedientes tanto de FEDER como de FSE. Mayores dificultades se han encontrado, sin embargo, en la difusión de información sobre criterios de selección, examen de solicitudes en pliegos, etc. y, sobre todo, en la difusión electrónica de convocatorias, de forma particular en el ámbito del FSE.

En conclusión, se observa un amplio conocimiento de las obligaciones en materia de información y comunicación tanto entre los gestores del PO FEDER como entre los del PO FSE, que se apoya en los avances alcanzados en el período anterior (experiencia previa) y los esfuerzos de formación e información realizados por las Autoridades de Gestión y el Organismo Intermedio en los primeros años de vida de los Programas.

Este conocimiento tiene un cariz más aplicado que general. De hecho, es particularmente en este último ámbito donde se detecta un mayor margen de mejora que podría verse apoyado por la consolidación de la red regional de información y comunicación.

Más allá del conocimiento alcanzado en materia de información y comunicación por los beneficiarios públicos y órganos gestores, se ha tratado de medir el impacto producido por la información facilitada a los mismos tanto en lo relativo a la Política de Cohesión y los Programas, como a los mecanismos o procedimientos instaurados para su adecuado desarrollo. Con esta finalidad se han definidos dos indicadores: tasa de satisfacción y tasa de utilidad de las actuaciones.

La **tasa de satisfacción (I.2)** aporta información acerca de la valoración de los participantes a las sesiones informativas celebradas hasta junio de 2019 en torno a dos aspectos: la adecuación de la información transmitida en los seminarios y jornadas organizados para mejorar los conocimientos de los asistentes y, por tanto, el grado en que se han cubierto sus expectativas.

De forma general, se observa la existencia de un cierto margen de mejora, en la medida en que la tasa de satisfacción se sitúa por debajo de las expectativas de la Estrategia de Comunicación, particularmente entre los beneficiarios públicos y órganos gestores de la ayuda FSE (donde alcanza el 61,1%, frente al 82% previsto), pero también entre los de la ayuda FEDER (con un 71,1% frente al 75% previsto).

Las mejores expectativas del FSE son consecuencia de los logros alcanzados en el anterior período de programación, donde la tasa de satisfacción superó el 97% en 2013, lo que supone un retroceso en la práctica, en tanto en el caso del FEDER la satisfacción se mantiene relativamente estable.

Pese a que, en líneas generales, sí se reconoce la contribución de las jornadas, seminarios, etc. celebrados para actualizar los conocimientos lo que se observa es que las expectativas de los participantes no han sido satisfechas, de forma generalizada. En este marco, y de cara a mejorar los resultados a la finalización del período e incluso en el nuevo período 2021-2027, sería interesante la distribución entre las personas asistentes de cuestionarios en los que identificasen aquellos elementos de su interés que no han sido recogidos en el programa de las jornadas, con la finalidad de poder darles cabida y, en definitiva, aumentar la satisfacción de cara a futuras celebraciones.

En todo caso, y dando continuidad a los mecanismos que se han manifestado exitosos en los períodos previos, la Xunta de Galicia ofrece, como alternativa que ha podido mejorar el conocimiento más allá de la satisfacción aportada por las jornadas, como se ha señalado previamente, otros canales complementarios de información, como son el establecimiento

de canales directos para la solución de posibles dudas, la celebración de reuniones bilaterales o la realización de consultas a través de los diferentes procedimientos establecidos.

Por su parte, la **tasa de utilidad de las actuaciones (I.3)**, aúna la valoración recibida por la organización de actos o seminarios sobre Fondos Estructurales y su idoneidad como instrumento de formación e información, alcanzando un valor elevado: 87,7% (FEDER) y 80% (FSE).

Es decir, que la opinión general señala las jornadas o cursos como un instrumento muy adecuado para la obtención de información de primera mano y la posibilidad de interactuar, consolidando el papel desempeñado en períodos previos. De hecho, la valoración recibida mejora con respecto al período 2007-2013, particularmente en el ámbito de la ayuda FEDER (donde ascendía en 2013 a 71,3%).

De acuerdo con estos tres indicadores de impacto iniciales, **los avances alcanzados en el primero de los objetivos de la Estrategia de Comunicación** (que persigue *informar de la existencia de los Fondos Comunitarios, su contenido, así como sus objetivos, la forma de acceder a los fondos, las oportunidades de financiación y el calendario de su ejecución con la máxima transparencia posible*) puede considerarse **positivo**.

Existe un elevado conocimiento de las obligaciones en materia de información y comunicación que tienen una dimensión práctica especialmente patente, unido a la calidad de la información que se ha facilitado y la utilidad de las actividades formativas desarrolladas, en el marco de un contexto de apoyo continuado a los beneficiarios públicos y órganos gestores en el desarrollo de sus obligaciones, ha fortalecido la capacidad de comunicación y, en consecuencia, la difusión de las posibilidades que brindan el FEDER y el FSE en Galicia y el acceso a su financiación de una forma transparente.

Sin embargo, resulta patente la necesidad de mantener una actividad continuada de formación que permita la adaptación de los conocimientos de los agentes implicados a los cambios acontecidos en la Política de Cohesión, y sobre todo, la necesidad de adaptar el contenido y estructuración de la misma a sus necesidades reales, dando cumplimiento a sus expectativas.

Desde otra perspectiva, informar a la opinión pública sobre el papel que desempeña la Unión Europea en colaboración con los Estados miembros en favor de las intervenciones de

que se trate y de los resultados de éstas constituye un objetivo prioritario de la Política de Cohesión orientada a resultados del período 2014-2020. Dicho objetivo se apoya en la constatación de que la construcción de la actual Europa de las Regiones requiere un importante esfuerzo en términos financieros y de inversión, pero también precisa de la percepción y el reconocimiento por la ciudadanía.

Tal y como se ha señalado en el capítulo 2 del presente informe, este compromiso ha quedado recogido en la Estrategia a través del segundo de sus objetivos: la **mejora de la sensibilización de la ciudadanía a los logros de la Política de Cohesión (O2)**. En este ámbito **los avances alcanzados (relacionados con el impacto de las acciones de información y comunicación sobre el conjunto de la población gallega) han sido menores.**

Tales avances se han medido a través de los dos indicadores de impacto restantes, cuantificados a partir de la información obtenida en la encuesta a la población gallega: el grado de conocimiento de los Fondos Estructurales y del papel desempeñado por la Unión Europea.

En líneas generales, los resultados de la encuesta han puesto de manifiesto la menor sensibilización de la población en relación con la Política de Cohesión y los Fondos Estructurales, apuntando una clara ruptura con respecto al anterior período de Programación.

Ello puede ser **consecuencia del momento político** por el que pasa el país y las propias instituciones europeas⁹, donde el papel de la Política de Cohesión ha quedado claramente relegado frente a otros temas de calado.

En el *ámbito nacional* tras la celebración de las elecciones generales el 28 de abril de 2019, durante el mes de julio se ha desarrollado el proceso de negociaciones que ha concluido con la sesión de investidura fallida el 25 de julio de 2019. En este contexto, el gobierno en funciones ha visto condicionada la agenda política, incluyendo la toma de decisiones sobre gasto, pero también las campañas de información.

Por su parte, en el ámbito de las *instituciones europeas*, el 26 de mayo de 2019 se celebraron las elecciones locales y europeas (no así las regionales en la Comunidad Autónoma de Galicia que tendrán lugar en 2020), constituyéndose el nuevo Parlamento Europeo el 2 de julio de 2019.

Este calendario ha condicionado el debate y aprobación de los Reglamentos comunitarios que habrán de regir la Política de Cohesión del período 2021-2027, lo que ha disminuido la

⁹ La encuesta se realizó durante el mes de julio de 2019.

información llegada a los/as ciudadanos/as de los Estados miembros y, por ende, a la ciudadanía gallega.

Pero también del tipo de proyectos cofinanciados, ya que entre 2007-2013 y 2014-2020 se ha producido un sustancial cambio en la orientación de los fondos. Así, en el ámbito del FEDER, en el período 2007-2013 se dedicó un volumen importante de fondos (más de 700 millones de euros) al despliegue de infraestructuras de transporte, de saneamiento, sanitarias, educativas, etc. que, por su propia naturaleza, resultan muy perceptibles para la ciudadanía que hace uso y transita por ellas. Por el contrario, el período 2014-2020 se caracteriza especialmente en las regiones más desarrolladas, como es el caso de Galicia, por una mayor exigencia de concentración temática hacia ámbitos más intangibles o inmateriales como la I+D+i, TICs, desarrollo e innovación empresarial y economía baja en carbono, que no son tan visibles a primera vista por la ciudadanía, puesto que se traducen en ayudas a PYMES, organismos de investigación, desarrollos TIC inmateriales, reducciones de las emisiones de carbono, etc.

En este contexto, la encuesta dirigida a la ciudadanía muestra que solo **un 29,5%** de la población gallega tiene **constancia de la percepción por parte de la región de fondos comunitarios para contribuir al progreso económico y social (I.4)**, lo que supone un claro retroceso con respecto a 2013, cuando esta cifra se elevaba al 68,4%.

Dicho conocimiento es mayor en el caso de los hombres (33,4%) frente a las mujeres (25,8%), así como entre el segmento de edad de entre 45 y 54 años (31,8%), observándose una menor sensibilización entre la población más joven, particularmente la comprendida entre los 20 y los 24 años (19,5%), y la población con menor nivel de formación (52,2% entre las personas con estudios universitarios, frente al 7,1% entre las personas sin estudios o el 17,1% entre quienes tienen estudios primarios).

Sin embargo, entre quienes sí que son conscientes de la aportación de la UE, la valoración de la contribución resulta claramente positiva, más incluso que en los años precedentes. Así, el 76,7% considera que el papel jugado por los Fondos Europeos (FEDER y FSE) en el desarrollo de Galicia es positivo o muy beneficioso (cuando en 2013 solo lo consideraban el 54,2%), y prácticamente el 4% considera que es, de hecho, absolutamente crucial.

Si bien la aportación se identifica más con la Unión Europea, como un todo, que con las fórmulas utilizadas para su financiación, lo que supone que el conocimiento de los Fondos es reducido. De hecho, el **grado de conocimiento de los Fondos Estructurales (I.5)** ha caído de forma significativa, alejándose de los objetivos previstos a 2023. Así, únicamente **el 23,6% de la población que conoce la aportación de la UE al desarrollo regional ha oído**

hablar del Fondo Social Europeo (FSE) y tan solo el 18,9% del Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER).

Destacan tres características que suponen una constante en los últimos años:

De una parte, el *menor conocimiento del FEDER que del FSE*, y ello pese a que los proyectos o inversiones más conocidas entre la población son, precisamente, los cofinanciados por el FEDER. En concreto las infraestructuras y equipamientos (55,2%), medio ambiente (49%) y actuaciones en materia de energía (37,5%). En tanto solo el 19,7% conocen proyectos o inversiones de formación y empleo, el 15,4% ayudas para disminuir las desigualdades sociales y entre hombres y mujeres y el 15,7% ayudas para luchar contra la exclusión social y/o a personas con discapacidad.

Este aspecto incide en el hecho de que la ciudadanía gallega que conoce la aportación de la Política de Cohesión en el territorio no identifica el instrumento específico encargado de la financiación. Cuestión que se reproduce en el conjunto de la Unión Europea, lo que ha llegado a proponer, en el marco de la simplificación de la comunicación en la Política de Cohesión, el uso de una “marca única” que cubra a todos los Fondos de la UE.

Ello permitiría, por ejemplo, mejorar la difusión de las inversiones menos conocidas entre las cofinanciadas por FEDER como son las relativas a la I+D+i y la Sociedad de la Información, a través del recurso al denominado Common Dissemination Booster (CDB). Se trata de un servicio gratuito de explotación y difusión de resultados de proyectos de I+D disponible para todos los proyectos activos o finalizados, a través del cual se alienta a los proyectos a unirse para identificar una cartera común de resultados y les muestra la mejor manera de difundirlos entre los usuarios finales.

De otra, la *brecha de género* existente, particularmente manifiesta en lo que respecta al conocimiento del FEDER: así han oído hablar del FEDER un 21,4% de los hombres y un 16,6% de las mujeres y del FSE un 24,3% de los hombres y un 22,9% de las mujeres.

Asimismo existen diferencias entre los distintos tramos de edad. El conocimiento de ambos Fondos es claramente inferior entre la población más joven (de entre 16 y 19 años), resultando más reconocido el FEDER entre las personas mayores de 54 años y el FSE entre la población de entre 30 y 34 años.

El *calado creciente de los lemas elegidos en el marco de la Estrategia*, que dan continuidad al mensaje del anterior período de Programación. El 73,56% de la población que conoce la aportación comunitaria al desarrollo regional considera que estos lemas (“*FEDER, una manera de hacer Europa*” y “*El FSE invierte en tu futuro*”) reflejan adecuadamente el papel desempeñado por la UE en el mayor desarrollo económico y social de España y de Galicia, lo que supone un alza significativa con respecto a los datos de la evaluación media de los Planes de Comunicación 2007-2013 (en torno a 30 puntos porcentuales).

Desde una *perspectiva instrumental*, los datos refuerzan los del período 2007-2013: el principal canal de información para la mayor parte de la ciudadanía gallega son los medios de comunicación social: el 85,7% reconocen haber accedido a información sobre la UE y los Fondos Estructurales a través de anuncios en televisión, prensa o radio, resultando esta vía especialmente relevante entre la población masculina y en todos los tramos de edad. No obstante, llama la atención su menor relevancia entre la población de 20-24 años, entre quienes tiene, sin embargo, un peso significativamente mayor (como también entre los menores de 20 años) la información obtenida a través de Internet.

Pese a ello, se observa que el interés mostrado por los medios de comunicación por los Fondos Estructurales y de Inversión Europeos es marginal y, a menudo, condicionado por la incorporación a los mensajes de información de carácter técnico que dificulta el impacto efectivo del mensaje. Esto hace que, a menudo, la información emitida desde los gabinetes de prensa no llegue a los medios de comunicación. Teniendo en cuenta el notable impacto potencial de la herramienta, sería recomendable trabajar en la simplificación de los mensajes que, sin obviar las necesarias referencias a la participación de la UE en el desarrollo de los proyectos y de la región en su conjunto, resulten atractivos para los medios de comunicación y lleguen en mayor medida a los/as ciudadanos/as.

El proyecto COHESIFY¹⁰, que ha evaluado durante más de dos años el impacto de la Política de Cohesión en la identidad europea de los/as ciudadanos/as de la UE, ha realizado un análisis sobre la presencia de la Política de Cohesión y las diferentes temáticas asociadas a la misma en los medios de comunicación. De la misma se desprende que en el período 2010-2017 los principales temas tratados fueron la economía baja en carbono, la I+D+i, el empleo y la formación, el espíritu empresarial, el transporte y las infraestructuras, y el desarrollo local y el patrimonio cultural, aunque también se hace referencia a la Política en relación con temas políticos más amplios de la UE (como la crisis económica, la crisis de la inmigración y las irregularidades en el gasto, entre otros).

Le siguen en importancia, aunque a una distancia considerable, los carteles y posters (19,0%) y la comunicación interpersonal o “boca a boca” (16,7%), si bien esta última ha perdido relevancia en relación con 2013 (cuando el 52,2% de la ciudadanía había tenido constancia de la cofinanciación de la UE a través de terceras personas).

¹⁰ El proyecto COHESIFY, “El impacto de la Política de Cohesión de la EU en la identidad europea”, tiene como objetivo identificar los diferentes puntos de vista y actitudes de las personas que residen en la Unión Europea. Estamos particularmente interesados en entender en qué medida la Política de Cohesión para el desarrollo regional influye en el apoyo y el arraigo del ciudadano europeo, así como identificar qué es necesario para mejorar la comunicación de las políticas de la UE a la ciudadanía. El estudio, con un presupuesto de 2,4 millones de euros, está financiado por el programa Horizonte 2020 de excelencia en la investigación de la Comisión Europea.

Llama la atención el reducido impacto de los folletos, particularmente si tenemos en cuenta que únicamente el 2,5% de quienes conocen la aportación de la UE han accedido a la información a través de esta vía, cuando resulta el recurso más habitual entre las publicaciones externas, habiéndose realizado un total de 67 acciones entre 2016 y 2018; así como de Internet.

Sin embargo, en relación con este último (recursos *on-line*) se observa que tienen un mayor impacto entre la población de menor edad (de 16 a 24 años) y la población femenina, precisamente los colectivos entre los que el conocimiento de la Política de Cohesión resulta menor. En consecuencia, se presenta como un recurso con un notable potencial de cara a un futuro inmediato, lo que refuerza las conclusiones alcanzadas por el proyecto de investigación COHESIFY.

Parece, en consecuencia, conveniente, potenciar el uso de las herramientas de comunicación *on-line*, particularmente las redes sociales, para transmitir a la ciudadanía el impacto de los fondos de la Política de Cohesión. A estos efectos, la presencia en redes sociales (que comienza a aparecer ya a nivel de proyectos), los eventos transmitidos en directo (*streaming*), las listas de difusión a través de WhatsApp o aplicaciones de distribución de correos electrónicos, pueden ser recursos interesantes a valorar por parte de las Autoridades del Programa y/o los beneficiarios u órganos gestores.

En conclusión y de acuerdo con lo expuesto anteriormente, *la sensibilidad de la población gallega con respecto a la contribución de los Fondos Estructurales al desarrollo socio-económico de la región ha sufrido un notable deterioro condicionado por la caída de Fondos Estructurales percibidos por la región, la reorientación de la inversión (que prioriza proyectos orientados a la I+D+i, la competitividad empresarial y el medio ambiente con menor visibilidad que las infraestructuras) y la priorización de otros temas políticos que han relegado a un segundo plano la Política de Cohesión*.

En este contexto, persisten las dificultades de hacer llegar el mensaje a la población más joven y a la población femenina.

Un eslabón intermedio entre los beneficiarios y la población en general corresponde a los **beneficiarios potenciales** cuyo interés se centran, fundamentalmente en la información sobre las oportunidades. A este respecto se observa que, pese a que disponen de multiplicidad de fuentes de información, a menudo éstas están dispersas y aportan una información excesivamente técnica. Es por ello que se plantea la conveniencia de mejorar la accesibilidad a esta información aunándola en un único canal que reporte una información actualizada en tiempo y en forma.

De cara al futuro, se recomienda tomar en consideración las orientaciones realizadas desde la Comisión Europea de cara al período 2021-2027, con el fin de fomentar una Europa cada

vez más cercana a los/as ciudadanos/as: **comunicar mejor los resultados positivos de la Política de Cohesión**, asociar estos resultados con una “marca única” y promover la realización de acciones de potencial impacto, tales como el **desarrollo de planes de difusión de información a través de las tecnologías de la información y la comunicación** (destacando el papel potencial de las redes sociales, trabajando en los principales retos que estas acarreen: concienciación –hacer que los mensajes se vean–, apreciación –emitir mensajes que sean del interés y el gusto del público destinatario–, retención –lograr que los mensajes se recuerden–, e incidencia –lograr que los mensajes se compartan y tengan un impacto real sobre la ciudadanía–).

Por otra parte, se recomienda, también, el aprovechamiento de las sinergias positivas que supone la unión de fuerzas entre todos los organismos / entidades encargados de mejorar la visibilidad de la Unión Europea y, de forma particular, la Política de Cohesión y los Fondos Estructurales en la Comunidad Autónoma de Galicia. En concreto, hasta el momento no se ha producido una colaboración efectiva del Organismo Intermedio y los puntos de la red Europe Direct en la región encargados de la información y formación sobre la Unión Europea a través de la organización de debates políticos, actos en centros escolares, representaciones en ferias y exposiciones o generación de herramientas propias de comunicación.

7. VALORACIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS PRESENTADAS

a) *Propuesta metodológica*

Tal y como ha quedado patente a lo largo de los análisis previos, la Estrategia de Comunicación de los PO FEDER y FSE Galicia 2014-2020, en el marco definido por el GERIP, concede una **relevancia muy significativa a la presentación de las Buenas Prácticas de Actuaciones Cofinanciadas** como vía para visualizar el impacto de los Fondos Estructurales.

Así, en la comunicación de la Política de Cohesión, se ha propugnado desde el GERIP la selección y presentación de buenas prácticas de actuaciones como un elemento estratégico e integrador de las diferentes áreas de la gestión de FEDER y FSE que permite el intercambio de experiencias positivas y la difusión de los resultados y el impacto generado tanto desde una perspectiva cuantitativa como cualitativa.

Su relevancia se ha concretado en la Estrategia de Comunicación en un compromiso muy ambicioso: que el montante global que supongan las Buenas Prácticas en el total del período supere al menos el 50% del montante total asignado y que todos los organismos públicos que reciben fondos procedentes de la Política de Cohesión en cada Programa Operativo presente al menos una buena práctica por año. Esta obligación se hace extensible a aquellos Organismos Públicos que gestionan líneas de ayuda a empresas, que en este caso deberán presentar Buena Prácticas que impliquen a alguna o algunas de las empresas que hayan sido beneficiarias de las ayudas de una determinada convocatoria (pudiendo establecerse una diferenciación regional).

Con esta finalidad se ha programado la **medida 2.10 de la Estrategia de Comunicación**, en el marco de la cual se entiende por Buena Práctica **aquella operación que cumple con los siete criterios consensuados y aprobados en el seno del GERIP en 2011**¹¹ (los cuales han sido considerados convenientes en tanto cumplen los requisitos de ser comprensibles, flexibles y completos) y que han sido incorporadas en las Bases de Datos de Buenas Prácticas de la Autoridad de Gestión:

- ✦ **CRITERIO 1:** Elevada difusión entre los beneficiarios, beneficiarios potenciales y el público en general.
- ✦ **CRITERIO 2:** Incorporación de elementos innovadores.

¹¹ Los criterios que rigen la selección de Buenas Prácticas fueron debatidos y aprobados por GERIP en la sesión celebrada el 27 de octubre de 2011 y, que tal y como queda constancia en el acta de la reunión correspondiente al 7 de febrero de 2012, lograron el visto bueno de la DG REGIO de la Comisión Europea en los Encuentros Anuales de dicho año 2011.

- ✦ **CRITERIO 3:** Adecuación de los resultados obtenidos a los objetivos establecidos.
- ✦ **CRITERIO 4:** Contribución a la resolución de un problema o debilidad regional.
- ✦ **CRITERIO 5:** Alto grado de cobertura sobre la población a la que va dirigido.
- ✦ **CRITERIO 6:** Consideración de los criterios horizontales de igualdad de oportunidades y de sostenibilidad ambiental.
- ✦ **CRITERIO 7:** Sinergias con otras políticas o instrumentos de intervención pública.

La metodología definida para la valoración de las buenas prácticas presentadas se sustenta en la empleada en la evaluación que de las mismas se realizó en las evaluaciones finales de los Planes de Comunicación del período 2007-2013 abordadas en 2013¹², con el fin de poder establecer una comparativa e identificar los aspectos en los que se haya producido una evolución (ya sea positiva o negativa) en el período 2014-2019 (junio).

De acuerdo con ello se ha procedido a analizar el volumen de buenas prácticas publicadas y el consiguiente cumplimiento del compromiso establecido en la Estrategia de Comunicación, el beneficiario público o gestor de las ayudas que presenta la buena práctica, el Eje u Objetivo Temático en el que se desarrolla la operación, su perspectiva temporal y territorial, así como el cumplimiento de los criterios de selección.

b) Procedimiento de selección de buenas prácticas

Para la selección de las buenas prácticas, en el contexto del sistema de comunicación de la Xunta de Galicia, se ha definido un **procedimiento** estructurado en tres fases que *garantiza la calidad de las buenas prácticas seleccionadas y presentadas*.

- ✦ **FASE PREVIA:** Concienciación de la relevancia de las buenas prácticas como herramienta de comunicación e información sobre las obligaciones de los beneficiarios y los herramientas disponibles para su cumplimiento. Aunque no es estrictamente una fase del procedimiento, tanto la Xunta de Galicia, en tanto Organismo Intermedio (OI), como las Autoridades de Gestión, particularmente la Dirección General de Fondos Europeos, han realizado una campaña de concienciación e información entre los responsables de comunicación y los beneficiarios públicos/órganos gestores de la ayuda.

¹² Para el PO FEDER Galicia 2007-2013, dado que en el caso del PO FSE Galicia 2007-2013 no se valoraron las buenas prácticas de actuaciones cofinanciadas, restringiendo el estudio a las buenas prácticas de comunicación.

Así, en todas las jornadas, foros o seminarios sobre Fondos Estructurales celebrados en Galicia en los que se ha tratado la comunicación como parte del temario u orden del día, se ha informado acerca de la relevancia, objetivos e instrumentos vinculados a las buenas prácticas de las operaciones cofinanciadas.

- ✈ **FASE 1:** Identificación de las operaciones que pueden ser consideradas buenas prácticas y presentación de las mismas al Organismo Intermedio. Con carácter anual, desde el Organismo Intermedio se solicita a los beneficiarios públicos y órganos gestores de la ayuda, junto con la información sobre las actuaciones de comunicación realizadas, la propuesta de operaciones que puedan considerarse como buenas prácticas, que habrán sido identificadas como tales previamente en Fondos2020.

Los beneficiarios públicos y órganos gestores proceden a valorar el cumplimiento de los 7 criterios anteriores en sus operaciones para seleccionar aquella que se adecúe en mayor medida a los mismos para proceder, a continuación, a la elaboración de los informes/fichas que deben recoger:

- ✈ Una breve descripción de la actuación que se presenta.
- ✈ Su coste elegible y la tasa de cofinanciación del FEDER/FSE.
- ✈ Período de ejecución.
- ✈ La estimación de su impacto efectivo.
- ✈ La valoración de por qué la actuación cumple con cada uno de los Criterios de Buena Práctica.

Esta valoración incluirá toda la documentación gráfica y del tipo que se considere que permite comprender lo que se indica.

Especial énfasis se ha puesto en las diferentes reuniones del GERIP, de la necesidad de que la información recogida en estas fichas/informes resulte completa y comprensible, dado que el objetivo final de las mismas es su difusión entre el conjunto de la ciudadanía tanto en español como en inglés.

- ✈ **FASE 2:** Revisión de los informes de buenas prácticas por parte del Organismo Intermedio, para su corrección y aprobación. A partir de este momento se produce una diferenciación clara entre las operaciones de FEDER y FSE:

- ✈ En el caso de las buenas prácticas de operaciones cofinanciadas por FEDER, los informes validados por el Organismo Intermedio son remitidos a la Autoridad de Gestión que procederá a su visto bueno o, en su caso, solicitará la corrección de aquellos elementos que se consideren “insuficientes” para la presentación de la buena práctica.

- ✦ Por su parte, en el caso de las operaciones cofinanciadas con FSE, la Autoridad de Gestión no procede a la revisión y aprobación de las buenas prácticas, ni dispone de una base en su página web, por lo que el filtro final corresponde al Organismo Intermedio.
- ✦ **FASE 3: Difusión de las buenas prácticas** a través de su inclusión en la base de datos de buenas prácticas (<http://www.dgfc.sepg.hacienda.gob.es/sitios/dgfc/es-ES/ipr/fcp1420/c/bp/Paginas/inicio.aspx>), incorporación al Anexo de Comunicación de los Informes Anuales de Ejecución o presentación en los foros pertinentes (entre los que cobra una relevancia especial el Acto Anual del FEDER), tanto en español como en inglés.

Siguiendo este procedimiento, hasta el momento han superado todas las fases **cuatro buenas prácticas de operaciones cofinanciadas por FEDER**.

- ✦ Adquisición y montaje de los equipamientos para la puesta en marcha y funcionamiento de los servicios sanitarios en el nuevo Hospital de Vigo (2017), del Servicio Gallego de Salud (SERGAS).
- ✦ Itinerario peatonal y ciclista en la PO-308 (P.K. 25+200/27+970) (2017) de la Agencia Gallega de Infraestructuras (AXI).
- ✦ Actuaciones de acondicionamiento y puesta en valor del Camino de Santiago del Norte, ruta del interior, también conocido como Camino Primitivo o de Oviedo (2018), de la Agencia de Turismo de Galicia.
- ✦ Adquisición de vehículos equipados para la prevención y defensa contra incendios forestales (2018), de la Dirección General de Ordenación Forestal.

En el caso de las operaciones cofinanciadas con FSE han sido presentadas dos que han pasado el filtro del Organismo Intermedio, si bien **no se ha procedido a su publicación en ninguna base de datos**.

c) Valoración de buenas prácticas de operaciones cofinanciadas

La propuesta metodológica recogida por la Guía establece que han de evaluarse todas aquellas Buenas Prácticas que han sido convenientemente presentadas e incorporadas en las Bases de Datos de Buenas Prácticas de las Autoridades de Gestión, requisito que, a la fecha de realización de presente informe únicamente cumplirían cuatro operaciones.

En el caso de las operaciones cofinanciadas por FSE, se está pendiente de la creación de una Base de Datos de Buenas Prácticas, por lo que ninguna de las presentadas cumpliría con este segundo requisito.

Esto, unido a la escasez de buenas prácticas publicadas hasta el momento, ha llevado al equipo evaluador a abordar también el estudio y valoración de aquellas operaciones que han sido presentadas por los diferentes gestores, pero que no han contado con el visto bueno del Organismo Intermedio o la Autoridad de Gestión (en el caso de FEDER), o publicadas en la correspondiente Base (solo en el caso del FSE) con el fin de poder identificar en qué elementos radican las principales debilidades y proponer recomendaciones que mejoren los informes de buenas prácticas de cara al futuro.

De acuerdo con la metodología propuesta en la Guía Metodológica y apuntada al inicio del presente capítulo, el equipo evaluador se ha planteado varias preguntas fundamentales en torno a las buenas prácticas:

- ✚ En relación con el cumplimiento del compromiso adquirido en la medida 2.10 de la Estrategia de Comunicación: ¿Se está cumpliendo con el requisito de presentación de buenas prácticas establecido? En caso contrario, ¿a qué se debe este incumplimiento? ¿Qué organismos presentan mayores dificultades?
- ✚ En relación con la calidad de los informes de buenas prácticas presentados: ¿Qué valoración merecen los informes de evaluación presentados hasta el momento? ¿Qué deficiencias presentan los mismos? ¿Cuáles han sido los criterios que han presentado mayores dificultades para su justificación?

Cumplimiento del requisito de presentación de buenas prácticas (medida 2.10 de la Estrategia de Comunicación de los PO FEDER y FSE Galicia 2014-2020).

La medida 2.10 de la Estrategia de Comunicación de los PO FEDER y FSE Galicia 2014-2020 establece, en coherencia con el consenso alcanzado en el GERIP, que “todos los organismos públicos que reciban fondos procedentes de la Política de Cohesión en cada PO deberán presentar al menos una buena práctica por año (...). En todo caso, se intentará que el montante global que supongan las buenas prácticas en el total de período supere al menos el 50% del montante asignado”.

A estos efectos, consideraremos que los beneficiarios públicos comprometidos por este requerimiento son aquellos que, a su vez, tienen la responsabilidad de nombrar una persona responsable en la materia y que están identificados en el capítulo 4 de la Estrategia (con la excepción de la Intervención General de la Comunidad Autónoma y la Dirección General de Proyectos y Fondos Europeos que únicamente gestionan ayuda para proyectos de Asistencia Técnica). Estos ascienden a un total de 29 que, en su conjunto, y *para las*

anualidades 2016 a 2018¹³ deberían haber presentado un total de 87 informes de buenas prácticas.

En la práctica, sin embargo, se han presentado únicamente 15, de las cuales han pasado todas las fases del procedimiento descrito en el apartado 7.b) y, por tanto, están publicadas en la correspondientes Base de Datos de Buenas Prácticas, únicamente 4, todas ellas operaciones del PO FEDER Galicia 2014-2020 de las anualidades 2017 y 2018, lo que supone un 4,6% del requisito de la medida 2.10, si bien el porcentaje podría elevarse al 17,2% si, finalmente, se aprobasen las buenas prácticas presentadas en fase de revisión (un total de 11, 2 de FSE y 9 de FEDER).

Desde el punto de vista financiero las operaciones consideradas como buenas prácticas hasta el momento representan 42.817.708,14 euros, lo que supone el 3,5% de la ayuda (FEDER y FSE) programada para Galicia en el período 2014-2020. Esta importe, no obstante, se elevaría a 68.388.187,42 euros de considerar la totalidad de los informes presentados para su validación (es decir, un 5,5% de la ayuda).

En conclusión, *el esfuerzo realizado por los organismos gestores y el Organismo Intermedio para la selección y presentación de buenas prácticas resulta claramente insuficiente para cumplir con el compromiso adquirido en el marco de la Estrategia de Comunicación*, persistiendo la necesidad de presentar y aprobar 72 informes de buenas prácticas adicionales para las anualidades 2016-2018, y un total de 129 para todo el período, las cuales deberían representar, al menos, un 44,5% de la ayuda programada, es decir, 575.147.133,86 euros.

Ello se debe a tres motivos fundamentales:

- ✚ La existencia de un problema de concienciación de la relevancia de las buenas prácticas entre los agentes implicados (tanto beneficiarios privados y públicos como órganos concedentes de ayudas), a lo que se ha unido, en algunos casos particulares, la falta de comprensión acerca de la tipología de actuaciones que pueden ser destacadas como buenas prácticas.
- ✚ Los beneficiarios públicos han encontrado dificultades en la justificación de varios de los criterios requeridos por la condición de buena práctica así como la valoración del impacto de la actuación cofinanciada (particularmente desde una perspectiva cuantitativa).

¹³ Considerando los años 2016 (primero en el que se certifica gasto tras la aprobación de la Descripción de Sistemas) y 2018 (última anualidad íntegra finalizada en el momento de la realización de la presente evaluación).

- ✦ En última instancia, en el caso de las operaciones cofinanciadas por FSE, la reciente habilitación de la nueva página web ha acarreado retrasos en la creación la Base de Datos de Buenas Prácticas por parte de la UAFSE, por lo que no se han podido publicar las buenas prácticas elaboradas. Sería, en consecuencia, conveniente actualizar esa Base de Datos para poder finalizar el procedimiento de selección y presentación de buenas prácticas de FSE.

Los beneficiarios públicos que han presentado mayores dificultades en la presentación y justificación se identifican con aquellos que a la fecha actual no han presentado ninguna buena práctica para su valoración, es decir, la Agencia Gallega de Innovación-AGAIN, la Dirección General de Patrimonio Cultural, la Secretaría General de Empleo, la Dirección General de Orientación y Promoción Laboral, la Secretaría General de Universidades, la Dirección General de Familia, Infancia y Dinamización Demográfica, la Dirección General de Mayores y Personas con Discapacidad, la Agencia Gallega de emergencias (AXEGA), la Secretaria General Técnica (Vicepresidencia), el IGAPE, la Dirección General de Movilidad, el Instituto Gallego de Vivienda y Suelo (IGVS), Aguas de Galicia y el Consorcio Gallego de Servicios de Igualdad y Bienestar.

Por Ejes son los Ejes 1 y 3 donde aún no se han propuesto ejemplos de buenas prácticas, frente a la situación más favorable que han supuesto los ejes 4, 5 y 9, en los que las propuestas de casos de éxito ascienden a 3 en cada caso, lo que representa el 60% del total de las buenas prácticas propuestas.

Calidad de los informes de buenas prácticas presentados.

La valoración más formal de las buenas prácticas corresponde a la presentación de las mismas. En la medida en que el informe de presentación constituye el vehículo de difusión de los diferentes casos tanto entre el público más especializado como entre el conjunto de la población, la fórmula de presentación es un elemento relevante, lo que llevó a su consideración en la valoración de las buenas prácticas de actuaciones cofinanciadas (FEDER) en la evaluación de 2013 y se aborda, asimismo, a continuación.

Las buenas prácticas seleccionadas tienen en común que representan operaciones que han destacado por sus positivos planteamientos estratégicos y obtención de resultados, contribuyendo significativamente a los objetivos de los respectivos Programas Operativos.

Sin embargo, su presentación a través de los informes de buenas prácticas no permite poner en valor todo el potencial de las mismas, por lo que se ha realizado un análisis detallado y la consiguiente valoración de los informes elaborados (tanto de buenas prácticas aprobadas como de aquellas que se encuentra en el procedimiento de selección y aprobación), del que se desprenden las siguientes conclusiones:

✚ Los **informes de operaciones que han finalizado el procedimiento de selección y publicación de buenas prácticas (4)** se caracterizan porque:

- ✚ Todos los informes recogen una *breve descripción inicial de la operación*, en la que se explican las actuaciones desarrolladas, se detalla el coste elegible, la tasa de cofinanciación y ayuda recibida, y se identifica al beneficiario público u organismo responsable de la ejecución. No obstante, se observa que en la mayor parte de los casos (75%) no se deja constancia del período de ejecución.

En lenguaje utilizado es, en líneas generales, sencillo y directo, lo que facilita el impacto sobre la población en general, si bien existe alguna salvedad en este sentido, como es el caso del material / servicios sanitarios del nuevo Hospital de Vigo.

Por otra parte, la explicación del impacto generado por la operación resulta, en general muy somera, pudiendo considerarse claramente parcial en el 50% de los casos, por lo que sería recomendable ofrecer alguna orientación que permita valorar este impacto, tanto desde una perspectiva cualitativa o descriptiva, como cuantitativa (poniendo, por ejemplo, la población, área u otros afectados en relación con el total de la comunidad o el ámbito de referencia).

- ✚ Asimismo, en todos los casos *se han considerado los siete criterios consensuados en el seno del GERIP* como elementos de juicio para la selección de las buenas prácticas, al tiempo que han constituido el eje de la presentación de los informes de las mismas.

No obstante, en la justificación de alguno de los criterios se han detectado mayores dificultades. Por ejemplo, en la identificación de elementos innovadores, la resolución de un problema o debilidad (observándose una tendencia a confundir la presentación de los resultados con la debilidad afrontados, sin quedar esta última claramente identificada en el 50% de los casos) o las prioridades horizontales, donde se ha optado en la mayor parte de los casos por adoptar fórmulas genéricas que ponen de manifiesto el cumplimiento de la normativa vigente y/o la neutralidad de la operación, sin destacar elementos de contribución positiva (más allá, por ejemplo, del uso del lenguaje no sexista o la consideración de fórmulas de discriminación positiva en los procesos de contratación).

- ✚ Sin embargo, como se ha señalado previamente, únicamente el 26,7% de las buenas prácticas propuestas han sido aprobadas hasta el momento, por lo que parece interesante valorar los **informes de las buenas prácticas aún inmersas en el proceso de aprobación (11)**, con el fin de identificar los elementos potenciales de mejora. De forma global, la revisión de los mismos permite identificar dos debilidades fundamentales: la presentación de información incompleta que dificulta la puesta en valor de las operaciones y el uso de argumentos erróneos en la justificación de los diferentes criterios. De forma más concreta:

- ✦ Si bien todos los informes recogen una *breve descripción inicial de la operación*, se observa que esta adolece de varias deficiencias: el 45,5% de las mismas no identifica el organismo ejecutor o el beneficiario público; el 72,7% no recoge o lo hace de forma parcial, la información relativa al coste del proyecto, la tasa de cofinanciación y la ayuda FEDER / FSE percibida; el 45,5% no señala el período de ejecución de la operación; y el 90,9% no realiza una descripción suficiente del impacto generado por la misma, observándose una especial dificultad para aportar datos cuantitativos del mismo.
- ✦ En líneas generales, los *informes cuentan con los argumentos justificativos del cumplimiento de los siete criterios consensuados en el seno del GERIP*, si bien existe alguna salvedad en la que estos no se han justificado.

Se observan especiales dificultades en el cumplimiento del primero de los criterios justificativos (adecuada comunicación de la operación), por dos motivos fundamentales: la mayor parte de las operaciones limitan sus actuaciones a los requisitos reglamentarios en la materia, cuando la condición de buena práctica exige un mayor esfuerzo en la difusión de la contribución de los Fondos Estructurales en el desarrollo regional; y en algunos casos la aportación gráfica y el detalle de las acciones puestas en marcha no permiten garantizar la publicidad de la ayuda recibida, centrándose más en la operación en sí.

Los criterios para los que identifican mayores dificultades de justificación son la existencia de elementos innovadores, la cobertura de la población (en relación con la cual no suelen presentarse datos cuantitativos) o el cumplimiento de los principios horizontales.

No obstante todo lo anterior, el equipo evaluador considera que la mayor parte de los informes o fichas de buenas prácticas pueden ser objeto de mejora, ampliando la información aportada, utilizando en cada criterio los argumentos más adecuados y aportando los soportes gráficos convenientes para lograr finalizar el procedimiento y proceder a la difusión de las operaciones.

d) Identificación de ámbitos de mejora

En un contexto en el que, como ha quedado patente, existen importantes dificultades para cumplir con los compromisos adquiridos en relación con la selección y presentación de Buenas Prácticas, se considera que es necesario realizar un esfuerzo significativo por todas las partes implicadas en las próximas anualidades.

Entre los posibles ámbitos de mejora identificados hacia los que pueden orientarse los esfuerzos necesarios podrían destacarse:

- ✦ Lograr una mayor implicación de los beneficiarios públicos y órganos gestores de la ayuda en la selección y presentación de buenas prácticas.
- ✦ La creación de fórmulas específicas de apoyo a los beneficiarios públicos y órganos gestores de la ayuda para la selección y presentación de buenas prácticas, como pueden ser:
 - ✦ Formación de los beneficiarios públicos y órganos gestores a través de la realización de cursos específicos sobre la materia que permitan conocer con precisión el contenido de los informes de buenas prácticas y, de forma particular, los elementos que han de ponerse en valor en cada uno de los criterios de selección; así como proponer vías para la incorporación de datos cuantitativos tanto en lo que se refiere a la consideración del impacto de la actuación, como a la obtención de resultados o la cobertura de la población.
 - ✦ Establecimiento de líneas directas de asesoramiento para los beneficiarios por parte del Organismo Intermedio y/o las Autoridades de Gestión.
 - ✦ Elaboración de orientaciones generales o guía para la redacción de los informes (enfaticando las recomendaciones para aquellos criterios en los que se han detectado mayores dificultades como son la incorporación de elementos innovadores o los principios horizontales o el uso de información cuantitativa que justifique los resultados y el impacto de la operación, así como la cobertura de la población objetivo).
- ✦ El incentivo de la búsqueda de buenas prácticas de las anualidades 2016, 2017 y 2018, en paralelo a la presentación de las correspondientes a los próximos años, y apoyo en la mejora de las presentadas hasta el momento para garantizar la calidad de los informes y su posterior difusión.
- ✦ La actualización del contenido de las Bases de Datos de Buenas Prácticas que permiten la finalización del procedimiento:
 - ✦ A nivel de Administración General del Estado, el sitio único de la Política de Cohesión (FEDER) (<https://www.dgfc.sepg.hacienda.gob.es/sitios/dgfc/es-ES/ipr/fcp1420/c/bp/Paginas/inicio.aspx>) dispone de una base de datos de buenas prácticas a nivel de PO en la que se recogen todas aquellas que han pasado por todos los filtros descritos anteriormente.

En el período de análisis que abarca el presente informe, la Autoridad de Gestión de FSE no disponía, por el contrario, de una base de buenas prácticas que sí ha sido incorporada a la nueva página web de la UAFSE (<http://www.mitramiss.gob.es/uafse/es/buenas-practicas/index.htm>). No obstante, esta presenta aún algunas cuestiones a mejorar, tales como que las buenas prácticas identificadas incluyen un enlace a la web de la Comisión Europea, pero no el informe de buenas prácticas consensuado en el marco del GERIP; únicamente se incorporan ejemplos de casos de éxito para los años 2014, 2015 y 2016; o que no se aporta información sobre el PO en el que se enmarcan los proyectos.

- ✦ En el ámbito regional, por su parte, la nueva página web de Fondos Europeos tiene un apartado específico para recoger las buenas prácticas (<http://www.fondoseuropeos.gal/es/informacion-e-comunicacion/boas-practicas;jsessionid=gtxSSC083twINMA2AAZ068is.3cff3fba-05c7-3b0f-9a5c-f3401daeaddc>) en el que únicamente aparecen hasta el momento los 4 informes (en español y en inglés) de operaciones cofinanciadas por FEDER, por lo que sería recomendable incorporar al mismo los informes de aquellas buenas prácticas de FSE que han pasado por las fases previas del procedimiento.

8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES: PROPUESTA DE MEDIDAS A ADOPTAR

El procedimiento de Evaluación definido a través de la “*Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de las Estrategias de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER y del Fondo Social Europeo 2014-2020*” ofrece una respuesta completa y eficiente a los requerimientos reglamentarios en materia de evaluación de la Estrategia de Comunicación de los PO FEDER y FSE Galicia 2014-2020, que ha permitido concretar en una batería de conclusiones y recomendaciones los principales elementos del proceso.

El presente capítulo recoge las conclusiones derivadas de los análisis realizados y propone una serie de recomendaciones que deberán permitir, por un lado, avanzar en la superación de los elementos críticos identificados, y por otro, ayudar a preparar la estrategia de comunicación del próximo período de programación 2021-2027, que quedará integrada en el propio texto de los Programas Operativos.

Conviene tener presente, no obstante, que las consideraciones recogidas a continuación no tienen un carácter exhaustivo, siendo precisa la lectura íntegra del Informe de cara a una mejor comprensión de las mismas, así como a una visión más completa de la situación actual de la información y publicidad relativa a las intervenciones cofinanciadas por los Fondos Estructurales a través de los PO regionales en la región gallega.

8.1. PRINCIPALES CONCLUSIONES

- ✦ La elaboración de la Estrategia de Comunicación de los PO FEDER y FSE Galicia 2014-2020 se ha realizado en el marco de cooperación y consenso propugnado por el GERIP, respondiendo en un grado máximo a los requisitos reglamentarios y aportando elementos adicionales que enriquecen su contenido y alcance, como son la descripción de herramientas y canales previstos y su interrelación, la garantía de la calidad del sistema de seguimiento y la coordinación integral de la Estrategia.
- ✦ En este contexto se ha definido una estrategia coherente que, en líneas generales, ofrece una respuesta a las recomendaciones realizadas en las evaluaciones de los anteriores Planes de Comunicación, y que cuenta con un marco lógico de intervención que garantiza la adecuada vinculación entre los objetivos, los grupos destinatarios identificados y las medidas diseñadas para su consecución y permite dar una respuesta efectiva a las necesidades de los agentes económicos implicados en el desarrollo del Programa y al conjunto de la población, si bien en este último caso los retos pendientes son mayores.

✦ Por otra parte, la Estrategia cuenta con las **herramientas suficientes para la incorporación del principio de igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres** en las medidas de información y publicidad, lo que ha permitido su implementación en la práctica durante el período de análisis, si bien se detectan **ciertas deficiencias en algunos elementos en cuya resolución es necesario continuar trabajando**.

✦ La Estrategia de Comunicación y los organismos implicados en su adecuado desarrollo (Autoridades de los Programas, así como beneficiarios públicos y/u órganos gestores de ayudas) disponen de unos **medios económicos, técnicos adecuados, observándose mayores necesidades en la dotación de personal**. A estos efectos existe una **insuficiencia de personal tanto en la Autoridad de Gestión del FSE, como en el Organismo Intermedio y, aunque en menor medida, también en la Autoridad de Gestión del FEDER**.

✦ La red GERIP ha consolidado su papel de impulsor y coordinador de la comunicación en la Política de Cohesión en España comprometiendo a los diferentes organismos en la utilización de las herramientas diseñadas y los mecanismos de funcionamiento creados. Sin embargo, el compromiso, participación y respuesta por parte de la Autoridad de Gestión del FSE en el trabajo de la red pueden calificarse de insuficientes, observándose una desvinculación progresiva en el marco de las reuniones celebradas en el período de evaluación.

Los positivos resultados se prevé que se verán reforzados a nivel regional con la puesta en marcha de la Red de Información de los Fondos Europeos en Galicia (RIFEGA), constituida, finalmente, en octubre de 2019.

✦ El sistema de seguimiento definido en el marco de la Estrategia se ha sustentado sobre las lecciones de la experiencia, aprovechando las potencialidades del sistema diseñado en el período 2007-2013, e introduciendo algunas mejoras que lo han dotado de una mayor amplitud y coherencia con los avances en la Estrategia: la identificación de buenas prácticas que afianzan la perspectiva de orientación a resultados que ha caracterizado a la Política de Cohesión en el período 2014-2020; la periodicidad del registro de la información al menos dos veces al año; la incorporación del plan de actuaciones previstas en cada anualidad y la mejora en la seguridad del acceso a la aplicación informática de seguimiento.

Los **tres referentes fundamentales** del sistema son el registro de las actuaciones puestas en marcha a través de la **aplicación informática INFOCO 2014** y la consiguiente cuantificación de los **indicadores de realización y resultado**, la **selección y publicación de buenas prácticas**, y el reporte de información a través de los **Informes Anuales de Ejecución** y la presentación de los avances al **Comité de Seguimiento**.

La Xunta de Galicia y las Autoridades de Gestión han definido los **procedimientos necesarios para la puesta en marcha de los mecanismos para la recopilación, análisis y**

registro de la información coherentes con el sistema y que garantizan la disposición de información de calidad. No obstante, estos **requieren de unos tiempos y esfuerzos elevados** para su implementación que han derivado en unos registros incompletos en las primeras anualidades y una periodicidad del volcado anual, así como en las dificultades para la identificación y presentación de buenas prácticas.

Por otra parte, la información reportada al Comité de Seguimiento y recogida en los Informes Anuales de Ejecución cumple con los requisitos reglamentarios, de forma más detallada en el caso del PO FEDER.

- + Las medidas programadas han sido puestas en marcha de forma generalizada, y en coherencia con las necesidades de los diferentes colectivos destinatarios en cada una de las fases de los Programas, con algunas excepciones puntuales: la creación de un sitio único de la Política de Cohesión en España en el ámbito del FSE, dado que la web fue puesta en marcha fuera del plazo de análisis correspondiente a la presente evaluación; la adecuación y el retraso en la publicación de la información recogida en la lista de operaciones; la celebración de un acto anual acorde a lo establecido en el punto 2.1.2.b) del Anexo XII del Reglamento (UE) Nº 1303/2013 por parte de la Autoridad de Gestión del FSE; la creación de una herramienta informática para la elaboración de los elementos de comunicación, que ha sufrido retrasos en su diseño; y la campaña de difusión de los logros de los Programas, cuya ejecución está prevista al cierre del período de programación.

Ello se traduce en un **avance significativo de los indicadores** que, en media, superan el 62% de las previsiones (sin considerar el dato distorsionado de los puntos de distribución). Este elevado ritmo de ejecución aparece en los indicadores de realización, pero, sobre todo en los de resultado, apuntando las expectativas a una sobreejecución a la finalización del período.

- + A nivel de beneficiarios públicos y organismos gestores de ayudas, si bien existen ámbitos de mejora en todos los casos puede considerarse que presentan un compromiso, cuando menos, adecuado en el 82,6% de los organismos implicados, es decir, Autoridades de Gestión, Organismo Intermedio y resto de organismos públicos regionales. No obstante, la implicación y compromiso difieren de unos a otros, pudiéndose establecer diferentes categorías a las que habría que tratar de modo diferenciado para mejorar los resultados en materia de comunicación.

Bajo la consideración de seis criterios que abarcan desde la ejecución y registro de actuaciones de información y comunicación, a la diversidad y adecuación de las mismas (en el caso de la web y lista de operaciones), la presentación de buenas prácticas y la participación en las tareas de evaluación, se han diferenciado tres grupos de organismos:

- ✦ Los organismos con mayor margen de mejora que presentan una falta de compromiso generalizada con cuestiones relacionadas con la información y comunicación de Fondos Estructurales, entre los que se encuentran la Autoridad de Gestión del FSE, y, 6 organismos en el ámbito regional la Intervención General de la Comunidad Autónoma, tanto en el ámbito de FEDER como de FSE; la Agencia Gallega de Servicios Sociales; la Subdirección General de Promoción Laboral; la Subdirección General de Empleo; la Subdirección General de Política Familiar, Infancia y Adolescencia; y el Consorcio Gallego de Servicios de Igualdad y Bienestar.
- ✦ Los organismos que tienen un comportamiento que puede ser considerado como regular dado que, pese a cumplir con los requisitos mínimos, presentan margen de mejora especialmente en lo relativo a la presentación de buenas prácticas y la disponibilidad de una web con información completa a nivel de Dirección General. Entre ellos se incluyen en total de 9 organismos: Secretaría General Técnica de la Consellería de Política Social, Agencia para la Modernización Tecnológica de Galicia (AMTEGA); Secretaría General Técnica de la Vicepresidencia y Consellería de Presidencia, Administraciones Públicas y Justicia, Instituto Gallego de Vivienda y Suelo (IGVS), Subdirección General de las Cualificaciones, Subdirección General de Inclusión e Integración Social, Subdirección General de Promoción Científica y Tecnológica Universitaria, Subdirección General de Aprendizaje Permanente y Enseñanzas de Régimen Especial y la Subdirección General para el Tratamiento de la Violencia de Género.
- ✦ La mayor parte de los organismos presentan un mayor compromiso con las tareas de información y comunicación (hasta un total de 26), aunque presentan una clara debilidad en lo que respecta a la presentación de buenas prácticas.

Entre este grupo destaca el propio Organismo Intermedio (Dirección General de Política Financiera, Tesoro y Fondos Europeos), la Subdirección General de Gestión del FSE, y hasta un total de 26 organismos gestores regionales: Agencia Gallega de Innovación (GAIN), Instituto Energético de Galicia (INEGA), Secretaría General Técnica de la Consellería de Educación, Universidad y Formación Profesional, Dirección General de Patrimonio Cultural, Servicio Gallego de Salud (SERGAS), Dirección General de Ordenación Forestal, Dirección General de Calidad Ambiental y Cambio Climático, Dirección General de Patrimonio Natural, Dirección General de Emergencias e Interior, Dirección General de Inclusión Social, Secretaría General de Universidades, Dirección General de Familia, Infancia y Dinamización Demográfica, Dirección General de Mayores y Personas con Discapacidad, Agencia Galega de Emergencias (AXEGA), Instituto Gallego de Promoción Económica (IGAPE), Dirección General de Movilidad, Aguas de Galicia, Centro Informático para la Gestión Tributaria, Económico-Financiera y Contable (CIXTEC), Subdirección General de Economía Social, Subdirección General de Relaciones Laborales, Subdirección General de Promoción de la Autonomía Personal y Prevención de la Dependencia, Subdirección General de Dependencia y Valoración de la

Discapacidad, Subdirección General de Recursos Económicos, y Otros Programas Comunitarios y Subdirección General de Promoción de la Igualdad.

- ✦ Finalmente, destacan por el cumplimiento de todos los requisitos reglamentarios con solvencia la Autoridad de Gestión del FEDER, (Dirección General de Fondos Europeos, del Ministerio de Hacienda), así como los organismos que han cumplido el 100% de los criterios considerados, incluyendo la presentación de buenas prácticas aprobadas por el Organismo Intermedio y, en su caso, por la Autoridad de Gestión: la Agencia Turismo de Galicia y la Agencia Gallega de Infraestructuras (AXI).
- ✦ Los esfuerzos realizados en el diseño de una Estrategia de Comunicación adecuada y la puesta en marcha de las medidas programadas, así como de unos sistemas adecuados para su desarrollo, seguimiento y evaluación, han permitido **avanzar en la consecución de los objetivos de la comunicación de la Política de Cohesión en Galicia, si bien de forma dispar.**

Así, **los principales logros se han alcanzado en lo relativo a la mejora de la visibilidad y la transparencia (O1)**, favorecido por el amplio conocimiento de las obligaciones en materia de información y comunicación entre los beneficiarios públicos y organismos gestores, favorecido por la experiencia previa y los esfuerzos de información y formación realizados por las Autoridades de Gestión y el Organismo Intermedio.

Esta concienciación en el ámbito de la gestión (con una implicación más entre el personal técnico que entre los representantes políticos) ha **permitido minimizar las incidencias detectadas en materia de información y comunicación en las verificaciones administrativas e in situ.**

Sin embargo, la mejora de la sensibilización de la ciudadanía a los logros de la Política de Cohesión (O2) resultado claramente condicionada por la caída de los Fondos Estructurales recibidos por la región, la concentración de los mismos en ámbitos donde la visibilidad resulta más compleja y la priorización de otros temas políticos que han relegado a un segundo plano la Política de Cohesión, lo que ha llevado a una **menor visibilidad de la contribución de la Unión y los Fondos al desarrollo socio-económico en Galicia.**

8.2. RECOMENDACIONES

El carácter pragmático del proceso de evaluación tiene en las recomendaciones su máximo exponente, en la medida en que persiguen, una vez identificado los elementos críticos, la mejora en términos de eficiencia de la política de comunicación de los Fondos Estructurales en la Comunidad Autónoma de Galicia.

Estos ámbitos de mejora afectan a todos los organismos implicados en la implementación de la Estrategia de Comunicación de los PO FEDER y FSE Galicia 2014-2020 y, en base a ello, puede clasificarse en dos grupos: las que tienen un carácter general, comprometiendo a la totalidad o la mayoría de estos organismos, y las que tienen un carácter más específicos, lo que supone que son competencia únicamente de un número reducido de organismos o únicamente una entidad.

a) Recomendaciones de carácter general (RG)

✚ **RG 1:** Continuar la labor de coordinación en la aplicación de las Estrategias de Comunicación, el intercambio de ideas y foro de discusión y la toma de decisiones y orientaciones consensuadas del GERIP, considerando las mejoras que podrían suponer:

- ✚ Posible *integración en la red de expertos de comunicación GERIP de los Programas de Cooperación Territorial*, con el fin de garantizar una imagen homogénea para la totalidad de los Programas del territorio español, considerando, en todo caso, las especificidades que puede suponer la implicación de organismos pertenecientes a otros Estados miembros de la UE e incluso terceros países.
- ✚ *Incorporación en las actas de las reuniones de información más detallada* en relación con los puntos debatidos de acuerdo con el orden del día y los procedimientos para la adopción de decisiones, con el fin de garantizar la trazabilidad de las mismas.

✚ **RG 2:** Favorecer la puesta en valor de las actuaciones realizadas y los resultados alcanzados en la implementación de las Estrategias, con la incorporación, de cara al nuevo período de programación 2021-2027, de ciertas *mejoras en el sistema de seguimiento*, como podrían ser:

- ✚ *Incorporar la aplicación INFOCO a la aplicación genérica de gestión y seguimientos de los Fondos Estructurales*, permitiendo el volcado de la información coherente entre las operaciones cofinanciadas y las medidas de información y publicidad adoptadas en cada caso. Esta interrelación podría, además, mejorar las funcionalidades de la aplicación y contribuir a hacerla más “amigable” o intuitiva para el usuario.
- ✚ Recoger la *desagregación de los indicadores de seguimiento relativos a la población por sexo*, siempre que quede garantizada la fiabilidad de los datos y apoyado en la experiencia de Fondos 2020.

✚ **RG 3:** En la *consideración del principio horizontal* de igualdad de género, *continuar las tareas de concienciación y el trabajo continuado* para seguir avanzando en el uso de un lenguaje no sexista y la elaboración de mensajes que rompan los estereotipos de

género; identificación de las necesidades de información particulares de la población femenina y recurso a los canales y soportes con mayor impacto sobre la misma; y mejora de la puesta en valor de los criterios de género en las operaciones destacadas como buenas prácticas entre todos los organismos implicados y, particularmente, en el caso de las operaciones cofinanciadas por FEDER.

- ✈ **RG 4:** Incidir en la *realización de actuaciones orientadas al público en general*, con una mayor implicación de los beneficiarios privados, que permita *solventar la menor sensibilización y la reducción del impacto de la política de comunicación de los Fondos Estructurales* observados en el actual período de programación en relación con los previos. En este contexto general, y de acuerdo a lo ya establecido en las evaluaciones de los Planes de Comunicación 2007-2013, resultan de especial interés las medidas orientadas a la población femenina y más joven que muestran una menor sensibilidad con respecto a la Política de Cohesión Europea.

Para ello sería interesante:

- ✈ Tomar en *consideración las orientaciones realizadas desde la Comisión Europea de cara al período 2021-2027, con el fin de fomentar una Europa cada vez más cercana a los/as ciudadanos/as*: comunicar mejor los resultados positivos de la Política de Cohesión, asociar estos resultados con una “marca única” y promover la realización de acciones de potencial impacto, tales como el desarrollo de planes de difusión de información a través de las tecnologías de la información y la comunicación.
 - ✈ Trabajar en la *simplificación de los mensajes* de modo que, sin obviar las necesarias referencias a la participación de la UE en el desarrollo de los proyectos y de la región en su conjunto, resulten atractivos para los medios de comunicación y lleguen en mayor medida a los/as ciudadanos/as.
- ✈ **RG 5:** Potenciar el *aprovechamiento de las sinergias positivas que supone la unión de fuerzas entre todos los organismos / entidades encargados de mejorar la visibilidad de la Unión Europea y, de forma particular, la Política de Cohesión y los Fondos Estructurales en la Comunidad Autónoma de Galicia*, como por ejemplo los puntos de la red Europe Direct.

b) Recomendaciones de carácter específico para los diferentes agentes implicados en la implementación de la Estrategia de Comunicación (RE)

b.1) Autoridad de gestión del FEDER

- ✦ **RE 1:** Aumentar la *dotación de personal* para evitar la carga excesiva de trabajo del equipo disponible, pudiendo reforzar las tareas asociadas a la revisión y publicación de buenas prácticas.
- ✦ **RE 2:** Incorporación de la *información actualizada* por parte de la Autoridad de Gestión del FEDER *relativa a los soportes publicitarios elaborados en el marco de los eventos anuales para 2017 y 2018*.

b.2) Autoridad de Gestión del FSE

- ✦ **RE 3:** Aumentar la *dotación de personal* vinculado a las tareas de información y comunicación y realizar una distribución de tareas que permita ofrecer una respuesta en tiempo y forma a los requisitos reglamentarios y los compromisos adquiridos en el seno del GERIP.
- ✦ **RE 4:** Lograr un *mayor compromiso por parte de la Autoridad de Gestión del FSE en la red GERIP* que, además, actúe como efecto palanca para los responsables de información y comunicación de las Estrategias monofondo de los PO FSE a nivel regional.
- ✦ **RE 5:** *Incorporar la información actualizada de seguimiento por parte de la Autoridad de Gestión del FSE en la aplicación informática INFOCO*. Asimismo, información actualizada relativa a los soportes publicitarios elaborados en el marco de los eventos anuales en las anualidades 2015, 2016 y 2019.
- ✦ **RE 6:** *Homogeneizar la información incorporada a los Informes Anuales de Ejecución* en materia de información y comunicación, de modo que alcance los informes del PO FSE tenga el mismo nivel de detalle que los del PO FEDER.
- ✦ **RE 7:** Organizar por parte de la UAFSE, y de acuerdo con lo establecido en el Anexo XII del Reglamento (UE) Nº1303/2013, una *actividad informativa importante anual en la que se promuevan las oportunidades de financiación y las estrategias seguidas y se presenten las realizaciones del programa o de los programas operativos*, tales como, en su caso ejemplos de proyectos, en coherencia con los requisitos reglamentarios. Esta, además, debería quedar identificada con esta condición en los datos de seguimiento.

- ✦ **RE 8:** Poner en marcha el sitio único del FSE en el que quede claramente identificado como *como portal único del FSE en España*, más allá del ámbito de la comunicación; resulte *coherente con la estructura consensuada en GERIP* y que recoge el acta de la reunión de 12 de febrero de 2019; e incorpore de casos de *buenas prácticas a la base habilitada al efecto*, para todas las anualidades del período 2015-2019 y todos los Programas Operativos, en coherencia con el formato y contenido aprobados en GERIP.
- ✦ **RE 9:** Garantizar la *actualización mensual de la lista de operaciones con datos completos* para todos los campos exigidos en el Anexo XII del Reglamento (UE) Nº1303/2013, incluyendo el resumen de la actividad en inglés.

b.3) Organismo Intermedio

- ✦ **RE 10:** Abordar, por parte del Organismo Intermedio, una *revisión del presupuesto orientativo* que garantice la coherencia del mismo con el previsto en la categoría de intervención 123 (Información y Comunicación) de los PO.
- ✦ **RE 11:** *Dotar a la unidad responsable en el Organismo Intermedio del personal suficiente para el cumplimiento de los compromisos adquiridos* en el marco de la Estrategia de Comunicación, y, al mismo tiempo, potenciar el proceso de profesionalización de las personas responsables de las tareas de información y comunicación iniciado en el ámbito de los Fondos Estructurales garantizando, en el momento de su designación, la capacidad en la toma de decisiones y tratando de promover la estabilidad en los puestos, es decir, reduciendo, en la medida de lo posible, el significativo nivel de rotación detectado.
- ✦ **RE 13:** Garantizar el *volcado de la información de seguimiento en INFOCO2014 al menos dos veces al año*, en los meses de abril –y, en cualquier caso, antes de la elaboración de los Informes Anuales de Comunicación – y en octubre, de acuerdo a lo comprometido en la Estrategia de Comunicación.
- ✦ **RE 13:** *Corregir los registros de las actuaciones de 2016 recogidas en INFOCO 2014* incorporando la información relativa al organismo ejecutor y, en los casos en los que la información no permita identificar con claridad el tipo de actuación, también la descripción de la misma; así como la información relativa a los puntos de difusión (indicador 3) y el número de páginas web (indicador 4) que presentan errores en el cómputo anual.
- ✦ **RE 14:** Trabajar en la *identificación y difusión de buenas prácticas*, realizando un trabajo de concienciación entre los beneficiarios públicos y órganos gestores a través de la Red de Información de los Fondos Europeos en Galicia (RIFEGA) que permita avanzar en el ambicioso objetivo de la Estrategia en relación con la mejora de la visibilidad de los

proyectos a través de los casos de éxito. A este respecto se identifica como ámbitos de mejora:

- ✦ La creación de fórmulas específicas de apoyo a los beneficiarios públicos y órganos gestores de la ayuda para la selección y presentación de buenas prácticas, como pueden ser: la formación de los beneficiarios públicos y órganos gestores a través de la realización de cursos específicos sobre la materia que permitan conocer con precisión el contenido de los informes de buenas prácticas y, de forma particular, los elementos que han de ponerse en valor en cada uno de los criterios de selección; así como proponer vías para la incorporación de datos cuantitativos tanto en lo que se refiere a la consideración del impacto de la actuación, como a la obtención de resultados o la cobertura de la población; el establecimiento de líneas directas de asesoramiento para los beneficiarios por parte del Organismo Intermedio y/o las Autoridades de Gestión; y la elaboración de orientaciones generales o guía para la redacción de los informes.
 - ✦ El incentivo de la búsqueda de buenas prácticas de las anualidades 2016, 2017 y 2018, en paralelo a la presentación de las correspondientes a los próximos años, y apoyo en la mejora de las presentadas hasta el momento para garantizar la calidad de los informes y su posterior difusión.
 - ✦ La actualización del contenido de las Bases de Datos de Buenas Prácticas que permiten la finalización del procedimiento en lo que se refiere al FSE.
- ✦ **RE 15:** *Simplificar los procedimientos de recopilación y difusión de los resultados*, de modo que, junto con la dotación de personal suficiente, permita el cumplimiento de los requisitos de comunicación en tiempo y forma.
- ✦ **RE 16:** *Consolidación de la red regional de información y comunicación, RIFEGA*, con la celebración de al menos una reunión anual en la que se aporte la información relativa a los avances logrados en la implementación de la Estrategia de Comunicación, las medidas adoptadas para la resolución de los problemas acontecidos, las conclusiones y acuerdos / compromisos alcanzados en las redes de comunicaciones tanto comunitarias como nacional y el intercambio de buenas prácticas.
- ✦ **RE 17:** *Mejorar de la información recogida en la lista de operaciones por parte del Organismo Intermedio, de forma específica:*
- ✦ Elaborar y presentar/difundir en el marco de la red regional de información y comunicación, RIFEGA, instrucciones sobre el contenido de los diferentes campos que constituyen la lista de operaciones, de acuerdo con los consensos alcanzados en el seno del GERIP, para garantizar la máxima calidad de la información publicada y la máxima eficaz en el procedimiento de recopilación de la misma.

- ✦ Actualizar las operaciones cofinanciadas por el FSE, con la cooperación de la Autoridad de Gestión de FSE, para solventar el retraso existente.
 - ✦ Incluir la información en inglés en las operaciones cofinanciadas por FSE, donde no está disponible, y en aquellas cofinanciadas por FEDER en las que esté incompleta [Agencia de Turismo de Galicia, la Dirección General de Calidad Ambiental y Cambio Climático, la Dirección General de Patrimonio Natural, las Secretarías Generales Técnicas de la Consejería de Política Social y la Vicepresidencia y Consejería de Presidencia, Administraciones Públicas y Justicia, la Agencia para la modernización Tecnológica de Galicia (AMTEGA), la Agencia Gallega de Infraestructuras (AXI), la Dirección General de Movilidad, el Instituto Gallego de Vivienda y Suelo y el Centro Informático para la Gestión Tributaria, Económico-Financiera y Contable (CIXTEC)].
- ✦ **RE 18:** *Realizar un seguimiento detallado del avance en la ejecución de los indicadores* con el objeto de proceder a su revisión al alza en todos aquellos casos en los que el ritmo de ejecución muestra unos avances muy significativos a la fecha de la realización de la evaluación: número de actividades y actos públicos y número de participantes (Indicador 1), acciones de difusión en los medios de comunicación (Indicador 2), número de publicaciones externas realizadas (Indicador 3) y número de soportes publicitarios (Indicador 5).

Adicionalmente, en el marco de esta revisión sería conveniente *corregir los datos de previsión del número de reuniones de las redes de información y publicidad que difieren entre la Estrategia y la aplicación INFOCO 2014*, de cara a garantizar la trazabilidad de los datos.

- ✦ **RE 19:** Con la finalidad de *lograr la superación de las principales debilidades detectadas a nivel de los diferentes grupos* se plantea la conveniencia de:
- ✦ La celebración de reuniones bilaterales con los organismos con mayor margen de mejora con la finalidad de aumentar su concienciación y la actividad en materia de información y comunicación de cara a los últimos años del período de programación (2020-2023).
 - ✦ Trabajar con los organismos con un compromiso suficiente, aunque mejorable, para la mejora de los sitios web, el recurso a instrumentos de comunicación no obligatorios y fomentar la presentación de ejemplos de buenas prácticas.
 - ✦ De cara a seguir mejorando, entre los organismos con un comportamiento considerado como bueno en materia de información y comunicación se recomienda incidir en concienciación de la relevancia de las buenas prácticas y la información de la web.

- ✦ Y, en última instancia, utilizar el ejemplo de los organismos destacados como casos de éxito que pueden ser extrapolables a través de su difusión en el marco de RIFEGA.

b.4) Beneficiarios públicos y/u órganos gestores de ayuda en los Programas Operativos

- ✦ **RE 20:** *Mantener un compromiso activo con la comunicación de las oportunidades y logros de la Política de Cohesión en Galicia que tenga en la participación en la red regional RIFEGA un eje vertebrador* garantizando con ello la disposición de información actualizada en torno a la materia y el cumplimiento de todos los compromisos adquiridos, fundamentalmente en lo relativo a la ejecución de las medidas, el cómputo de indicadores y la elaboración y publicación de buenas prácticas.
- ✦ **RE 21:** *Aumentar el número de acciones de comunicación realizadas, más allá del cumplimiento de los requisitos reglamentarios*, con el fin de facilitar el cumplimiento del primero de los criterios de buenas prácticas. Si bien esta recomendación afecta a todos los beneficiarios y organismos gestores de ayudas regionales, resulta especialmente relevante en el caso de aquellos que se han incluido en las categorías de organismos con mayor margen de mejora, los que tienen un comportamiento regular e, incluso, los que tienen un comportamiento bueno en materia de comunicación.
- ✦ **RE 22:** *Revisión de las web de los beneficiarios públicos y/u órganos gestores de ayuda en los Programas Operativos de modo que garanticen el cumplimiento del contenido mínimo reglamentario y/o consensuado en GERIP a nivel de beneficiario público identificado en la Estrategia de Comunicación:* inclusión del logo de la UE en un lugar visible, disposición de un apartado específico que informe, que recoja información actualizada sobre la Política de Cohesión, el/los PO(s) y las actuaciones cofinanciadas.

Particularmente relevante resulta este aspecto en los casos de los organismos en los que se ha identificado un menor compromiso con las actividades de información y comunicación (categorías con mayor margen de maniobra y un nivel de compromiso que puede calificarse de regular), y, en concreto: la Intervención Xeral da Comunidade Autónoma (FEDER y FSE), la Dirección Xeral de Ordenación Forestal, la Dirección Xeral de Emerxencias e Interior, la Secretaría Xeral de Universidades, la Subdirección Xeral de Emprego, la Subdirección Xeral de Promoción Laboral, la Subdirección Xeral das Cualificacións, la Subdirección Xeral de Promoción Científica e Tecnolóxica Universitaria, la Subdir. Xeral de Aprendizaxe Permanente e Ensinanzas de Réxime Especial y el Consorcio Galego de Servizos de Igualdade e Benestar.
- ✦ **RE 23:** *Actualizar, con carácter mensual al menos y con el apoyo del Organismo Intermedio, la información a recoger en la lista de operaciones cumpliendo con los requisitos de calidad consensuados en GERIP.* Este aspecto resulta especialmente

relevante en el caso de aquellos organismos que no han recogido en el período sujeto a evaluación ninguna de sus operaciones, como es el caso de la Subdirección General de Política Familiar, Infancia y Adolescencia.

- ✦ **RE 24:** *Computar y describir las acciones de comunicación realizadas en el marco de las operaciones cofinanciadas en la aplicación informática INFOCO en el caso de aquellos organismos que, hasta el momento, no han identificado ninguna medida*, como son la Intervención General de la Comunidad Autónoma, tanto en el ámbito de FEDER como de FSE; la Agencia Gallega de Servicios Sociales y la Subdirección General de Promoción Laboral.
- ✦ **RE 25:** *Mejorar la calidad de la descripción de actuaciones recogida en la aplicación de seguimiento INFOCO2014*, revisando los correspondientes a las anualidades iniciales en las que se han detectado importantes déficits, como la no identificación del organismo ejecutor de la actuación.
- ✦ **RE 26:** *Aumentar el esfuerzo por la identificación, selección de buenas prácticas y la elaboración de los correspondientes informes en los términos de formato y contenido consensuados en GERIP*, por parte de todos los beneficiarios públicos y/u órganos gestores, con el fin de garantizar el cumplimiento de las metas comprometidas en la Estrategia de Comunicación.

RegioPlus
Consulting 

www.regioplus.eu

C/ La Mancha, 1 Oficina 2-1
28823 Coslada - Madrid

T. +34 91 883 80 08
F. +34 91 879 88 19