
20 de noviembre de 2019



UNIÓN EUROPEA
Fondo Social Europeo
El FSE invierte en tu futuro

**Evaluación Intermedia de la Estrategia de
Comunicación del Programa Operativo FSE 2014-
2020 de La Rioja para el informe anual a
presentar en 2019**

INFORME PROVISIONAL



ÍNDICE

1. METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN	3
1.1. Diseño técnico de la evaluación.....	3
1.2. Métodos y técnicas utilizadas.....	6
1.3. Valoración de lo anterior	10
2. ANÁLISIS DE LA PROGRAMACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	11
3. ANÁLISIS DE LA APLICACIÓN DE LAS MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD	19
3.1. Avances en la ejecución de las medidas	19
3.2. Integración de las actividades de información y publicidad en los informes anuales de ejecución.....	28
3.3. La repercusión de los sistemas de seguimiento en la calidad de la ejecución de las medidas	30
4. VERIFICACIÓN DE LA INCLUSIÓN DE LA INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD EN LAS ACTUACIONES DE VERIFICACIÓN Y CONTROL DEL FSE	38
5. INCORPORACIÓN DEL PRINCIPIO DE IGUALDAD DE OPORTUNIDADES EN LAS MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD.....	44
6. ANÁLISIS DEL IMPACTO: LOGROS Y DESAFÍOS DE LAS ACTIVIDADES EN MATERIA DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD.....	46
7. VALORACIÓN DE LAS BUENAS PRÁCTICAS PRESENTADAS	56
8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES: PROPUESTA DE MEDIDAS A ADOPTAR	58

1. METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN

El presente capítulo recoge la metodología empleada para la Evaluación intermedia de la Estrategia de Comunicación del Programa Operativo FSE de La Rioja 2014-2020.

Esta evaluación responde a las obligaciones establecidas en el Título III del Capítulo II (artículos 115 a 117) del Reglamento (UE) Nº 1303/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 17 de diciembre de 2013 (RDC) y, específicamente, en el Anexo XII en que se exige que la Estrategia de Comunicación especifique 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 el papel desempeñado por los Fondos y la Unión.

La metodología para realizar la evaluación intermedia está detallada y definida 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” aprobada en la reunión del GERIP, celebrada el 7 de septiembre de 2017 en Madrid.

1.1. Diseño técnico de la evaluación

El diseño técnico de la evaluación de la Estrategia de Comunicación responde a las indicaciones establecidas 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” elaborada por el GERIP.

Objetivos

El objetivo de la evaluación es examinar el grado de ejecución, así como los resultados e impactos alcanzados con el desarrollo de las acciones establecidas en la Estrategia de Comunicación del PO FSE de La Rioja 2014-2020.

La presente evaluación debe responder a la necesidad de proponer recomendaciones que contribuyan a incrementar la visibilidad del Programa Operativo y a concienciar a la ciudadanía y al público en general de la aplicación de la Política de Cohesión.

Para ello, se deberá dar respuesta a las siguientes preguntas:

- ¿Cuál es el grado de consecución de los objetivos de la Estrategia de Comunicación del Programa Operativo FSE de La Rioja 2014-2020?
- ¿Qué nivel de eficacia e impacto tienen las medidas de comunicación emprendidas en cuanto a los resultados y efectos conseguidos?
- ¿Qué grado de visibilidad tienen los Fondos y la propia UE en la ciudadanía de La Rioja?

Marco legal

El marco legal de la evaluación se encuentra establecido por las disposiciones establecidas en el Título III del Capítulo II (artículos 115 a 117) del Reglamento (UE) nº 1303/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 17 de diciembre de 2013 (RDC) y, específicamente, en el Anexo XII que regula el contenido de las Estrategias de Comunicación, incluyendo el establecimiento de pautas para su evaluación. Asimismo, se debe tener en consideración el Capítulo II (artículos 3 a 5) del Reglamento de Ejecución (UE) nº 821/2014 de 28 de julio de 2014 y, en concreto, el anexo II que determina las características técnicas de las medidas de información y comunicación de las operaciones e instrucciones para crear el emblema de la Unión, junto con la definición de los colores estándar.

Alcance temporal

Esta evaluación hace referencia a las actividades y medidas de información y comunicación realizadas en el marco de la Estrategia de Comunicación del Programa Operativo FSE de La Rioja entre el 1 de enero de 2014 y el 30 de junio de 2019.

Agentes implicados

Los agentes implicados en el proceso de evaluación son los siguientes:

- La Comisión Europea. Ésta es responsable de revisar las Estrategias de Comunicación y los resultados de las evaluaciones de las Estrategias de Comunicación.
- La Autoridad de Gestión del FSE. Ésta es la encargada de definir el marco común de las Evaluaciones de las Estrategias de Comunicación, coordinar y realizar un seguimiento del proceso de evaluación, participar en los Comités de Seguimiento y efectuar un seguimiento del sistema de indicadores de seguimiento y evaluación.
- El Organismo Intermedio del Programa Operativo. Éste se ocupa de poner en marcha las evaluaciones de la Estrategia de Comunicación, realizar el seguimiento de los indicadores y de las actuaciones de la Estrategia de Comunicación y colaborar en la información a incluir en los informes anuales de ejecución.
- Los Órganos Gestores y/o beneficiarios del Programa Operativo. Estos son responsables de recopilar la información necesaria para realizar la evaluación, colaborar en el desarrollo de la Evaluación de las estrategias de Comunicación y participar en los grupos de discusión.
- El Equipo de Evaluación. Este se encarga de desarrollar la evaluación conforme a la “Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de las Estrategias de Comunicación de los Programas Operativos FEDER y FSE 2014-2020”.

- El Comité de Seguimiento. En éste se presentan los avances de las actividades de la Estrategia de Comunicación, los ejemplos de buenas prácticas, así como una actualización de las actuaciones que se prevé desarrollar en la anualidad siguiente. Asimismo, en el Comité se presentan con resultados de las evaluaciones de la Estrategia de Comunicación.

Estructura del informe

La estructura del informe de evaluación se basa en las indicaciones establecidas en el Anexo I de la “Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de las Estrategias de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER y del FSE 2014-2020”.

De este modo, la estructura de este informe es la siguiente:

Capítulo 1. Metodología de evaluación. En este capítulo se presentan los objetivos y la estructura del informe junto con la metodología y técnicas de evaluación utilizadas. Del mismo modo, se exponen las limitaciones identificadas en el proceso de evaluación.

Capítulo 2. Análisis de la programación de la estrategia de comunicación. En este capítulo se evalúa el diseño de la estrategia de comunicación considerando los criterios de evaluación definidos en la guía metodológica: proporcionalidad, pertinencia, validez y consistencia, asignación y adecuación de recursos y consideración del principio de igualdad de oportunidades.

Capítulo 3. Análisis de la aplicación de las medidas de información y publicidad. En este capítulo, se realiza un análisis de los avances en la ejecución de las medidas de información y comunicación. Asimismo, se muestra la integración de las actividades de información y publicidad en los informes anuales de ejecución y se analiza la repercusión de los sistemas de seguimiento en la calidad de la ejecución de las medidas.

Capítulo 4. Verificación de la inclusión de la información y publicidad en las actuaciones de verificación y control del FSE. En este capítulo se valora si la información y comunicación se ha incorporado en los procedimientos de verificación de las operaciones.

Capítulo 5. Incorporación del principio de Igualdad de Oportunidades en las medidas de información y publicidad. En este capítulo se examina de qué manera las medidas de información y comunicación desarrolladas han tenido en consideración la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres. Asimismo, se evalúa si se han tenido en cuenta las necesidades de las mujeres en el acceso a los contenidos informativos y si se les ha informado sobre las posibilidades de participar como beneficiarias del Programa.

Capítulo 6. Análisis del impacto: logros y desafíos de las actividades en materia de Información y publicidad. El equipo evaluador analiza en este capítulo el impacto del Programa en lo referente a la

información y publicidad a través de una valoración cualitativa y cuantitativa de los indicadores de impacto definidos en la Guía Metodológica.

Capítulo 7. Valoración de las buenas prácticas presentadas. En este apartado se examinan las buenas prácticas presentadas y en caso necesario, se realizan las recomendaciones oportunas para mejorar la presentación de buenas prácticas durante los próximos ejercicios.

Capítulo 8. Conclusiones y recomendaciones: propuesta de medidas a adoptar. En este capítulo se presentan las principales conclusiones derivadas del proceso de evaluación y se emiten recomendaciones que contribuyan a mejorar la implementación de la Estrategia de Comunicación.

1.2. Métodos y técnicas utilizadas

El equipo evaluador ha empleado diversos métodos y técnicas para la obtención de la información necesaria para la realización de la evaluación de la Estrategia de Comunicación del PO FSE de La Rioja 2014-2020.

En este sentido, los métodos y técnicas se recogen 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”.

Sistemas de indicadores

Los indicadores de seguimiento y evaluación son un elemento fundamental para la evaluación de los resultados alcanzados por la Estrategia, ya que permiten conocer el alcance y el impacto de las actuaciones ejecutadas.

Estos indicadores han sido elaborados y cuantificados conforme a distintas directrices para ser incluidos en las Estrategias de Comunicación. En este sentido, el diseño de los indicadores ha sido homogeneizado para todas las Estrategias de Comunicación, conforme las definiciones establecidas 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”.

Estos indicadores hacen referencia a las actividades de información y publicidad incluidas en las Estrategias de Comunicación, distinguiéndose 7 tipologías de actividades:

1. Actividades y actos públicos: actividades informativas relativas al lanzamiento del PO, actividades informativas anuales importantes, actividades con motivo del día de Europa y seminarios, jornadas o eventos y cualquier otro evento contemplado para desarrollar las medidas de la Estrategia o transmitir información acerca de la política regional comunitaria.

2. Difusión en medio de comunicación: acciones de difusión realizadas en los medios (spot en TV, anuncios en prensa, cuñas en radio, noticias y “banner” en Internet, notas de prensa en teletipos...) utilizados de forma individual o formando parte de una campaña publicitaria.
3. Publicaciones realizadas: publicaciones editadas (en soporte papel o electrónico: libros, folletos, revistas, CD, DVD, videos...) dirigidas a la ciudadanía.
4. Información a través de páginas Web: principales webs utilizadas para la transmisión de información sobre el PO o algunas actuaciones en concreto, así como la relacionada con la política regional europea.
5. Información a través de cualquier tipo de cartelera: distintos soportes (pósteres, carteles, placas, expositores, stands, y/o vallas) utilizados con fines publicitarios.
6. Instrucciones emitidas hacia participantes: documentación distribuida desde las autoridades de gestión y/o los Organismos intermedios a los Organismos Gestores de los Programas Operativos y/o potenciales beneficiarios/ beneficiarios de los Fondos Europeos aplicados a través de los distintos Programas Operativos (guías metodológicas, instrucciones, informes...).
7. Redes de información y publicidad: redes de Comunicación establecidas para poner en marcha y llevar a la práctica la estrategia de comunicación.

Asimismo, los indicadores se clasifican en:

- Indicadores de realización: son aquellos que indican la cantidad y la tipología de actuaciones de información y comunicación realizadas.
- Indicadores de resultado: miden el efecto directo y a corto plazo de las actuaciones de información y comunicación de la Estrategia.
- Indicadores de impacto: miden el efecto más a largo plazo de las actuaciones.

Los indicadores de realización, resultado e impacto presentan una estimación de los valores objetivo a alcanzar en el año 2023. Estos valores se han establecido aplicando un principio de proporcionalidad y hacen referencia a las actividades desarrolladas por las Autoridades de Gestión, los Organismos Intermedios y los Órganos Gestores/Beneficiarios de la Estrategia.

Análisis documental

El análisis documental ha permitido conocer el punto de partida, así como el marco legal de las actuaciones información y comunicación. Entre la información recopilada se encuentran planes, guías, manuales, reglamentos, informes de ejecución, etc.

Los principales documentos analizados son los siguientes.

- **Comisión Europea:**
 - Reglamento (UE) Nº 1303/2013 [Título III, Capítulo II y el Anexo XII]
 - Reglamento de Ejecución (UE) Nº 821/2014 [Capítulo II]
 - Documentación emitida por la red de comunicación INIO de la Comisión Europea
- **Nacional**
 - Documentación emitida por el GERIP
 - Página Web de la Unidad Administradora del Fondo Social Europeo (UAFSE)
 - Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de las Estrategias de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER y del Fondo Social Europeo 2014-2020
 - Guía para incorporar el enfoque de género en la información y comunicación de los Fondos Estructurales y de Inversión Europeos (2014-2020)
- **La Rioja**
 - Programa Operativo FSE de La Rioja 2014-2020
 - Estrategia de Comunicación del PO FSE de La Rioja 2014-2020.
 - Información de seguimiento: Informes de Ejecución Anuales, Actas de los Comités de Seguimiento, indicadores de comunicación, etc.
 - Evaluación intermedia del Plan de Comunicación del PO FSE 2007-2013 de La Rioja
 - Evaluación final del Plan de Comunicación del PO FSE de La Rioja 2007-2013
 - Página web de la Dirección General de Empleo de La Rioja en calidad de Organismo Intermedio

Entrevistas

En el proceso de evaluación se han realizado entrevistas a diferentes agentes implicados en la Estrategia con el objetivo de obtener información cuantitativa y, especialmente, cualitativa en relación con las acciones de información y publicidad desarrolladas, la gestión de los fondos, la consideración del principio de igualdad de oportunidades, el sistema de verificación y control, etc.

Esta información resulta complementaria a la obtenida a partir de los indicadores de seguimiento y evaluación, de manera que la combinación de ambas ha permitido realizar un análisis con mayor profundidad de la ejecución de las medidas de comunicación.

Las actividades desarrolladas por el equipo evaluador para el adecuado desarrollo de la evaluación han incluido:

- **Entrevista con la Autoridad de Gestión del FSE.** Se ha efectuado una entrevista presencial con la Autoridad de Gestión, la Unidad Administradora del Fondo Social Europeo (UAFSE), en la que se ha discutido sobre el procedimiento a seguir para la elaboración de la evaluación y las actividades desarrolladas a nivel nacional.

- **Entrevista con el Organismo Intermedio.** Se ha mantenido una entrevista presencial con el Organismo Intermedio, la Dirección General de Empleo, en la que se ha tratado principalmente los avances en la ejecución de las medidas de información y comunicación.
- **Entrevista con otros Organismos en su calidad de beneficiarios y/o gestores de los fondos.** Estas entrevistas se han realizado a los Órganos Gestores/Beneficiarios mediante una encuesta sobre la base de un cuestionario predeterminado.
Esta herramienta permite estimar los indicadores de impacto relacionados con el grado de conocimiento de las obligaciones de comunicación, la tasa de satisfacción y la tasa de utilidad de las actuaciones de información y formación.
- **Encuesta a la ciudadanía.** Se ha llevado a cabo una encuesta a la ciudadanía aplicando la metodología CATI (Computer Assisted Telephones Interviewing) para establecer el conocimiento de ésta sobre los Fondos Europeos en La Rioja. La muestra se encuentra definida en la Guía Metodológica y asciende a 470 personas.
Esta muestra se ha distribuido proporcionalmente por sexo y edad según el Censo del INE a 1 de enero de 2018. La información se ha analizado por los tramos de edad aprobados en el GERIP, esto es, de 16 a 19 años, de 20 a 24 años, de 25 a 29 años, de 30 a 44 años, de 45 años a 54 años y mayores de 55 años.

Las entrevistas y encuestas se han realizado empleando los modelos establecidos 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”.

Grupos de discusión

Los grupos de discusión tienen por finalidad obtener resultados concretos en cuanto a las causas de las necesidades o problemas y sus posibles soluciones y, si procede, plantear una propuesta de modificación de la Estrategia.

En concreto, se han realizado 2 grupos de discusión:

- Sensibilización y concienciación de la Ciudadanía: canales, instrumentos, objetivos cubiertos, principales obstáculos, etc.
- Accesibilidad y calidad en la formación e información proporcionada en materia de información y comunicación a las entidades y/o personas potencialmente beneficiarias.

La sesión de los grupos de discusión ha tenido lugar el 11 de octubre de 2019. En estos grupos de discusión, en los que han participado los distintos tipos de agentes implicados en la gestión y desarrollo de las actuaciones en materia de información y publicidad, se ha obtenido información

sobre las dificultades detectadas por los organismos implicados, así como posibles mejoras a aplicar en la implementación de la Estrategia.

1.3. Valoración de lo anterior

Las técnicas y herramientas empleadas responden a lo establecido 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”.

El equipo evaluador ha constatado que no se han identificado incidencias que hayan dificultado el desarrollo de los trabajos. Las entidades implicadas han mostrado su colaboración en la aportación de información relevante para la elaboración de la evaluación por parte del equipo evaluador.

2. ANÁLISIS DE LA PROGRAMACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

Un aspecto importante para la Comisión Europea es dar a conocer a la ciudadanía las actuaciones apoyadas y los resultados obtenidos a través de los Fondos FEIE, así como concienciar sobre los objetivos de la Política de Cohesión. El Programa Operativo FSE de La Rioja 2014-2020 constituye uno de los principales instrumentos a través del cual se articula la Política de Cohesión de la Unión Europea en La Rioja.

La Estrategia de Comunicación del Programa Operativo de La Rioja 2014-2020 determina los objetivos perseguidos, las actividades en materia de información y comunicación a realizar, los organismos responsables de su aplicación, los grupos destinatarios, las herramientas a utilizar, el presupuesto estimado de las actuaciones y las pautas para realizar la evaluación de la estrategia. Esta Estrategia pretende divulgar el Programa Operativo FSE de la Rioja 2014-2020 y las actuaciones cofinanciadas.

La definición de la estrategia ha considerado el **principio de proporcionalidad** recogido en el artículo 5 del Tratado de la Unión Europea. En este sentido, todas las actuaciones desarrolladas en el ámbito de la información y comunicación, así como las asignaciones presupuestarias asociadas a las mismas y las buenas prácticas satisfacen dicho principio.

Para la definición de las Estrategias de Comunicación en España se ha adoptado una línea en gran medida continuista que permite aprovechar las lecciones de la experiencia previa y consolidar los procedimientos establecidos en el período de programación 2007-2013 en materia de información y publicidad.

Las medidas de información y publicidad del Programa Operativo FSE 2007-2013 de La Rioja quedaron recogidas en el documento “Plan de Publicidad del Programa Operativo Competitividad Regional y Empleo FSE de La Rioja 2007-2013”. Los resultados de las evaluaciones de este Plan correspondiente con el periodo de programación anterior y las lecciones aprendidas fueron considerados en la elaboración de la presente Estrategia de Comunicación.

Tabla 1. Valoración de la aplicación de las conclusiones y recomendaciones del periodo 2007-2013 en la Estrategia de Comunicación del PO FSE La Rioja 2014-2020

Conclusión/recomendación	Aplicación en definición de Estrategia	Medida adoptada
Recomendaciones de carácter general realizadas en la Estrategia de Comunicación		
Revisar la metodología de estimación de lo realmente gastado y el presupuesto asignado a las medidas de I+D para que refleje más fielmente el montante necesario para poner en marcha las actuaciones	SI	En cuanto a la reprogramación financiera del Plan de Comunicación, subsanando el problema de la estimación de los montantes económicos detectados en la Evaluación de 2010, se ha tenido en cuenta la metodología aplicada entonces para el periodo 2014-2020 y evitar, en la medida de lo posible, la revisión del montante de cara al final del periodo de programación.
El Principio de Igualdad de Oportunidades no está de manera explícita en la Estrategia del Plan de Comunicación	SI	En la Estrategia de Comunicación 2014-2020 se incluye la consideración del Principio de Igualdad de Oportunidades para un mejor seguimiento y evaluación de la aplicación del mismo tomando como consideración las recomendaciones realizadas en la "Guía Práctica de Comunicación con perspectiva de género en los Fondos" elaborada por el Instituto de la Mujer.

Fuente: Elaboración propia a partir de la Estrategia de Comunicación del PO FSE de La Rioja 2014-2020

Del mismo modo, esta Estrategia ha sido elaborada de manera coordinada entre todos los agentes involucrados en la aplicación del Programa Operativo: Autoridad de Gestión, Organismo Intermedio y Órganos Gestores/Beneficiarios.

Además, la participación en la red GERIP (Grupo Español de Responsables de Información y Publicidad) ha supuesto un elemento fundamental para la preparación de las Estrategias de Comunicación a nivel nacional para el periodo 2014-2020. Durante las sesiones preparatorias que tuvieron lugar en el 2014, se procedió a la presentación de Reglamentos y a la preparación de las Estrategias. Esta información fue empleada como referencia para el diseño de la Estrategia de Comunicación.

En este capítulo, se realiza un análisis de la programación de la Estrategia de Comunicación en relación con los criterios de evaluación establecidos en la guía: pertinencia, validez y consistencia, asignación y adecuación de los recursos y consideración del principio de igualdad de oportunidades.

Pertinencia de la estrategia de comunicación

La pertinencia se define como la adecuación de la Estrategia de Comunicación a la normativa comunitaria y a las orientaciones emitidas por la red de comunicación INIO de la Comisión Europea.

La Estrategia de Comunicación se ha elaborado de conformidad con lo establecido en el artículo 116 del RDC ajustándose su contenido a lo señalado en el epígrafe 4 del anexo XII.

A continuación, se presenta una relación entre los apartados de la Estrategia y los contenidos señalados en el Anexo XIII del RDC.

Tabla 2. Relación entre los apartados de la Estrategia de Comunicación y los contenidos señalados en el anexo XII del RDC

Contenidos Estrategia de Comunicación establecidos en el anexo XII del RDC	Apartados de la Estrategia de Comunicación relacionados
a) Una 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, teniendo en cuenta los objetivos descritos en el artículo 115;	Capítulo 3. Alcance y contenido de la Estrategia de Comunicación.
b) Una descripción de los materiales que se pondrán a disposición en formatos accesibles para las personas con discapacidad;	Capítulo 3. Alcance y contenido de la Estrategia de Comunicación- Apartado 3.2. Grupos destinatarios
c) Una descripción de la forma en que se ayudará a los beneficiarios en sus actividades de comunicación;	Capítulo 3. Alcance y contenido de la Estrategia de Comunicación-Apartado 3.4. Actuaciones a desarrollar por parte de los beneficiarios y fórmulas previstas para ayudar a los mismos en sus actuaciones de Comunicación
d) El presupuesto indicativo de la ejecución de la estrategia;	Capítulo 5. Presupuesto indicativo
e) Una descripción de los organismos administrativos, con sus recursos de personal, responsables de la ejecución de las medidas de información y comunicación;	Capítulo 4. Organismos responsables en materia de Información y Comunicación
f) Las disposiciones relativas a las medidas de información y comunicación contempladas en el punto 2 del anexo XII, con inclusión del sitio o el portal de Internet en los que pueden encontrarse esos datos;	Capítulo 3. Alcance y contenido de la Estrategia de Comunicación- Apartado 3.3. Contenido de las medidas de Información y Comunicación
g) Una 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;	Capítulo 7. Evaluación de la Estrategia

Contenidos Estrategia de Comunicación establecidos en el anexo XII del RDC	Apartados de la Estrategia de Comunicación relacionados
h) Una descripción de la utilización de los principales resultados del programa operativo anterior;	Capítulo 2. Situación de partida: Resultados de las Evaluaciones del periodo 2007-2013 y lecciones aprendidas
i) Una actualización anual en la que se expongan las actividades de Información y Comunicación que se llevarán a cabo en el año siguiente.	Capítulo 9. Anexo de actuaciones a desarrollar en los años 2015 y 2016

Fuente: Elaboración propia a partir de la Estrategia de Comunicación del PO FSE de La Rioja

Además, se ha cumplido con lo establecido en el artículo 117 del RDC respecto a la obligación de designar un responsable de información y comunicación que coordine las actividades e informe a la Comisión Europea, así como de coordinar la red nacional de comunicación existente (GERIP).

En las reuniones preparatorias del GERIP, se trasladaron algunas de las principales orientaciones que debían ser tenidas en cuenta durante el proceso de elaboración de las Estrategias procedentes de las orientaciones establecidas en las redes europeas.

A continuación, se presentan algunas de ellas.

- Consideración de los resultados y lecciones aprendidas en el periodo 2007-2013
- Carácter continuista de las actividades de información y comunicación
- Definición de las estrategias de comunicación multianual
- Desarrollo de un portal web único
- Involucración de las personas responsables de comunicación

Todas estas orientaciones fueron consideradas en el diseño de la Estrategia de Comunicación.

Con todo ello, se considera que la Estrategia de Comunicación cumple con las disposiciones establecidas en la normativa comunitaria y orientaciones comunitarias.

Validez y consistencia de la estrategia

El análisis de la coherencia de la Estrategia de Comunicación del Programa Operativo FSE de La Rioja 2014-2020 se centra en dos aspectos.

- La **consistencia** de la Estrategia de Comunicación, entendiendo por esta la coherencia existente entre los objetivos definidos y las medidas de información y comunicación establecidas.
- La **validez** de la Estrategia de Comunicación, referida a que las medidas definidas se encuentren adecuadamente dirigidas a los grupos destinatarios.

El objetivo final de la Estrategia de Comunicación de La Rioja es ampliar el conocimiento que se tiene por parte de la ciudadanía del conocimiento del FSE, así como visibilizar las actuaciones en esta materia.

Los objetivos específicos de la Estrategia de Comunicación son cinco:

- OE1. Utilizar los canales de comunicación más idóneos con la finalidad de garantizar su eficacia y lograr la más amplia difusión de lo que supone el FSE.
- OE2. Realizar las actividades más adecuadas orientadas a facilitar la información a personas beneficiarias y potenciales beneficiarias y los interlocutores económicos y sociales para lograr que la información llegue de forma clara a estos colectivos.
- OE3. Llegar a las personas beneficiarias y potenciales beneficiarios (Órganos Gestores), de forma clara y sencilla y que sea fácil su comprensión.
- OE4. Utilizar todos los medios al alcance de estos colectivos para una correcta recepción de la información por parte del público en general.
- OE5. Realización de actos orientados a expandir la importancia que tiene la Unión Europea en las actuaciones que se lleven a cabo al público en general.

Asimismo, la Estrategia contiene 17 medidas de información y comunicación. Estas medidas son consistentes con los objetivos de la Estrategia de Comunicación, ya que contribuyen al menos a un objetivo específico de la Estrategia.

Por otro lado, la Estrategia de Comunicación contiene 4 grupos de destinatarios. Estos grupos son los siguientes.

- GD1. Beneficiarios
- GD2. Beneficiarios potenciales
- GD3. Público en general
- GD4. Agentes difusores

Los grupos de destinatarios se encuentran directamente relacionados con los objetivos específicos de la Estrategia y todas las medidas propuestas están dirigidas al menos a uno de estos grupos.

Como puede apreciarse, existe una coherencia entre los objetivos, los grupos destinatarios y las medidas de información y comunicación definidas, de este modo la Estrategia de Comunicación presenta un elevado grado de consistencia y validez.

Asignación y adecuación de recursos

La asignación y adecuación de los recursos financieros, humanos y materiales resulta un elemento esencial para alcanzar los objetivos previstos y garantizar el correcto desarrollo de las actividades definidas en la Estrategia de Comunicación.

Con relación a los recursos financieros, la Estrategia de Comunicación del Programa Operativo del FSE de La Rioja 2014-2020 cuenta con un presupuesto de 67.000 euros contabilizado en el eje de asistencia técnica. Este presupuesto representa un 0,61% de la ayuda de la Unión Europea (10.953.877 €). Este volumen de fondos, aplicando el principio de proporcionalidad, puede considerarse adecuado ya que se ajusta a los objetivos, los medios y resultados propuestos en la Estrategia.

Asimismo, está prevista la realización de actividades que no supongan un coste adicional en la Estrategia, dado que son asumidos con recursos propios del Gobierno de La Rioja.

Desde el punto de vista de los recursos humanos, la Estrategia de Comunicación define las personas responsables en materia de información y comunicación en la Autoridad de Gestión, el Organismo Intermedio y los Órganos gestores/Beneficiarios del Programa Operativo.

La Dirección General de Empleo en calidad de Organismo Intermedio cuenta con la participación de dos personas encargadas de realizar un seguimiento de las actividades de comunicación. Este seguimiento se realiza a través de un Excel en el que se realiza la recopilación de la información.

Asimismo, la Estrategia de Comunicación hace referencia expresa a la Red GERIP y a la Red INIO. La existencia de estas redes ha dado lugar a una mayor toma de conciencia de la importancia de la comunicación entre los diversos participantes de los Programas permitiendo la coordinación de las actividades a nivel nacional y europeo.

En lo que se refiere a los recursos técnicos y materiales, la Estrategia de Comunicación establece los medios técnicos y materiales que se desarrollarán para facilitar la labor de los diferentes organismos participantes en las actividades de información y comunicación.

A continuación, se presentan las herramientas disponibles en materia de información y publicidad:

- Material elaborado en el marco del GERIP
- Instrucciones sobre las obligaciones que deben cumplir los Órganos Gestores/Beneficiarios en relación con la normativa de aplicación en materia de información y publicidad de los Fondos EIE: normativa europea, nacional y regional
- Herramientas y directrices para la descarga de todos los logotipos de escala comunitaria, nacional y autonómica en los formatos habituales

- Publicaciones: documentos de referencia sobre el PO, normas de gestión y procedimientos, evaluaciones de seguimiento, informes de ejecución, etc.
- Materiales accesibles para personas con discapacidad

La disposición de estos medios resulta adecuada para facilitar el desempeño de los diferentes organismos encargados de la gestión, ejecución, seguimiento y evaluación de la Estrategia de Comunicación.

Consideración del principio de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres

El principio de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres se ha integrado de manera transversal en la definición y elaboración de la Estrategia de Comunicación del PO FSE de La Rioja 2014-2020.

Para la aplicación de este principio en el diseño de la Estrategia se ha tomado como base las recomendaciones incluidas en la “Guía práctica de comunicación con perspectiva de género en los fondos” elaborada por el Instituto de la Mujer. Asimismo, se ha tenido en consideración las orientaciones y aportaciones realizadas por la “Red de Políticas de Igualdad entre Mujeres y Hombres en los Fondos Comunitarios” en la que participa el Organismo Intermedio.

Además, aunque no se han establecido medidas específicas dirigidas a las mujeres, en la Estrategia se ha señalado que las buenas prácticas deben cumplir adecuadamente con las prioridades horizontales incluida la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres.

Por tanto, este principio recogido en el artículo 7 del RDC, se ha tenido en consideración en el diseño de la Estrategia de Comunicación, garantizando la existencia de una información adecuada y transparente sobre el Programa evitando las posibles barreras existentes para acceder a la información por cualquier motivo, incluido el sexo.

No obstante, se observa que en la programación de los indicadores de seguimiento relacionados con personas no existen un desglose por sexo, lo que constituye un área de mejora a incorporar en el seguimiento de la Estrategia de Comunicación que permitiría valorar la existencia de una posible brecha de género.

En conclusión, la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres se ha incorporado adecuadamente en la definición de la Estrategia de Comunicación. No obstante, existe un margen de mejora en el establecimiento de los indicadores de seguimiento relativos a las personas incorporando la variable sexo en su cuantificación.

Valoración del equipo evaluador

Para la elaboración de Estrategia de Comunicación del Programa Operativo FSE de La Rioja 2014-2020 se ha tenido en consideración las recomendaciones en materia de información y publicidad del periodo 2007-2013.

Además, esta Estrategia ha sido elaborada de manera coordinada entre todos los agentes involucrados en la aplicación del Programa Operativo. Las reuniones de la red GERIP han supuesto un foro de discusión fundamental, en especial las relacionadas con las sesiones preparatorias en las que se procedió a la preparación de las Estrategias de todos los Programas Operativos a fin de homogeneizar los criterios para una correcta y coordinada implementación de éstas.

El equipo evaluador considera que los principios de pertinencia, validez, consistencia, asignación y adecuación de los recursos, así como el principio de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres se han aplicado correctamente en la Estrategia.

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

En este capítulo se realiza un análisis de la aplicación de las medidas de información y publicidad de la Estrategia de Comunicación del PO FSE de La Rioja 2014-2020.

La estructura de este capítulo es la siguiente.

- **Avances en la ejecución de las medidas de información y publicidad.** En este apartado se realiza un análisis del nivel de progreso de las medidas y actuaciones en materia de información y publicidad recogidas en la Estrategia de Comunicación. Estos datos son proporcionados por la Dirección General de Empleo del Gobierno de La Rioja y la Autoridad de Gestión.
- **Integración de las actividades de información y comunicación en los informes anuales de ejecución.** En este apartado se verifica si los informes de ejecución anuales han integrado un apartado en materia de información y comunicación conforme al artículo 110.1.c) del RDC y a lo establecido en el seno del GERIP.
- **Repercusión de los sistemas de seguimiento en la calidad de la ejecución de las medidas.** En este apartado se procede a analizar el sistema de seguimiento y gestión, dado que la idoneidad de los procedimientos definidos depende de los resultados que se alcancen en la ejecución de la Estrategia.

3.1. Avances en la ejecución de las medidas

El establecimiento de los indicadores de realización y de resultado permite realizar una valoración periódica del nivel de avance de las actuaciones realizadas en materia de información y publicidad. Estos indicadores se definen 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”.

En este apartado se procede a analizar el nivel de ejecución de los indicadores de comunicación recogidos en la Estrategia de Comunicación del Programa Operativo FSE de La Rioja 2014-2020. El periodo de análisis abarca desde el 1 de enero de 2014 hasta el 30 de junio de 2019.

A continuación, se muestra el grado de ejecución alcanzado por estos indicadores.

Tabla 3. Grado de ejecución de los indicadores de realización y resultado de la Estrategia de Comunicación del Programa Operativo FSE de La Rioja 2014-2020

Actividad	Indicador de Realización	Valor previsto	Valor 2019	%	Indicador de Resultado	Valor previsto	Valor 2019	%
1	Nº actividades y actos públicos	61	72	118,03%	Nº asistentes	379	423	111,61%
2	Nº acciones de difusión	249	250	100,40%				
3	Nº publicaciones externas realizadas	8.754	8.504	97,14%	% publicaciones distribuidas/ editadas	100%	100%	
					Nº puntos de distribución	7	-	-
4	Nº páginas web	4	9	225,00%	Nº visitas	100.000	425.433	425,43%
5	Nº soportes publicitarios	36.035	392	1,09%				
6	Nº documentación interna distribuida	49	49	100%	% organismos cubiertos	100%	100%	
7	Nº redes de información y publicidad	1	1	100%	Nº reuniones	-	-	-
					Nº asistentes	-	-	-

Fuente: Elaboración propia a partir de la información proporcionada por la Dirección General de Empleo

El ritmo de ejecución de los indicadores de realización y de resultado es considerablemente elevado. No obstante, se han constado algunas deficiencias en la programación de los valores objetivo de la Estrategia de Comunicación.

En primer lugar, conviene señalar que no se ha tenido en consideración la participación de la UAFSE en la cuantificación de los valores objetivo de la Estrategia. Por lo que, en este cuadro y en el análisis individualizado de los indicadores de comunicación no constan las aportaciones realizadas por la Autoridad de Gestión.

Por otro lado, se propone revisar los valores objetivo de algunos indicadores, dado que pueden haberse dimensionado erróneamente.

En el caso de los soportes publicitarios se ha indicado un valor considerablemente elevado que no parece corresponderse con las actividades desarrolladas. Por el contrario, el valor previsto de las páginas web presenta un valor relativamente bajo, dado que a fecha de 2019 se ha superado con creces este valor. Asimismo, el resto de los indicadores de realización ya han alcanzado el valor objetivo establecido en la Estrategia, con lo que deberían revisarse estos valores.

En lo que se refiere a las redes de información y publicidad, únicamente se ha considerado la red GERIP no habiéndose tenido en cuenta la red INIO. Además, los indicadores de resultado asociados no han sido tenidos en consideración.

Por tanto, el equipo evaluador recomienda ajustar al alza estos valores de manera que este ajuste permita realizar un seguimiento más preciso y más fiable de la Estrategia.

El presupuesto ejecutado de las actuaciones de información y publicidad realizadas por el Organismo Intermedio y los Órganos Gestores/Beneficiarios se eleva a 46.049,02 € sobre un valor previsto de 67.000€, lo que representa un 68,73% de ejecución.

Tabla 4. Coste estimado de las acciones de información y publicidad

Nº	Actividad	Coste Estimado 2019
1	Actividades y actos públicos	13.700,00 €
2	Acciones de difusión	9.000 €
3	Publicaciones externas	18.366,16 €
4	Páginas Web	0,00 €
5	Soportes publicitarios	4.982,86 €
6	Documentación interna distribuida	0,00 €
7	Redes de Información y Publicidad	0,00 €
TOTAL		46.049,02 €

Actividades y actos públicos

Esta actividad recoge el número de actos de lanzamiento del Programa Operativo para los que se elabora la Estrategia de Comunicación, los actos informativos importantes anuales, actos en torno del Día de Europa y cualquier otro evento contemplado para divulgar el Programa Operativo FSE de La Rioja o transmitir información acerca de la política comunitaria de España.

En el periodo comprendido entre el 1 de enero de 2014 y el 30 de junio de 2019, se han celebrado 72 actividades y actos públicos, lo que supone un ritmo favorable de ejecución por encima del valor previsto (118,03%). La asistencia a estas actividades y actos públicos asciende a 423 personas participantes sobre las 379 previstas.

Tabla 5. Indicadores de realización y resultado. Actividad 1 – Actividades y actos públicos

Indicador de realización	Valor previsto	Valor 2019	% Ejecución	Indicador de resultado	Valor previsto	Valor 2019	% Ejecución
Nº actividades y actos públicos	61	72	118,03%	Nº asistentes	379	423	111,61%

Fuente: Elaboración propia a partir de la información proporcionada por la Dirección General de Empleo

La gran mayoría de estas actividades se corresponden con la organización de reuniones preparatorias del Programa Operativo FSE de La Rioja 2014-2020.

Asimismo, se han realizado cursos de formación y jornadas dirigidas a los Órganos Gestores/Beneficiarios relacionadas con la aplicación de los procedimientos.

A continuación, se mencionan algunas de ellas.

- Jornada formación gestores aplicación FSE 14-20
- Jornada formativa taller práctico para tutores de empresa FP DUAL
- Jornada de formación del profesorado formación de adultos

En lo que se refiere a los Órganos Gestores/Beneficiarios, cabe señalar la gran labor de difusión realizada por el Servicio de Formación Profesional y Participación Educativa y la Red de Empleo para divulgar sus operaciones.

Difusión en medios de comunicación

Esta actividad recoge los distintos tipos de acciones de difusión realizadas en los medios (spots en televisión, anuncios en prensa, cuñas de radio, banner en internet, notas de prensa en teletipos...) utilizados de forma individual o formando parte de una campaña publicitaria con motivo de dar a conocer los Programas Operativos.

El número de actividades de difusión realizado en los medios de comunicación asciende a 250 sobre un valor programado de 249, lo que representa el 100,40% de ejecución. Estas actividades se corresponden en su mayoría con la publicación de notas de prensa relacionadas con las actuaciones cofinanciadas del Programa.

Tabla 6. Indicadores de realización y resultado. Actividad 2 – Difusión en medios de comunicación

Indicador de realización	Valor previsto	Valor 2019	% Ejecución	Indicador de resultado	Valor previsto	Valor 2019	% Ejecución
Nº acciones de difusión	249	250	100,40%	-	-	-	-

Fuente: Elaboración propia a partir de la información proporcionada por la Dirección General de Empleo

Esta labor de difusión contribuye muy eficazmente a acercar el FSE, y en general, el papel de la Unión Europea a la ciudadanía aumentando la visibilidad y la concienciación sobre la contribución de la Unión al desarrollo económico y social de La Rioja.

Asimismo, se ha realizado la publicación de la resolución de las convocatorias, así como los convenios de colaboración en el Boletín Oficial de La Rioja (BOR).

La difusión de las medidas cofinanciadas del Programa Operativo ha sido difundida igualmente a través de las redes sociales.

Publicaciones realizadas

Bajo esta actividad se recoge cualquier tipo publicación editada (en soporte papel o electrónico: libros, folletos, revistas, CD, DVD, videos...) dirigidos a la ciudadanía con la finalidad de dar a conocer los Programas Operativos o alguna de sus actuaciones concreta, así como aquellas relacionadas con la política regional europea.

El valor objetivo del número de publicaciones externas realizadas se eleva a 8.754 unidades. El número de publicaciones realizadas hasta la fecha asciende a 8.504 lo que representa un 97,14% de ejecución. Se desconoce el valor obtenido en lo que se refiere a los puntos de distribución.

Tabla 7. Indicadores de realización y resultado. Actividad 3 – Publicaciones realizadas

Indicador de realización	Valor previsto	Valor 2019	% Ejecución	Indicador de resultado	Valor previsto	Valor 2019	% Ejecución
Nº publicaciones externas realizadas	8.754	8.504	97,14%	% Publicaciones distribuidas/ editadas	100%	100%	-
				Nº Puntos de distribución	7	-	-

Fuente: Elaboración propia a partir de la información proporcionada por la Dirección General de Empleo

Estas publicaciones incluyen los informes anuales en formato electrónico, los folletos publicitarios de formación profesional y de proyectos educativos para adultos, las fichas descriptivas de los ciclos formativos, cuadernos de fichas de buenos tratos y la elaboración de dípticos y trípticos, entre otros.

Conviene señalar que el método de cálculo de este indicador en la programación se basó en la contabilización de las unidades (tiradas) de las publicaciones y no en la tipología de la publicación. Si bien durante el mes de abril de 2016 se mantuvo una conversación con la UAFSE en la que se acordó contabilizar únicamente las publicaciones por tipología de actividad, no se ha realizado una reprogramación de estos valores. Esto hace que sea necesario ajustar tanto el valor objetivo como el valor alcanzado por este indicador.

Información a través de páginas web

Esta actuación contabiliza las principales webs utilizadas para la transmisión de información sobre el PO o algunas actuaciones en concreto, así como las relacionadas con la política regional europea.

De acuerdo con los datos proporcionados por la Dirección General de Empleo se han cuantificado 9 páginas web sobre las 4 previstas, por lo que el nivel de ejecución alcanzado es de un 225,00%. Este valor incluye las páginas de los Órganos Gestores y las de algunos beneficiarios por lo que el equipo evaluador recomienda que se revise el valor objetivo y el valor alcanzado de esta actividad.

El valor promedio anual de las visitas a estas páginas web asciende a 425.433, lo que representa un 425,43%. Considerando que se han contabilizado cinco páginas web de más con respecto al valor programado, las visitas anuales representan un valor superior al previsto.

Tabla 8. Indicadores de realización y resultado. Actividad 4 – Información a través de las páginas web

Indicador de realización	Valor previsto	Valor 2019	% Ejecución	Indicador de resultado	Valor previsto	Valor 2019	% Ejecución
Nº páginas Web	4	9	225,00%	Nº Visitas	100.000	425.433	425,43%

Fuente: Elaboración propia a partir de la información proporcionada por la Dirección General de Empleo

El Organismo Intermedio dedica en su página web un apartado al FSE estructurado en diferentes secciones siendo una de ellas “Comunicación, Evaluación, Igualdad de Oportunidades y Protección de Datos”.

En esta sección, se adjunta una serie de documentación de interés como la Estrategia de Comunicación de La Rioja 2014-2020, los logotipos del FSE, las normas información y comunicación 2014-2020 junto con 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 RDC. Asimismo, se proporciona algunos enlaces de interés, como es el caso de la red nacional GERIP (<https://www.larioja.org/empleo-formacion/es/estadistica-programas-europeos-nacionales-empleo/fondo-social-europeo>).

Por su parte, los Órganos Gestores/Beneficiarios han incorporado información relacionada con el Programa en sus respectivas páginas web: ADER, Consejería de Políticas Sociales, Familia, Igualdad y Justicia y la Dirección General de Educación.

Adicionalmente, se ha contabilizado las páginas web de la Fundación Cáritas Chavicar, la página web de Formación Profesional y las páginas web de varios ayuntamientos en calidad de beneficiarios.

Asimismo, la UAFSE presenta el Portal Web Único actualmente disponible en el que se ha estado trabajando en los últimos meses. La página web de ADER junto con la del Organismo Intermedio son las únicas que se encuentran referenciadas en este Portal. En este sentido, conviene señalar que este

Portal ha comenzado a estar operativo durante el mes de octubre de 2019 por lo que por el momento se sigue trabajando en la actualización del contenido.

Información a través de cualquier tipo de cartelería

Esta actividad incluye los distintos soportes (pósteres, carteles, placas, expositores, stands y/o vallas) utilizados con fines publicitarios, con la finalidad de dar a conocer los Programas Operativos o alguna de sus actuaciones concretas a la ciudadanía.

El valor previsto de los soportes publicitarios establecido en la Estrategia de Comunicación asciende a 36.035 unidades.

Tabla 9. Indicadores de realización y resultado. Actividad 5 – Información a través de cualquier tipo de cartelería

Indicador de realización	Valor previsto	Valor 2019	% Ejecución	Indicador de resultado	Valor previsto	Valor 2019	% Ejecución
Nº soportes publicitarios	36.035	392	1,09%	-	-	-	-

Fuente: Elaboración propia a partir de la información proporcionada por la Dirección General de Empleo

El número de unidades de soportes publicitarios elaborados asciende a 392 entre los que se incluyen carteles, bolígrafos, placas y vinilos. El nivel de ejecución de este indicador se limita a un 1,09%.

Los Órganos Gestores/Beneficiarios han colocado los carteles y placas en un lugar visible de sus instalaciones.

En lo que se refiere al valor objetivo de este indicador, en abril de 2016 se mantuvo de igual modo una conversación con la UAFSE en la que se acordó contabilizar únicamente los soportes por tipología de actividad y no por unidades. El equipo evaluador recomienda realizar una revisión de este valor.

Instrucciones emitidas hacia los participantes de los PO

Esta actividad incluye toda la documentación proporcionada desde las Autoridades de Gestión y/o los Organismos Intermedios a los Órganos Gestores de los Programas Operativos y/o potenciales beneficiarios/beneficiarios de los Fondos Europeos.

Tabla 10. Indicadores de realización y resultado. Actividad 6 – Instrucciones emitidas

Indicador de realización	Valor previsto	Valor 2019	% Ejecución	Indicador de resultado	Valor previsto	Valor 2019	% Ejecución
Nº documentación interna distribuida	49	49	100%	% Organismos cubiertos	100%	100%	-

Fuente: Elaboración propia a partir de la información proporcionada por la Dirección General de Empleo

El Organismo Intermedio ha puesto a disposición de los Órganos Gestores/Beneficiarios las instrucciones y manuales necesarios para la correcta aplicación de la Estrategia de Comunicación. Entre las instrucciones remitidas se encuentran las siguientes:

- Documento Criterios de Selección de Operaciones
- Dossier Informativo Gestión Integral Programa Operativo Regional
- Orientaciones sobre Indicadores Certificación e Informe Anual
- Orientaciones sobre Información y Publicidad en actividades cofinanciadas

Por su parte, la totalidad de los Órganos Gestores han distribuido las instrucciones a los beneficiarios y destinatarios de las ayudas. Esto ha permitido que a 30 de junio de 2019 ya se haya alcanzado el objetivo establecido en la Estrategia.

Redes de Información y Publicidad

Esta actividad recoge las redes de comunicación establecidas para poner en marcha y llevar a la práctica las estrategias de comunicación.

El valor previsto de las redes de información y publicidad establecido en la Estrategia de Comunicación asciende a 1 que se corresponde con la red nacional del GERIP. En consecuencia, la red europea INIO en la que participa la UAFSE en calidad de Autoridad de Gestión no se ha tenido en consideración.

Por otro lado, conviene señalar que no se ha incluido el indicador de resultado “número de reuniones” de esta red en la Estrategia de Comunicación. Por el contrario, sí se ha incluido el indicador de resultado “número de asistentes a estas reuniones” si bien no se ha indicado su valor objetivo.

Tabla 11. Indicadores de realización y resultado. Actividad 7 - Redes de información y publicidad

Indicador de realización	Valor previsto	Valor 2019	% Ejecución	Indicador de resultado	Valor previsto	Valor 2019	% Ejecución
Nº redes de información y publicidad	1	1	100%	Nº Reuniones	-	-	-
				Nº Asistentes	-	-	-

Fuente: Elaboración propia a partir de la información proporcionada por la Dirección General de Empleo

La Dirección General de Empleo en calidad de Organismo Intermedio ha acudido a las reuniones del GERIP. No obstante, se desconoce el número de reuniones a las que ha acudido, así como el número promedio de asistentes a estas reuniones.

El equipo evaluador recomienda realizar una revisión de la definición y cuantificación de los indicadores de realización y de resultado asociados a la actividad de redes de información y publicidad para ajustarse a la ejecución material de la Estrategia.

Si bien no se ha tenido en consideración la contribución de la UAFSE en los indicadores de comunicación en la presente Estrategia, a continuación, el equipo evaluador realiza una breve síntesis de esta contribución a fin de reflejar la ejecución material realizada por el conjunto de las entidades implicadas en la Estrategia.

La Autoridad de Gestión ha concentrado sus esfuerzos principalmente en la organización de actividades y actos públicos, la difusión en los medios de comunicación y en la participación de las redes GERIP e INIO.

La UAFSE ha participado en 48 actividades y actos de difusión relacionados con la celebración de los Comités de Seguimiento, la organización de seminarios relacionados con los procedimientos aplicables de la normativa comunitaria y los Encuentros Anuales del FSE.

En lo que se refiere a las actividades de difusión, éstas se corresponden con la elaboración de noticias de prensa en las que se informa sobre la celebración de reuniones, jornadas y foros entre otros.

Además, la Unidad administradora del Fondo Social Europeo en calidad de Autoridad de Gestión presenta en su página web una sección dedicada a la comunicación. En este apartado se recogen las Estrategias de Comunicación de los Programas Operativos junto con la Guía Metodológica (<http://www.mitramiss.gob.es/uafse/es/comunicacion/index.htm>).

Asimismo, esta entidad ha participado en 16 sesiones de la red GERIP y 10 reuniones de la red INIO.

Valoración del equipo evaluador

El equipo evaluador valora positivamente los esfuerzos realizados por el Organismo Intermedio y los Órganos Gestores/Beneficiarios en las actividades de comunicación, dado que se ha alcanzado los valores objetivos de la mayoría de los indicadores de realización y de resultado. Las actividades que mayor avance presentan son las actividades y actos públicos, las acciones de difusión y la documentación interna distribuida.

No obstante, se han detectado algunas deficiencias en la programación de los valores objetivos y en la definición de algunos indicadores de la Estrategia de Comunicación.

En primer lugar, conviene destacar que no se ha tenido en consideración la participación de la UAFSE en la cuantificación de los valores objetivos en la programación de la Estrategia.

Por otro lado, en el caso de las publicaciones externas y soportes publicitarios, se ha calculado unos valores objetivo considerablemente elevados, dado que se han contabilizado el número de unidades (tiradas) de estas actividades.

En lo que se refiere a las redes de información y publicidad, únicamente se ha tenido en consideración la red nacional GERIP. Además, los valores objetivos de los indicadores de resultado asociados a este indicador no han sido cuantificados.

Las páginas web de las entidades involucradas parecen asimismo haberse dimensionado erróneamente, dado que se el valor objetivo asciende a 4 y a fecha de 30 de junio de 2019 se han alcanzado 9.

El presupuesto ejecutado asociado a estas actuaciones es elevado representando un 68,73% sobre el presupuesto previsto en la Estrategia (67.000€), lo que se considera adecuado.

En definitiva, si bien el nivel de avance de los indicadores de realización y de resultado es favorable, el equipo evaluador considera que deben revisarse los valores objetivos asociados a estos indicadores con el fin de realizar un seguimiento más preciso de la Estrategia.

3.2. Integración de las actividades de información y publicidad en los informes anuales de ejecución

El artículo 50 del RDC establece que desde 2016 hasta 2023 los Estados miembros presentarán a la Comisión un informe anual sobre la ejecución de los Programas Operativos en el ejercicio anterior, así como un informe final. La Comisión examinará y aceptará esos informes teniendo la potestad de realizar observaciones de manera previa a su aceptación.

En el Artículo 111 del Capítulo 1 del RDC se establece que los informes de ejecución anuales a presentar en 2017 y 2019 deben de contener “b) los resultados de las medidas de información y publicidad de los Fondos aplicadas conforme a la estrategia de comunicación”.

Por su parte, el artículo 110 establece que el Comité de Seguimiento examinará la aplicación de la estrategia de comunicación (apartado 1 letra c) y el artículo 116 señala que la Autoridad de Gestión informará al Comité Seguimiento de los avances en la aplicación de la Estrategia de Comunicación al menos una vez al año.

La Dirección General de Empleo en calidad de Organismo Intermedio envía con carácter semestral una solicitud de información a los Órganos Gestores/Beneficiarios sobre el estado de las actividades de información y publicidad realizadas durante los últimos meses. Una vez recopilada, el Organismo Intermedio proceder a realizar una revisión y valoración de esta información que posteriormente vuelca en los informes anuales de ejecución.

En el presente apartado, se realiza una revisión y valoración de la información y publicidad contenida en los informes anuales de ejecución presentados en 2017 y 2019, esto es, los informes anuales de 2016 y 2018.

En el informe anual de ejecución de 2016 se cumplimenta correctamente el apartado 12.2 dedicado a los avances realizados en las actividades de información y publicidad. En este informe se indica que se está trabajando en la actualización de la página web de la Dirección General de Empleo y la de los Órganos Gestores/Beneficiarios con el fin de mejorar la presentación de las actividades ejecutadas en el Programa Operativo. Por otro lado, se menciona que se han realizado reuniones de trabajo con los Órganos Gestores/Beneficiarios, así como jornadas formativas.

Además, se informa de las numerosas acciones de difusión realizadas durante la anualidad de 2016 relacionadas con la publicación de noticias en prensa escrita y digital y la publicación de convocatorias y resoluciones de aprobación, entre otras. En este sentido, se aclara que en toda la documentación generada se hace mención expresa a la cofinanciación del FSE incluyendo el logotipo y la publicación de la lista de entidades beneficiarias.

Por su parte en el apartado 12.2 del informe anual de ejecución de 2018 se describe los avances obtenidos en materia de información y publicidad durante esta anualidad. En este informe se menciona que el Organismo Intermedio ha realizado comunicaciones semestrales dirigidas a los Órganos Gestores/Beneficiarios recordando las obligaciones de información y publicidad.

Asimismo, se indica que el Organismo Intermedio verifica que en las convocatorias, resoluciones o adjudicaciones de actuaciones se incluye la cofinanciación del FSE.

De igual modo, se menciona que en la página web de la Dirección General de Empleo se incluye la lista de operaciones del Programa Operativo. Además, se indica que desde esta lista se puede acceder a las páginas de los distintos beneficiarios.

En último lugar, se realiza una descripción del grado de ejecución de los indicadores. En este sentido, es destacable el buen ritmo de avance de las acciones de difusión y de las publicaciones realizadas.

Valoración del equipo evaluador

El equipo evaluador considera adecuada la información incorporada en los informes anuales de ejecución de 2016 y 2018 en los que se presenta un breve estado de las actividades de información y publicidad y en general de las últimas novedades contenidas en la Estrategia de Comunicación, si bien se echa de menos disponer de información con carácter más periódico que el señalado en la normativa comunitaria para efectuar un seguimiento de los avances.

3.3. La repercusión de los sistemas de seguimiento en la calidad de la ejecución de las medidas

La gestión, seguimiento y ejecución del Programa Operativo y de la Estrategia Comunicación requiere del establecimiento de procedimientos adecuados que recojan y apliquen correctamente las disposiciones comunitarias en materia de comunicación, la implantación de mecanismos que permitan la realización de las tareas de gestión, seguimiento y control, la evaluación y, en consecuencia, la mejora continua.

El conocimiento de estos procedimientos por parte de los organismos implicados puede ayudar a identificar factores de éxito y/u obstáculos que inciden sobre los niveles de realización, resultado e impacto alcanzados.

A continuación, se procede a realizar un análisis de los principales elementos del sistema de seguimiento, evaluación y ejecución de la Estrategia de Comunicación establecidos en la Guía Metodológica.

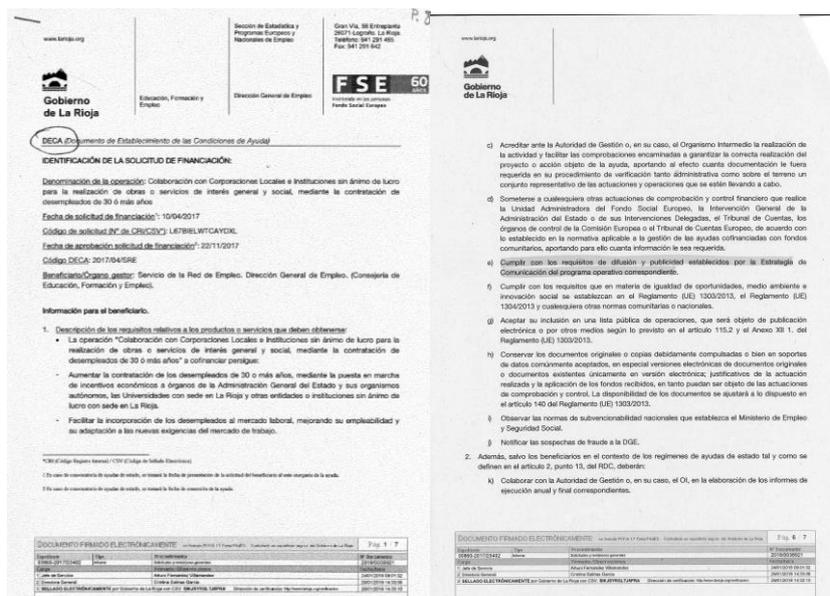
Existencia de instrucciones a los Órganos Gestores/Beneficiarios encargados de la gestión y ejecución de las actuaciones en materia de gestión, seguimiento, control, evaluación e información y comunicación

La UAFSE en calidad de Autoridad de Gestión ha proporcionado al Organismo Intermedio las instrucciones, así como el asesoramiento e información sobre los procedimientos relacionados con la gestión, seguimiento, control, evaluación e información y comunicación. En este sentido, la Autoridad de Gestión ha elaborado, entre otras, unas “orientaciones a los Organismos Intermedios para la descripción de sus procedimientos en el periodo 2014-2020” y unas “orientaciones sobre indicadores del FSE” que han resultado de utilidad para definir los procedimientos a aplicar por los Organismos Intermedios del FSE en España.

Por su parte, el Organismo Intermedio proporciona instrucciones a los Órganos Gestores/Beneficiarios a través del intercambio de correos electrónicos, el sistema “ABC” de comunicación interna y tramitación de expedientes de la Comunidad de La Rioja, la distribución de manuales de procedimientos y guías sobre la aplicación de la normativa comunitaria, la organización de jornadas formativas y la realización de reuniones presenciales con los diferentes Órganos Gestores/Beneficiarios.

Asimismo, el Organismo Intermedio informa a los Órganos Gestores/Beneficiarios través del “Documento por el que se Establecen las Condiciones de Ayuda” (DECA). En este documento se informa sobre las obligaciones que asumen como beneficiarios de la ayuda FSE entre las que se incluye “cumplir con los requisitos de difusión y publicidad establecidos por la Estrategia de Comunicación del Programa Operativo correspondiente”.

Ilustración 1. Mención a las obligaciones de información y publicidad en el DECA



De manera adicional, la Dirección General de Empleo pone a disposición de los Órganos Gestores/Beneficiarios toda la normativa comunitaria relacionada con los Fondos Europeos en su página web incluyendo los enlaces a las páginas de la Comisión y de la UAFSE. En este mismo portal, se ha puesto a disposición de los Órganos Gestores/Beneficiarios un buzón de consultas para aquellas personas que estén interesadas en solicitar cualquier tipo de información complementaria del Programa.

Finalmente, los Órganos Gestores han remitido instrucciones a los beneficiarios finales relacionadas con la colocación de los carteles informativos, así como la mención a la cofinanciación del FSE y la inclusión del logo en toda la documentación elaborada.

Calidad de los procedimientos establecidos

La calidad de los procedimientos establecidos incide en la correcta implementación tanto del Programa Operativo como de la Estrategia de Comunicación.

Los procedimientos establecidos hacen referencia al seguimiento, evaluación y verificación y, si bien se basan en las orientaciones establecidas en la red INIO o en el seno del GERIP, han sido adaptados por el Organismo Intermedio para adaptarse a las particularidades del Programa.

En primer lugar, en lo que se refiere al seguimiento, éste se realiza de manera periódica por parte del Organismo Intermedio. En este sentido, el Organismo Intermedio envía a los Órganos Gestores/Beneficiarios una “ficha de recogida de información” en la que se solicita los datos generales de la actuación, el contenido y los resultados. Esta plantilla permite conocer los recursos destinados a la misma, la metodología de intervención, la cobertura, así como el impacto o grado de

consecución de los resultados. Se trata de un informe detallado que permite conocer en profundidad las actuaciones ejecutadas.

Ilustración 2. Ficha de recogida de información

FICHA DE RECOGIDA DE INFORMACIÓN

INFORMACIÓN GENERAL

Programa Operativo: P.O. FSE LA RIOJA 2014-2020 – CCI 2014ES05SFOP001.

Eje de intervención: Eje 1A. Eje 2A. Eje 3A. Eje 8A.

Prioridad de Inversión: 9.1. Objetivo Específico: 9.1.1

INFORMACIÓN DE CONTACTO

Nombre:

Organización:

Cargo:

Correo electrónico:

Teléfono:

DATOS ESPECÍFICOS DE LA PRÁCTICA

Breve descripción y grado de ejecución:

Voluntariado Experto Senior: Formación práctica impartida por parte de personas voluntarias jubiladas de la zona de actuación, expertas en una materia de interés para la capacitación pre-laboral de las personas participantes en los Programas de Inclusión Social Activa cofinanciados.

Tipo de práctica: Una acción. Una metodología. Una herramienta:

Otros (Especificar):

Ámbito de:

- Inserción de colectivos desfavorecidos.
- Emprendeduría y creación de empresa.
- Adaptabilidad de personas trabajadoras y empresas.
- Responsabilidad social de las empresas.
- Información y comunicación.
- Igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres.
- Educación.
- Investigación, I+D+i.
- Gestión de contenidos y recursos.
- Otros (especificar): *Transferencia de conocimientos.*

Asimismo, el Organismo Intermedio distribuye semestralmente la plantilla de un informe en el que se solicita información relacionada con las actividades de comunicación realizadas a fin de conocer el avance de los indicadores de realización y de resultado.

El Organismo Intermedio y los Órganos Gestores/Beneficiarios archivan electrónicamente todo el material de comunicación de las actuaciones realizadas de manera que existe un registro documental que complementa la información incluida en estos informes.

Esta información proporciona la información necesaria para elaborar los informes anuales de ejecución que se presentan con carácter anual a la Autoridad de Gestión, así como la información que se presenta en el Comité de Seguimiento o en los Encuentros Anuales.

En segundo lugar, en lo que se refiere al sistema de evaluación, éste dispone de un carácter continuista en relación con el periodo de programación 2007-2013, dado que éste ha resultado adecuado para poder incorporar las lecciones aprendidas y las recomendaciones en las Estrategias de Comunicación del periodo 2014-2020.

El sistema de evaluación dispone de dos evaluaciones: intermedia y final. La existencia de estas evaluaciones permite, por un lado, realizar propuestas de modificación o actualización de la Estrategia de Comunicación que contribuyan a mejorar los resultados y, por otro lado, realizar

recomendaciones que contribuyan a mejorar las actividades de información y publicidad a realizar en el periodo 2021-2027.

Finalmente, en lo que respecta a la verificación de las operaciones, se ha comprobado que se han tenido en consideración las obligaciones en materia de información y publicidad de manera que todas las operaciones cofinanciadas cumplan adecuadamente con esta normativa. Además, se ha establecido un procedimiento para revisar el cumplimiento de la normativa de información y publicidad de manera previa a la aprobación de las operaciones.

En conclusión, puede señalarse que los procedimientos de seguimiento, evaluación y verificación resultan adecuados, permitiendo el adecuado cumplimiento de la normativa de información y publicidad, así como la correcta ejecución de la Estrategia de Comunicación.

Disposición de manuales específicos de gestión, seguimiento, control, evaluación e información y comunicación por parte de las Autoridades de Gestión, Organismos Intermedios y beneficiarios

La Autoridad de Gestión ha distribuido al Organismo Intermedio diversos manuales en materia de gestión, seguimiento, evaluación e información y comunicación. Esta documentación se encuentra además disponible en la página web de la UAFSE.

A continuación, se mencionan algunos de los manuales distribuidos por esta entidad que se encuentran disponibles en su página web.

- Guía de recomendaciones para incorporar el enfoque de género en los Planes de Evaluación, TDR e Informes de evaluación 2014-2020
- Orientaciones a los Organismo Intermedios para la descripción de sus funciones y procedimientos en las actuaciones cofinanciadas por el FSE en el periodo 2014-2020
- Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de las Estrategias de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER y del Fondo Social Europeo 2014-2020
- Orientaciones sobre indicadores
- Documento de tipología de operaciones

Por su parte, el Organismo Intermedio ha elaborado un manual de procedimientos que ha remitido a los Órganos Gestores/Beneficiarios. Este manual traslada de manera sencilla las orientaciones realizadas por la Autoridad de Gestión.

Asimismo, el Organismo Intermedio distribuye varias plantillas de informes a los Órganos Gestores/Beneficiarios en los que se solicita la cumplimentación de ciertos apartados con el fin de recopilar información que permita realizar un seguimiento periódico de las actuaciones ejecutadas.

Estos manuales y plantillas permiten que los Órganos Gestores/Beneficiarios conozcan adecuadamente sus obligaciones y facilitan la recopilación de la información necesaria para la justificación técnica y económica de las operaciones.

Desde el punto de vista de la comunicación las obligaciones que deben cumplirse se han trasladado principalmente en el DECA.

Asignación y adecuación de los recursos destinados a los aspectos de comunicación

La adecuada asignación de los recursos humanos, materiales y financieros destinados a los aspectos de comunicación permite garantizar una efectiva aplicación de la Estrategia de Comunicación.

En lo que se refiere a los recursos humanos, el Organismo Intermedio cuenta con la participación de dos personas de la Dirección con un porcentaje de dedicación en las actividades de información y comunicación. Estas personas pueden contar con el apoyo de otras personas del Organismo Intermedio si es necesario.

Por lo general, en lo que se refiere a los Órganos Gestores/Beneficiarios, estos no disponen de personal con dedicación exclusiva a las tareas de información y publicidad. Estas actividades son desarrolladas por las personas implicadas en la gestión y ejecución de las actuaciones.

Durante el grupo de discusión celebrado, los Órganos Gestores/Beneficiarios indicaron que en ocasiones existen dificultades en la trasmisión de la normativa en materia de información y publicidad a los gabinetes de comunicación. Este es un factor relevante, dado que dificulta que se comunique adecuadamente la cofinanciación de la UE en determinadas operaciones.

Los recursos financieros programados se elevan a 67.000 €, una cantidad que se considera adecuada y proporcional a las actuaciones y medidas contenidas en la Estrategia de Comunicación. El nivel de ejecución de gasto desde el 1 de enero de 2014 hasta el 30 de junio de 2019 se eleva a un 68,73%, lo que indica que se está cumpliendo adecuadamente con las previsiones indicadas en la Estrategia.

En conclusión, los recursos disponibles para ejecutar la Estrategia de Comunicación son adecuados, si bien es necesario mejorar la coordinación con los gabinetes de comunicación de las Consejerías.

Apoyo informático: disponibilidad y organización de aplicaciones informáticas que aseguren la calidad del seguimiento y de la ejecución

Para la recopilación y cuantificación de los indicadores de comunicación se hace uso de una plantilla de Excel que es cumplimentada por los Órganos Gestores/Beneficiarios y el Organismo Intermedio. Los Órganos Gestores/Beneficiarios completan esta información que posteriormente es verificada por la Dirección General de Empleo y remitida a la Autoridad de Gestión.

Este procedimiento permite cumplimentar los indicadores. Sin embargo, es un medio que no permite tener información actualizada y susceptible de que existan errores en la recopilación de información. Aunque en la Estrategia de Comunicación se hace referencia a desarrollar una aplicación informática, esta actividad no se ha desarrollado aún.

Análisis de la estructura y funcionamiento del GERIP y resto de redes regionales

En el 2007 las administraciones regionales junto a la Administración General del Estado acordaron crear la red GERIP (Grupo Español de Responsables en materia de Información y Publicidad) constituida por los responsables en materia de Información y Publicidad de todos los Organismos Intermedios, jefes de fila de la gestión de los Fondos Europeos de cada Administración Regional y los responsables en materia de comunicación designados por las autoridades de los Fondos.

Esta estructura facilita la comunicación entre los Organismos Intermedios y la Autoridad de Gestión, contribuyendo de manera directa a la correcta gestión y seguimiento de la Estrategia de Comunicación. Concretamente, desempeña un papel imprescindible en la coordinación y dinamización de todas las tareas realizadas respecto a la información y publicidad de los Fondos Estructurales y la política de cohesión en España, potenciando el intercambio de experiencias entre los asistentes y estimulando la presentación de buenas prácticas.

Su función es facilitar el establecimiento de una estrategia de comunicación conjunta, coordinar las Estrategias regionales, facilitar el intercambio de ideas y convertirse en un foro de discusión y plataforma para la toma de decisiones y orientaciones consensuadas para la ejecución de las Estrategias de Comunicación.

Los encuentros organizados por el GERIP permiten homogeneizar la aplicación de los criterios de Información y Publicidad entre las diferentes Comunidades. El funcionamiento de esta red es valorado positivamente por los organismos participantes.

Comunicación y coordinación con otros órganos: cauces de información fluidos con los Comités de Seguimiento, Comité de Evaluación

La comunicación y coordinación con otros órganos ha sido igualmente adecuada.

En primer lugar, en lo que respecta a los Comités de Seguimiento, la Autoridad de Gestión y el Organismo Intermedio han expuesto en éstos los avances en materia de comunicación, reportando información detallada sobre la ejecución. Además de tratarse estos aspectos en el proceso de aprobación por el Comité de Seguimiento de los informes anuales de ejecución, se dedica en todos los Comités de Seguimiento un punto del orden del día a exponer los avances de la Estrategia de

Comunicación, así como a presentar la planificación anual y proponer posibles modificaciones que deban ser aprobadas por el Comité de Seguimiento.

De esta manera se garantiza que no solo las entidades involucradas en la gestión, seguimiento y ejecución de los programas conozcan el estado de situación de la aplicación de la Estrategia, sino que los agentes económicos y sociales y otras entidades que participan en los Comités dispongan de esa información.

Del mismo modo, en lo que respecta al Comité de Evaluación, éste es principal instrumento de coordinación de las evaluaciones establecido a nivel nacional con el fin de orientar la actividad de evaluación, desarrollar capacidades de evaluación y servir de plataforma común para el intercambio de conocimiento, experiencias, y buenas prácticas. En este Comité se informa sobre la metodología establecida para la evaluación de las Estrategias de Comunicación, así como sobre los resultados de las propias evaluaciones.

Finalmente, conviene señalar que la coordinación también ha sido adecuada con los servicios de la Comisión Europea. Así, la comunicación se ha convertido en un tema habitual de discusión, no sólo en el marco de la red comunitaria constituida al efecto (INIO), en la que han participado representantes de la Autoridad de Gestión sino también en los propios Encuentros Anuales. Además, los Encuentros Anuales se han empleado para presentar a las personas participantes las buenas prácticas identificadas en cada región.

Valoración del equipo evaluador

El equipo evaluador considera que el establecimiento de un procedimiento de seguimiento, evaluación y verificación ha facilitado la correcta aplicación del Programa Operativo y de la Estrategia de Comunicación.

El Organismo Intermedio realiza un seguimiento periódico de las actuaciones. Para ello, esta entidad solicita a los Órganos Gestores/Beneficiarios información relativa a las operaciones relacionada con los resultados, el impacto, la metodología de intervención, etc. Asimismo, esta entidad solicita semestralmente información relacionada con las actividades de comunicación realizadas con el fin de conocer el estado de los indicadores de realización y de resultado. Esta información es posteriormente reflejada en los informes anuales de ejecución.

Por otro lado, el sistema de evaluación ha facilitado la adopción de recomendaciones y lecciones aprendidas del periodo de 2007-2013.

El sistema de verificación ha permitido comprobar que la información y publicidad se ha incorporado en los procedimientos de verificación y control de las operaciones del FSE. Además, el Organismo

realiza una comprobación previa de las bases reguladoras y órdenes de ayuda a fin de garantizar que estas medidas se han incluido adecuadamente.

La elaboración de manuales específicos de gestión, seguimiento, control, evaluación e información y comunicación por parte de la Autoridad de Gestión y el Organismo Intermedio ha permitido trasladar las obligaciones comunitarias a los Órganos Gestores/Beneficiarios. Esta documentación se encuentra disponible en las páginas web de ambas entidades. Asimismo, el Organismo Intermedio ha trasladado estas instrucciones a través del DECA.

Por último, las reuniones de las redes GERIP e INIO facilitan la comunicación entre los Organismos Intermedio y la Autoridad de Gestión. Estos encuentros permiten homogeneizar los criterios aplicables en la Estrategia, intercambiar ideas y participar en la toma de decisiones y orientaciones para la correcta aplicación de la Estrategia.

4. VERIFICACIÓN DE LA INCLUSIÓN DE LA INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD EN LAS ACTUACIONES DE VERIFICACIÓN Y CONTROL DEL FSE

El artículo 125 del RDC establece la obligación de comprobar, mediante verificaciones administrativas y sobre el terreno, el cumplimiento de la normativa comunitaria y de las condiciones necesarias para el apoyo a las operaciones objeto de financiación. Entre otros aspectos debe comprobarse que las operaciones cumplen con la normativa vigente en materia de información y publicidad.

En este sentido, en todas las operaciones se debe garantizar que se cumple con las obligaciones establecidas en el artículo 115, incluido el anexo XII, del RDC, así como con las disposiciones establecidas en la materia en el Reglamento de Ejecución (UE) nº 821/2014 de 28 de julio de 2014 y, en concreto, en el anexo II.

En este capítulo se comprobará que en las actividades de verificación y control se han incluido el cumplimiento de las obligaciones en materia de información y comunicación, así como cuáles han sido los resultados de estas verificaciones analizando una muestra de operaciones cofinanciados.

Además, de manera previa, se analizará si se han definido procedimientos para garantizar que las medidas de información y comunicación se han incluidos en las bases reguladoras, ordenes de ayudas y licitaciones públicas.

Procedimientos de control previo de las operaciones

El Organismo Intermedio ha remitido instrucciones a los Órganos Gestores/Beneficiarios relativas a las obligaciones en materia de gestión, seguimiento, control, evaluación e información y comunicación que deben cumplir las operaciones cofinanciadas.

Por su parte, los Órganos Gestores/Beneficiarios deben enviar las versiones provisionales de las convocatorias de ayudas y licitaciones públicas al Organismo Intermedio con anterioridad a su publicación para su comprobación de manera previa a la aprobación de la operación.

El Organismo Intermedio es la entidad responsable de verificar que esta documentación cumple adecuadamente con estas obligaciones comunitarias. En caso de no cumplirse, el Organismo Intermedio se pone en contacto con los Órganos Gestores/Beneficiarios para que realicen las modificaciones pertinentes.

Este procedimiento de control permite verificar que se están incluyendo las disposiciones comunitarias de aplicación, y en especial, las relacionadas con información y publicidad en todas las operaciones de manera previa a la aprobación.

Verificaciones administrativas y sobre el terreno

En este apartado se procede a comprobar si en las verificaciones administrativas y sobre el terreno se ha incorporado la comprobación del cumplimiento de la normativa en información y publicidad. Para ello, se examina, en primer lugar, si los listados utilizados durante las verificaciones administrativas y sobre el terreno contienen preguntas relativas al cumplimiento de las obligaciones de información y publicidad.

Asimismo, se realiza un análisis de una muestra de expedientes verificados a fin de conocer si estos apartados están debidamente cumplimentados y si los Órganos Gestores/Beneficiarios están cumpliendo con estas obligaciones, o, si por el contrario el equipo auditor ha emitido recomendaciones en este sentido.

Incorporación de las preguntas de información y comunicación en las listas de verificación

Las listas de verificación utilizadas durante las verificaciones administrativas y sobre el terreno contienen diferentes apartados en relación con la aplicación de los procedimientos de la normativa autonómica, nacional y comunitaria. Las preguntas relativas a la información y publicidad se recogen en varios de estos apartados, lo que permite que se cumpla adecuadamente con la normativa comunitaria.

Tabla 12. Preguntas relativas a información y publicidad contenidas en el listado de verificación administrativa

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?

Criterios de selección. Información y Publicidad

- 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.)

Convocatorias. Concesión

- ¿La resolución y su publicación informa de la cofinanciación FSE?

General proyecto. Información y publicidad

- ¿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 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 Fondo Social Europeo en: Normativa reguladora: Bases Reguladoras y convocatoria; expediente de gasto y anuncios de licitación y adjudicación, contrato, convenio, encomienda de gestión, i. financiero.
- En el caso de subvenciones ¿se hace referencia a la cofinanciación del Fondo en Social Europeo en Formularios de solicitud, Resolución de concesión/Convenio/Contrato, Folletos, cuadernillos, notas informativas, anuncios, páginas web, etc.; Diplomas o certificados
- Si ha habido contrataciones, se ha verificado que consta la referencia a la cofinanciación del Fondo Social Europeo en: Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares, Anuncio de licitación; documentos, folletos, anuncios en prensa, actos públicos, ¿etc. que se realicen hasta la finalización del contrato?
- 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?
- ¿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?

Expediente de subvención. Resolución

- ¿Se ha informado a los beneficiarios de que la aceptación de la financiación implica la aceptación de su inclusión en una lista de operaciones que se hará pública en un sitio o portal único?

Fuente: Elaboración propia a partir de la información extraída de los informes de verificación

Tabla 13. Preguntas relativas a información y publicidad contenidas en el listado de verificación sobre el terreno

Medidas de información y comunicación

- ¿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 Fondo Social Europeo en: Normativa reguladora: Bases Reguladoras y convocatoria; expediente de gasto y anuncios de licitación y adjudicación, contrato, convenio, encomienda de gestión, instrumento financiero
- En el caso de subvenciones ¿se hace referencia a la cofinanciación del Fondo en Social Europeo en Formularios de solicitud, Resolución de concesión/Convenio/Contrato, Folletos, cuadernillos, notas informativas, anuncios, páginas web, etc.; Diplomas o certificados
- Si ha habido contrataciones, se ha verificado que consta la referencia a la cofinanciación del Fondo Social Europeo en: Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares, Anuncio de licitación; documentos, folletos, anuncios en prensa, actos públicos, etc. ¿que se realicen hasta la finalización del contrato?
- 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...?

Fuente: Elaboración propia a partir de la información extraída de los informes de verificación

Estas preguntas son de obligado cumplimiento y han sido incluidas en todos los informes de verificación.

Análisis de una muestra de operaciones verificadas

Este apartado está orientado a conocer si los Órganos Gestores/Beneficiarios han cumplido con la normativa en materia de información y publicidad mediante la revisión de los informes de verificación realizados.

Para efectuar este análisis se ha seleccionado una muestra obtenida de las operaciones certificadas. Esta muestra se ha seleccionado de manera aleatoria, garantizando que para cada Órgano Gestor se haya seleccionado al menos una operación y que se haya cubierto todos los ejes del Programa.

Los expedientes seleccionados han sido los siguientes.

Ilustración 3. Relación de operaciones examinadas en relación con la incorporación de la información y publicidad en la verificación (artículo 125)

Eje	PI	OE	Código Operación	Órgano Gestor	Importe verificado
1A	8.1	8.1.5	2017/01/SRE- CONTR MAY 45/ 002-2015-174_Ayto. Calahorra	Servicio de la Red de Empleo	13.885,32 €
1A	8.1	8.1.5	2017/01/ ADER- DISEÑO Becas de formación en prácticas sobre Diseño de producto	Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja	51.958,40€
2A	9.1	9.1.1	2017/01/SPD Centro Ocupacional Domingo Ochoa	Servicio de Personas con Discapacidad	394.801,82€
2A	9.1	9.1.1	2018/01/SPAS- Convenio2018	Servicio de Planificación y Acción Social	174.059,3€

Eje	PI	OE	Código Operación	Órgano Gestor	Importe verificado
3A	10.3	10.3.1	2/2017 (ESPA)	Servicio de Formación Profesional y Participación Educativa	182.341,04 €

Fuente: Elaboración propia a partir de la información extraída de los informes de verificación

El análisis de la muestra de los expedientes de las verificaciones ha permitido comprobar que se ha incorporado un apartado de información y publicidad en todos los informes de verificación.

Además, este análisis ha permitido comprobar que por lo general los Órganos Gestores/Beneficiarios han cumplido con la normativa comunitaria en esta materia. No obstante, se han identificado dos leves incidencias.

En el apartado de normativa reguladora de información y publicidad del expediente “2017/01/SPD Centro Ocupacional Domingo Ochoa” relacionado con los Itinerarios de Inserción en Centros Ocupacionales, se indica que se trata de un contrato que proviene del 2010 que no había sido cofinanciado por el Programa Operativo del 2007-2013 por lo que no se preveía estas obligaciones en el contrato. La referencia a la cofinanciación del FSE no consta en el pliego de cláusulas administrativas particulares, el anuncio de licitación, los documentos, folletos, anuncios en prensa, etc., de las contrataciones realizadas. No obstante, el equipo verificador no realiza correcciones financieras en este sentido.

En el expediente 2/2017 (ESPA) relacionado con las actuaciones dirigidas a la educación secundaria para adultos se indica que en los diplomas o certificados distribuidos a las personas participantes no se ha hecho referencia en la cofinanciación del FSE. El equipo auditor no realiza correcciones financieras en esta materia.

El equipo evaluador ha constatado que en los informes de verificación se ha incorporado un apartado al cumplimiento de las obligaciones en materia de información y publicidad, y que, por lo general, los expedientes han cumplido adecuadamente con estas obligaciones. Las incidencias detectadas son de carácter leve y por consiguiente no han dado lugar a correcciones financieras por el equipo auditor.

Valoración del equipo evaluador

El equipo evaluador ha constatado que las obligaciones de información y publicidad se han considerado de manera preliminar a la aprobación de las operaciones. El Organismo Intermedio se ha encargado de revisar las ordenes de ayuda y convocatorias de manera previa a fin de garantizar que se cumple con la normativa comunitaria incluida la relativa a la información y publicidad.

Asimismo, el análisis realizado ha permitido comprobar que en los informes de verificación se ha incorporado un apartado dedicado al cumplimiento de las obligaciones en materia de información y publicidad, y que, por lo general, los expedientes han cumplido adecuadamente con estas obligaciones.

Las incidencias detectadas son de carácter leve y por consiguiente no han dado lugar a correcciones financieras por el equipo auditor.

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

El principio de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres ha sido considerado en la aplicación y ejecución de las medidas de información y publicidad contenidas en la Estrategia de Comunicación.

La programación de la Estrategia 2014-2020 ha adoptado una línea continuista que permite aprovechar las lecciones aprendidas de la evaluación final de 2013, en la que se concluyó que el principio de igualdad entre mujeres y hombres se había considerado adecuadamente en la ejecución de las medidas a pesar de no incluirse medidas específicas en el Plan de Comunicación de 2007-2013.

Para el diseño y elaboración de la Estrategia del periodo 2014-2020 se han tenido en consideración las recomendaciones realizadas en la “Guía Práctica de Comunicación con perspectiva de género en los Fondos” elaborada por el Instituto de la Mujer además de las aportaciones realizadas por la “Red de Políticas de Igualdad entre Mujeres y Hombres” en la que participa el Organismo Intermedio.

Asimismo, la participación de la Dirección General de Servicios Sociales en calidad de Organismo de Igualdad de Género en las reuniones del Comité de Seguimiento conforme a lo recogido en el Dictamen de Igualdad del Programa ha permitido aplicar el principio de manera más transversal en la Estrategia.

En lo que se refiere al proceso de definición y elaboración del Programa Operativo se ha considerado a las mujeres como colectivo prioritario en el establecimiento de los criterios de selección de las personas participantes de las operaciones. En este sentido, conviene destacar que el 47% de las personas participantes son mujeres frente al 53% de los hombres, por lo que los valores de representación femenina son cercanos a los de la representación masculina y por tanto el nivel de participación se encuentra equilibrado.

Asimismo, en la Estrategia de Comunicación se establece que, en los carteles, temporales o permanentes, se deben de incluir los objetivos temáticos entre los que se integra el OT.9 “Promover la igualdad, la salud y la inclusión social”.

En esta misma línea, se ha verificado que en las comunicaciones realizadas se ha empleado un lenguaje inclusivo y no sexista y se ha evitado el uso de imágenes estereotipadas.

Es destacable la celebración de reuniones y jornadas orientadas a la aplicación práctica del principio, entre ellas se señala la reunión de grupo transversal de género celebrado en noviembre del 2018.

Asimismo, en algunos de los cursos impartidos en las actuaciones se ha añadido un módulo de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres de carácter obligatorio, por lo que se realiza un esfuerzo en concienciar a las personas participantes de las operaciones.

En materia de seguimiento de la Estrategia de Comunicación, cabe destacar que se realiza periódicamente un seguimiento de las actividades de comunicación que permite cuantificar los indicadores de realización y resultado definidos en la Estrategia. En este sentido, se aprecia que los indicadores relativos a las personas participantes no presentan un desglose por sexo para valorar si existen brechas de género en el acceso a los contenidos.

Las encuestas realizadas a la ciudadanía han permitido constatar que existe una brecha de género en el grado de conocimiento del papel de la UE en el desarrollo económico y social de La Rioja, así como del FSE. Por lo general, los hombres conocen en mayor medida la contribución de la Unión Europea en el territorio.

Valoración del equipo evaluador

El equipo evaluador considera que la aplicación del principio de igualdad entre mujeres y hombres se ha aplicado correctamente dado que se ha tomado como referencia para la elaboración y diseño de la Estrategia las recomendaciones contenidas en diversos manuales dirigidos a la igualdad de oportunidades, así como las aportaciones realizadas por entidades dedicadas a la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres.

Asimismo, se ha hecho uso de un lenguaje inclusivo, y se ha participado en la “Red de Políticas de Igualdad entre Mujeres y Hombres en los Fondos Comunitarios”.

No obstante, el equipo evaluador propone varias recomendaciones, entre las cuales se plantea analizar en el seno del GERIP la posibilidad de realizar un desglose por sexo de los indicadores relativos a personas.

Asimismo, sería necesario desarrollar campañas específicas de divulgación del FSE en asociaciones de mujeres empresarias, asociaciones de mujeres rurales, etc., que permitiesen que las mujeres tuviesen mayor conocimiento de los Fondos. Estas actividades podrían estar vinculadas al Día de Europa o al Día de la Mujer para disponer de un mayor impacto.

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

Los indicadores de impacto establecidos 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” permiten medir los efectos a largo plazo de las actuaciones en materia de información y publicidad y si esos efectos son atribuibles a dichas intervenciones.

En total se han establecido cinco indicadores dirigidos a diferentes grupos objetivo.

Por un lado, se han diseñado tres indicadores dirigidos a los colectivos implicados en la aplicación de los fondos, concretamente dirigidos a los **Órganos Gestores/Beneficiarios** de las actuaciones:

- Grado de conocimiento de las obligaciones existentes en la programación, gestión, seguimiento, control, evaluación e información y publicidad
- Tasa de satisfacción, que indique la valoración de los beneficiarios/Organismos Intermedios y/o gestores o partícipes respecto a la información facilitada
- Tasa de utilidad de las actuaciones de información y formación

Por otro lado, se han diseñado dos indicadores dirigidos a la **ciudadanía**

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

Para la cuantificación de los indicadores dirigidos a los Órganos Gestores/Beneficiarios, el equipo evaluador ha procedido a la realización de cuestionarios preestablecidos extraídos de la Guía Metodológica Órganos Gestores/Beneficiarios.

Además, el grupo de discusión realizado entre el equipo evaluador, el Organismo Intermedio y los Órganos Gestores/Beneficiarios ha permitido obtener, por un lado, información más detallada sobre las posibles causas o razones que han dado lugar a la obtención de dichos valores, y por otro lado, posibles soluciones y recomendaciones para mejorar estos niveles.

La cuantificación de los indicadores dirigidos a la ciudadanía se ha basado en las encuestas realizadas a una muestra de la población de La Rioja.

A continuación, se presenta un análisis de cada uno de los indicadores.

En primer lugar, en lo que se refiere a los indicadores relacionadas con los organismos implicados en la ejecución de la Estrategia se puede señalar que el grado de conocimiento de las obligaciones ha incrementado. Sin embargo, la tasa de satisfacción y la tasa de utilidad de las acciones formativas están por muy debajo del resultado obtenido en 2013.

Tabla 14. Valores de los indicadores sobre el conocimiento de los procedimientos en materia comunitaria

Indicador	Unidad	Valor 2013	Valor 2019
Grado de conocimiento de las obligaciones existentes en la programación, gestión, seguimiento, control, evaluación e información y publicidad	%	82,7%	93,3%
Tasa de satisfacción, que indique la valoración de los beneficiarios/Organismos Intermedios y/o gestores o partícipes respecto a la información facilitada	%	79,1%	60,0%
Tasa de utilidad de las actuaciones	%	79,1%	66,7%

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos extraídos de los cuestionarios

Grado de conocimiento de las obligaciones

El grado de conocimiento de las obligaciones existentes en la programación, gestión, seguimiento, control, evaluación e información y publicidad por parte de los Órganos Gestores/Beneficiarios asciende a un 93,3%, un valor superior al obtenido en 2013 (82,7%).

El Organismo Intermedio remite instrucciones y manuales a los Órganos Gestores/Beneficiarios a través de diferentes medios: correos electrónicos, jornadas formativas, reuniones presenciales, sistema de comunicación interna, página web, etc.

Las entrevistas y los cuestionarios realizados a los Órganos Gestores/Beneficiarios han permitido constatar que las entidades implicadas en la ejecución de las actuaciones y medidas conocen y aplican correctamente las obligaciones en relación con la normativa comunitaria tal y como se ha expuesto en el capítulo 3.

El equipo evaluador no ha detectado grandes problemáticas en la aplicación de estas obligaciones. Las mayores dificultades identificadas se encuentran relacionadas con la transmisión de la información a las personas participantes.

Tasa de satisfacción respecto a la información facilitada

La tasa de satisfacción de los Órganos Gestores/Beneficiarios respecto a las jornadas celebradas en materia de aplicación de los procedimientos se eleva a un 60,0%, una cifra considerablemente menor que la obtenida en 2013 (79,1%).

Esta disminución puede ser debida a que el cumplimiento de las obligaciones de la normativa comunitaria es apreciado por los Órganos Gestores/Beneficiarios como una carga adicional, con lo que asistir a estas jornadas se interpreta como una obligación que no contribuye a facilitar el desarrollo del trabajo.

Tasa de utilidad de las actuaciones

La tasa de utilidad mide en qué medida los Órganos Gestores/Beneficiarios consideran la información proporcionada a través de las jornadas y formaciones práctica y útil para cumplir de manera más efectiva con las obligaciones reglamentarias en materia de información y publicidad.

El valor alcanzado en 2019 es de un 66,7%, un valor inferior al obtenido en 2013 (79,1%). Si bien, la tasa de utilidad es ligeramente superior a la tasa de satisfacción, ambas se encuentran por debajo de los niveles de referencia obtenidos en 2013.

La menor utilidad de las acciones está vinculada, igualmente, a que participar en las formaciones constituye una labor adicional que no reporta utilidad para el desarrollo de su trabajo.

Los Órganos Gestores/Beneficiarios aprovecharon el grupo de discusión para emitir recomendaciones a fin de mejorar los niveles de satisfacción y utilidad. En términos generales, se propuso simplificar los procedimientos con el fin de agilizar los trámites y reducir el nivel de carga y dificultad que conlleva. Además, se plantearon como posibles soluciones la implantación de costes simplificados en la práctica, así como la formación y concienciación sobre los Fondos al personal directivo.

Se trata en general de aligerar la carga de trabajo y de dar mayor visibilidad a la labor que realizan las personas encargadas de la gestión del FSE.

Conocimiento por parte de la ciudadanía de los fondos procedentes de la Unión Europea

A continuación, se muestran los resultados obtenidos en la encuesta dirigida a la ciudadanía orientada a conocer en qué medida la población riojana es conocedora de los fondos procedentes de la Unión Europea.

Estas encuestas han sido realizadas durante el mes de julio de 2019 a un total de 470 personas (H:229; M: 241) mediante el método CATI (Computer Assisted Telephone Interviewing) conforme a la Guía Metodológica.

A continuación, se presenta la ficha técnica de las encuestas realizadas.

Tabla 15. Ficha técnica de la encuesta realizada a la ciudadanía

Objetivo	Poder cuantificar los indicadores de impacto de la Estrategia de Comunicación relacionados con la ciudadanía
Universo	263.440 habitantes de 16 años o más (Hombres: 128.980, Mujeres: 134.460)
Muestra	470
Ámbito	La Rioja
Error de muestreo	2,31%
Estimación de proporciones	P = Q = 0,5
Margen de error	4,61%
Nivel de confianza	95%
Instrumento de recolección de datos	Cuestionario con preguntas cerradas
Recogida de la información	Encuesta telefónica, aplicando el sistema CATI (Computer Assisted Telephone Interviewing)
Fechas de trabajo de campo	25 y 27 de julio de 2019
Duración media de la entrevista	0:02:48
Empresa que ha realizado la encuesta	SIGMADOS Análisis e Investigación, S.L.

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos extraídos de la encuesta a la ciudadanía

El conocimiento de la financiación llevada a cabo por la Unión Europea en los diferentes territorios para su desarrollo económico y social supone un elemento clave de la Estrategia de Comunicación de los Programa Operativos. Este apartado está dedicado a conocer en qué medida la ciudadanía es conocedora de los fondos procedentes de la Unión Europea.

Los valores obtenidos en la encuesta a la ciudadanía efectuada muestran que los resultados han empeorado en relación con los alcanzados en 2013.

Tabla 16. Valores de los indicadores sobre el conocimiento de los Fondos

Indicador	Unidad	Valor 2013	Valor 2019
Grado de conocimiento de los distintos Fondos Estructurales (FSE)	%	74,2%	63,9%
Grado de conocimiento del papel desempeñado por la Unión Europea	%	81,6%	68,2%

Fuente: Elaboración propia en base a los resultados obtenidos en la encuesta realizada a la ciudadanía riojana

Grado de conocimiento del papel desempeñado por la Unión Europea

El **grado de conocimiento** del papel desempeñado por la Unión Europea en la contribución al desarrollo económico y social de La Rioja a fecha de 2019 asciende a un 68,1%.

En términos comparativos con respecto al periodo anterior, se observa que se ha producido un descenso de este nivel de conocimiento, siendo el valor de 2013 de un 81,6%.

Tabla 17. Encuesta a la ciudadanía. Grado de conocimiento del papel de la UE

Respuesta	Total	Sexo		Edad					
		Hombre	Mujer	De 16 a 19 años	De 20 a 24 años	De 25 a 29 años	De 30 a 44 años	De 45 a 54 años	Más de 54 años
Sí	68,1%	73,8%	62,7%	43,8%	78,6%	59,1%	70,2%	76,3%	65,2%
No	31,5%	26,2%	36,5%	56,3%	21,4%	40,9%	29,0%	23,7%	34,3%
Ns/Nc	0,4%	0,0%	0,8%	0,0%	0,0%	0,0%	0,8%	0,0%	0,5%

Fuente: Elaboración propia en base a los resultados obtenidos en la encuesta realizada a la ciudadanía riojana

Por sexo, el 73,8% de la población masculina encuestada afirma conocer el papel de la Unión Europea en la integración económica y social de La Rioja frente a un 62,7% correspondiente a la población femenina.

Por edad, el mayor nivel de conocimiento se sitúa en las personas de 20 a 24 años (78,6%). Por el contrario, los niveles más bajos se sitúan en las personas más jóvenes cuya edad está comprendida entre los 16 y 19 años (43,8%).

Grado de conocimiento del FSE

El **grado de conocimiento** del FSE representa un 64,0% en 2019.

Los resultados obtenidos en la presente encuesta muestran que se ha producido un descenso de alrededor 10 puntos porcentuales con respecto a la encuesta realizada en el 2013 en la que el valor se situaba en un 74,15%.

Tabla 18. Encuesta a la ciudadanía. Grado de conocimiento del FSE

Respuesta	Total	Sexo		Edad					
		Hombre	Mujer	De 16 a 19 años	De 20 a 24 años	De 25 a 29 años	De 30 a 44 años	De 45 a 54 años	Más de 54 años
Sí	64,0%	67,7%	60,6%	62,5%	64,3%	59,1%	69,4%	65,6%	60,7%
No	35,3%	31,9%	38,6%	37,5%	35,7%	40,9%	29,8%	34,4%	38,3%
Ns/Nc	0,6%	0,4%	0,8%	0,0%	0,0%	0,0%	0,8%	0,0%	1,0%

Fuente: Elaboración propia en base a los resultados obtenidos en la encuesta realizada a la ciudadanía riojana

Si se analizan estos datos en función del sexo, se observa que el grado de conocimiento entre los hombres (67,7%) es superior al de las mujeres (60,6%). Esta diferencia es similar a la obtenida en los resultados de la encuesta de 2013 en la que el 77,54% de los encuestados afirmó conocer el FSE frente a un 70,76% de las encuestadas.

Por tramos de edad, se aprecia el mayor conocimiento por parte de las personas que se encuentran entre los 30 a 44 años (69,4%) y los 45 y 54 años (65,6%). En el lado opuesto, se encuentran las personas entre 25 y 29 años (59,1%) y las personas mayores de 54 años (60,7%).

Considerando la **tipología de las actuaciones**, el nivel de conocimiento del FSE es variable.

La formación y el empleo junto con las ayudas a las empresas son las actuaciones que presentan mayores niveles de conocimiento alcanzando unos valores de 48,6% y 48,1% respectivamente. Seguidamente se encuentra las ayudas para luchar contra la exclusión a personas con discapacidad (45,7%) y las ayudas a la disminución de desigualdades sociales ente mujeres y hombres (36,1%).

Tabla 19. Encuesta a la ciudadanía. Grado de conocimiento del FSE por tipología de actuación

Tipología de Actuación	Total	Sexo		Edad					
		Hombre	Mujer	De 16 a 19 años	De 20 a 24 años	De 25 a 29 años	De 30 a 44 años	De 45 a 54 años	Más de 54 años
I+D+i y Sociedad de la Información	31,9%	33,8%	29,9%	41,7%	0,0%	37,5%	32,1%	34,1%	31,8%
Ayudas a las empresas	48,1%	50,0%	46,0%	41,7%	33,3%	37,5%	52,8%	54,9%	43,9%
Formación y Empleo	48,6%	53,5%	43,3%	50,0%	25,0%	56,3%	46,2%	51,2%	49,7%
Ayudas a la disminución de desigualdades sociales entre mujeres y hombres	36,1%	34,3%	38,0%	33,3%	33,3%	43,8%	37,7%	31,7%	36,9%
Ayudas para luchar contra la exclusión a personas con discapacidad	45,7%	43,9%	47,6%	41,7%	41,7%	50,0%	46,2%	45,1%	45,9%

Fuente: Elaboración propia en base a los resultados obtenidos en la encuesta realizada a la ciudadanía riojana

En último lugar se encuentran las ayudas a la I+D+i y Sociedad de la Información (32,1%). En este sentido, conviene señalar que en el periodo 2014-2020 no se han programado esta tipología de actuaciones, por tanto, es razonable que sean las actuaciones menos conocidas.

Por sexo, es destacable que, si bien por lo general las actuaciones son conocidas en mayor medida por los hombres, las actuaciones relacionadas con la disminución de las desigualdades entre mujeres y hombres y las ayudas contra la exclusión de personas con discapacidad son más conocidas por parte del público femenino (H:34,3%; M:38,0%) y (H:43,9%; M:47,6%).

Además, se aprecia que la diferencia por sexo más notoria se encuentra en las actuaciones de formación y empleo, en la que el 53,5% de los hombres las conocen frente a un 43,3% de las mujeres.

En función de la edad, es apreciable que las actuaciones ligadas a la formación y el empleo son conocidas en mayor medida por las personas jóvenes en edad de cursar estudios y/o iniciarse en el mercado laboral, concretamente las que encuentran entre los 16 y 19 años (50,0%) y 25 y 29 años (56,3%). Sin embargo, es destacable que las personas cuya edad está comprendida entre los 20 y 24 años presentan los niveles más bajos (25,0%). Esta es una cuestión relevante, dado que pueden ser actuaciones que resulten de su interés para acceder al mercado laboral.

Por su parte, las ayudas a las empresas presentan un mayor nivel de conocimiento entre las personas de 30 a 44 años (52,8%) y de 45 a 55 años (54,9%).

En relación a los **medios de difusión** de los fondos, el medio que mejores resultados ha proporcionado es, con gran diferencia, los anuncios en prensa, radio o TV (61,6%). A este medio de comunicación le siguen las vallas, carteles y placas en edificios (47,8%), familiares, amigos o conocidos (32,5%), carteles/posters en la vía pública (31,9%) e internet (27,3%).

Los cursos de formación financiados por los fondos y los folletos resultan los medios de difusión menos eficaces. Únicamente el 13,8% y el 20,0% de las personas encuestadas, respectivamente, afirman conocer los fondos a través de estos medios de comunicación.

Tabla 20. Encuesta a la ciudadanía. Grado de conocimiento por medio de difusión

Medio de difusión	Total	Sexo		Edad					
		Hombre	Mujer	De 16 a 19 años	De 20 a 24 años	De 25 a 29 años	De 30 a 44 años	De 45 a 54 años	Más de 54 años
Vallas o carteles/placas	47,8%	49,5%	46,0%	50,0%	50,0%	62,5%	59,4%	50,0%	36,9%
Carteles/posters en la vía pública	31,9%	35,9%	27,8%	25,0%	25,0%	31,3%	40,6%	36,6%	24,8%
Anuncios en prensa, radio o TV	61,6%	60,6%	62,6%	41,7%	66,7%	50,0%	57,5%	61,0%	66,9%
Folletos	20,0%	16,7%	23,5%	8,3%	33,3%	18,8%	26,4%	20,7%	15,3%
Internet	27,3%	29,3%	25,1%	33,3%	50,0%	56,3%	38,7%	23,2%	16,6%
Familiares, amigos, conocidos	32,5%	29,8%	35,3%	41,7%	50,0%	25,0%	41,5%	25,6%	28,7%
Cursos de formación financiados por Fondos	13,8%	16,2%	11,2%	8,3%	16,7%	25,0%	23,6%	12,2%	7,0%

Fuente: Elaboración propia en base a los resultados obtenidos en la encuesta realizada a la ciudadanía riojana

En general, los medios de difusión tienen una mayor repercusión en los hombres. Concretamente, en los medios de vallas, carteles y placa en edificios, carteles/posters en la vía pública, internet y cursos de formación financiados por fondos. En cambio, las mujeres presentan unos mejores resultados en los medios de difusión de anuncios en prensa, folletos y familiares, amigos o conocidos.

En lo que respecta a la edad, se aprecia que los anuncios en prensa, radio o televisión son los medios más eficaces en la mayoría de los tramos de edad. Por detrás le siguen las vallas o carteles, internet y placas en edificios.

Concretamente, se observa que los anuncios en prensa, radio o TV repercuten en mayor medida en las personas de más de 54 años (66,9%), mientras que las vallas, carteles y placas en edificio en personas de entre 25 y 29 años (62,5%), los carteles y posters en la calle entre 30 y 44 años (40,6%) y, finalmente, internet, nuevamente en personas entre 25 y 29 años (56,3%).

La ciudadanía de La Rioja valora positivamente el papel que cumplen el Fondo FSE en el desarrollo de la región. En este sentido, el 8,6% de las personas encuestadas consideran que el papel de los fondos es crucial, el 26,0% muy beneficioso y el 40,5% positivo.

Por tanto, el 75,1% de las personas encuestadas valoran positivamente el papel del FSE en el desarrollo de la región. Solamente un 11,9% considera este papel irrelevante.

Tabla 21. Encuesta a la ciudadanía. Valoración del papel que cumplen el FSE en el desarrollo de la región

Respuesta	Total	Sexo		Edad					
		Hombre	Mujer	De 16 a 19 años	De 20 a 24 años	De 25 a 29 años	De 30 a 44 años	De 45 a 54 años	Más de 54 años
Absolutamente crucial	8,6%	9,1%	8,0%	8,3%	25,0%	12,5%	9,4%	7,3%	7,0%
Muy beneficioso	26,0%	25,3%	26,7%	25,0%	25,0%	31,3%	28,3%	24,4%	24,8%
Positivo	40,5%	44,9%	35,8%	50,0%	33,3%	18,8%	37,7%	50,0%	39,5%
Irrelevante	11,9%	10,6%	13,4%	0,0%	8,3%	12,5%	10,4%	12,2%	14,0%
NsNc	13,0%	10,1%	16,0%	16,7%	8,3%	25,0%	14,2%	6,1%	14,6%

Fuente: Elaboración propia en base a los resultados obtenidos en la encuesta realizada a la ciudadanía riojana

Si se atiende al desglose por sexo, la valoración masculina resulta más positiva que la femenina. El 79,3% de los hombres valoran de manera positiva el papel de los fondos en el desarrollo de la región, mientras que las mujeres se colocan en un nivel inferior con un 70,6%.

Por último, el 58,2% de la población encuestada indica que el lema “El FSE invierte en tu futuro” refleja adecuadamente el papel del fondo FSE como parte de la política de cohesión de la Unión Europea en el mayor desarrollo económico y social del territorio.

Tabla 22. Encuesta a la ciudadanía. Adecuación del lema a las actuaciones cofinanciadas por la Unión Europea

Respuesta	Total	Sexo		Edad					
		Hombre	Mujer	De 16 a 19 años	De 20 a 24 años	De 25 a 29 años	De 30 a 44 años	De 45 a 54 años	Más de 54 años
Sí	58,2%	64,6%	51,3%	66,7%	66,7%	62,5%	61,3%	63,4%	51,6%
No	22,9%	21,7%	24,1%	16,7%	33,3%	18,8%	24,5%	18,3%	24,2%
Ns/Nc	19,0%	13,6%	24,6%	16,7%	0,0%	18,8%	14,2%	18,3%	24,2%

Fuente: Elaboración propia en base a los resultados obtenidos en la encuesta realizada a la ciudadanía riojana

Por sexo, es apreciable que los hombres valoran más positivamente la adecuación del lema (64,6%) frente a las mujeres (51,3%).

Por tramo de edad se observa que las personas comprendidas entre los 16 y los 19 años y las personas entre los 20 y 24 años son las que mejor valoran la adecuación del lema (en ambos tramos 66,7%). Seguidamente, se encuentra el tramo de edad entre los 45 a 54 años (63,4%) y las personas entre 25 y 29 años (62,5%).

En lo que se refiere a los niveles más bajos, cabe destacar la valoración de las personas mayores de 54 años (51,6%).

Valoración del equipo evaluador

El análisis realizado ha permitido poner de manifiesto que el grado de conocimiento de las obligaciones existentes en la programación, gestión, seguimiento, control, evaluación e información y publicidad por parte de los Órganos Gestores/Beneficiarios es considerablemente elevado, habiéndose incrementado con respecto al periodo anterior. Se ha constatado que el Organismo Intermedio comunica regularmente a los Órganos Gestores sus respectivas obligaciones a través de medios electrónicos como el sistema de comunicación interna ABC, reuniones presenciales, jornadas, etc.

En lo que respecta a la tasa de satisfacción y de utilidad de las jornadas formativas, éstas presentan un valor inferior a las obtenidas en el periodo anterior. Esto es debido a que, por lo general, estas formaciones son asumidas como una carga adicional por parte de los Órganos Gestores/Beneficiarios.

En lo que se refiere a la encuesta realizada a la ciudadanía, este análisis ha permitido comprobar que el grado de conocimiento del FSE y del papel desempeñado por la Unión Europea en La Rioja han experimentado un relativo descenso con respecto al periodo anterior.

Por sexo, se aprecia un mayor conocimiento del FSE y de la Unión Europea por parte de los hombres frente a las mujeres.

Por tramo de edad, es destacable el mayor conocimiento del papel del FSE por parte de las personas jóvenes de 30 a 44 años. Por el contrario, las personas entre 25 y 29 años son las que menos conocen este fondo.

La tipología de actuación más conocida es la formación y el empleo junto con las ayudas a las empresas.

Los medios de difusión que mejores resultados ha proporcionado son, con gran diferencia, los anuncios en prensa, radio o TV (61,6%).

En general, se puede concluir que la valoración del papel del FSE en el desarrollo de la región es positiva.

7. VALORACIÓN DE LAS BUENAS PRÁCTICAS PRESENTADAS

La finalidad de las buenas prácticas responde a la necesidad de difundir y transferir aquellas experiencias que hayan sido valoradas positivamente por el impacto obtenido en un territorio en términos económicos y sociales. Concretamente, consiste en promover los aspectos favorables de estas actuaciones con el fin de que puedan ser replicables en otros lugares.

Conforme a la Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de las Estrategias de Comunicación de los Programas Operativos FEDER y FSE 2014-2020, todas las entidades beneficiarias públicas de los fondos o que sean intermediarias frente a beneficiarios privados deberán presentar al menos una buena práctica al año. Se especifica, de igual modo, que al final del periodo los Órganos Gestores deberán de haber presentado buenas prácticas por una cuantía superior al 50% de la ayuda total percibida.

Para la selección y aprobación de buenas prácticas por parte de la Autoridad de Gestión del Programa, es necesario que se respondan a siete criterios recogidos en la Guía Metodológica:

- El papel del FEDER en la actuación ha sido convenientemente difundido entre los beneficiarios/as, beneficiario/as potenciales y el público en general
- La actuación incorpora elementos innovadores
- Adecuación de los resultados obtenidos a los objetivos establecidos
- Contribución a la resolución de un problema o debilidad detectada en el ámbito de ejecución
- Alto grado de cobertura sobre la población a la que va dirigida
- Consideración de los criterios horizontales de igualdad de oportunidades y no discriminación, así como responsabilidad social y sostenibilidad ambiental
- Sinergias con otras políticas o instrumentos de intervención pública

El procedimiento establecido para presentar una buena práctica es la preparación de un informe que responda a los siete criterios establecidos, incluyendo una breve descripción de la actuación, el coste elegible y la ayuda europea, así como el impacto de la misma.

El Organismo Intermedio no ha presentado buenas prácticas durante el periodo comprendido entre el 1 de enero de 2014 y el 30 de junio de 2019. No obstante, se prevé que durante el mes de diciembre de 2019 se presenten dos buenas prácticas a la Autoridad de Gestión.

Debido a la ausencia de contenido en esta materia, el equipo evaluador no ha procedido a realizar una valoración de este apartado.

Valoración del equipo evaluador

El equipo evaluador recomienda que durante el periodo restante se incrementen los esfuerzos en la identificación y presentación de buenas prácticas a fin de que la totalidad de los Órganos Gestores/Beneficiarios presenten buenas prácticas y puedan cumplirse con los objetivos establecidos en la Estrategia de Comunicación.

Además, se recomienda que la presentación de las buenas prácticas esté acompañada de la elaboración de un informe que responda a los requisitos contenidos en la Guía Metodológica.

8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES: PROPUESTA DE MEDIDAS A ADOPTAR

A) CONCLUSIONES

En este capítulo se formulan las principales conclusiones del equipo evaluador clasificadas en cada uno de los aspectos analizados en este informe.

Programación de la estrategia

La Estrategia de Comunicación del Programa Operativo FSE de La Rioja 2014- 2020 ha adoptado un enfoque continuista en la medida que se han tenido en consideración las aportaciones realizadas en la evaluación de la Estrategia 2007-2013.

La totalidad de las entidades implicadas ha participado en la elaboración de la Estrategia. En este sentido, conviene destacar el papel de la red GERIP. Las aportaciones realizadas en el seno de estas reuniones han permitido desarrollar la Estrategia de manera coordinada y homogénea con respecto al resto de Estrategias aplicables en España en el periodo 2014-2020.

Asimismo, la Estrategia cumple adecuadamente con los principios de pertinencia, validez y consistencia, asignación y adecuación de los recursos y consideración del principio de igualdad de oportunidades.

La Estrategia es pertinente, dado que ha sido elaborada en conformidad con lo establecido en el artículo 116 del RDC, ajustándose su contenido a lo señalado en el epígrafe 4 del anexo XII. Asimismo, se han tenido en consideración las orientaciones de la red INIO.

Por otro lado, la validez y consistencia quedan garantizadas en la medida que existe una coherencia entre los objetivos definidos, las medidas de información y comunicación establecidas y los grupos destinatarios de estas medidas. Los objetivos específicos de la Estrategia se encuentran directamente relacionados con los grupos destinatarios y, a su vez, las medidas propuestas se encuentran dirigidas a, al menos, uno de estos grupos destinatarios.

La asignación de medios humanos y materiales establecidos en la Estrategia de Comunicación resulta adecuada, ya que se han definido las personas implicadas en las diferentes entidades participantes en el Programa, se ha definido el presupuesto a emplear y se han definido una serie de medios materiales que deben emplearse para la ejecución de la Estrategia.

En lo que se refiere a la asignación de recursos financieros, el volumen de fondos propuesto puede considerarse adecuado, dado que se ajusta a los objetivos, los medios y resultados propuestos en la Estrategia.

El principio de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres se ha tenido en consideración en la elaboración de la Estrategia de Comunicación con el fin de evitar las posibles barreras en el acceso a la información por cualquier motivo, incluido el sexo. Las orientaciones y recomendaciones establecidas en las guías dedicadas a esta materia que han sido tomadas como referencia y las aportaciones emitidas por la Dirección General de Servicios Sociales en calidad de Organismo de Igualdad de Género han permitido aplicar este principio de manera más eficaz.

Aplicación de las medidas de información y comunicación

Los indicadores de comunicación de la Estrategia de Comunicación presentan un ritmo de avance elevado. Es destacable señalar que se han realizado grandes esfuerzos principalmente en lo que se refiere a la organización de actividades y actos públicos, la realización de acciones de difusión y las publicaciones externas.

Las actividades y actos públicos se encuentran ligadas en su mayoría con la organización de las reuniones preparatorias del Comité, la celebración de jornadas formativas y las actividades de difusión realizadas por Servicio de Formación Profesional y Participación Educativa y la Red de Empleo.

Por otro lado, las acciones de difusión corresponden en gran medida con la publicación de las notas de prensa relacionadas con las operaciones cofinanciadas. Asimismo, se ha realizado la publicación de la resolución de convocatorias y convenios de colaboración en el Boletín Oficial de La Rioja (BOR).

Conviene señalar que las entidades implicadas han desarrollado un gran número de actividades de información y publicidad de manera que los valores objetivos de la mayoría de los indicadores contenidos en la Estrategia de Comunicación se han superado o han alcanzado el 100%, por lo que estos valores se deberán revisar.

Además, debe tenerse en consideración que en los valores objetivo no se han tenido en cuenta las actividades de la Autoridad de Gestión.

Finalmente, existe una serie de indicadores de comunicación que no se definieron correctamente conforme a las orientaciones de la Estrategia como es el caso de las publicaciones externas, las páginas web, los soportes publicitarios y las redes de información y publicidad.

En total, el coste estimado ejecutado de las actividades de comunicación representa el 68,73% sobre el presupuesto programado indicado en la Estrategia de Comunicación.

En lo que se refiere a la integración de las actividades de información y publicidad en los informes anuales de ejecución, el equipo evaluador ha verificado que se ha cumplimentado adecuadamente el apartado 12.2 de los informes de 2016 y 2018 en conformidad con el artículo 115 del RDC. En estos apartados se ha realizado un resumen de las actividades de comunicación realizadas.

El Organismo Intermedio ha remitido las instrucciones, manuales y plantillas a los Órganos Gestores/Beneficiarios relativas a la gestión, seguimiento, control, evaluación e información y publicidad. Estas instrucciones se han transmitido a través diversos medios: el sistema de comunicación interna “ABC”, las jornadas formativas, las reuniones presenciales, el “Documento por el que se Establecen las Condiciones de Ayuda” (DECA) y la propia página web del Organismo Intermedio.

La calidad de los procedimientos establecidos queda garantizada en gran medida a través del sistema de seguimiento establecido por el Organismo Intermedio. Éste solicita semestralmente a los Órganos Gestores/Beneficiarios la información relacionada con las actividades de comunicación que es volcada posteriormente por el Organismo Intermedio en los informes anuales de ejecución.

Por otro lado, las jornadas formativas, las reuniones del Comité de Seguimiento y las reuniones del GERIP e INIO garantizan la calidad de los procedimientos a través de la coordinación y la homogeneización de la aplicación de las Estrategia.

Asimismo, el sistema de verificación permite igualmente comprobar el cumplimiento de las obligaciones en materia de información y publicidad.

En general, los medios humanos y materiales se consideran adecuados, si bien, en ocasiones, el cumplimiento de la normativa comunitaria es visto como una carga adicional por los Órganos Gestores/Beneficiarios.

[Inclusión de la información y publicidad en las actuaciones de verificación y control](#)

El Organismo Intermedio realiza un control previo al lanzamiento de las operaciones del cumplimiento de las obligaciones en materia de gestión, seguimiento, control, evaluación e información y comunicación. El Organismo Intermedio realiza una comprobación de las bases reguladoras, ordenes de ayuda y contratos remitidos por los Órganos Gestores/Beneficiarios de manera previa a su publicación con el fin de cumplir con las disposiciones comunitarias. Solamente si se cumple con la normativa comunitaria se procede a aprobar las operaciones.

Asimismo, se ha comprobado que en las listas de verificación administrativa y sobre el terreno se han incluido preguntas relativas al cumplimiento de las obligaciones en materia de información y publicidad conforme a la normativa comunitaria. De manera adicional, el análisis realizado a una

muestra de expedientes verificados ha permitido comprobar que el apartado dedicado a las preguntas de información y publicidad ha sido debidamente cumplimentado y que, además, los Órganos Gestores/Beneficiarios han cumplido adecuadamente con las disposiciones comunitarias en esta materia.

Aplicación del principio de igualdad entre mujeres y hombres

El principio de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres se ha aplicado correctamente durante el proceso de definición y elaboración del Programa Operativo y de la Estrategia de Comunicación, así como durante la ejecución y aplicación de las actuaciones y las medidas contenidas en los mismos.

Las recomendaciones de la “Guía Práctica de Comunicación con perspectiva de género en los Fondos” realizada por el Instituto de la Mujer y las orientaciones emitidas por la Dirección General de Servicios Sociales en calidad de Organismo de Igualdad de Género que participa en las reuniones del Comité de Seguimiento han permitido aplicar el principio de manera transversal en la Estrategia.

En lo que se refiere a la aplicación práctica de este principio, ésta queda reflejada en el empleo de un lenguaje inclusivo y del uso de imágenes no sexistas en las comunicaciones y materiales elaborados.

Asimismo, durante el periodo analizado se ha organizado un grupo transversal de género en el que han participado el Organismo Intermedio y los Órganos Gestores/Beneficiarios. El objetivo de estas sesiones es mejorar la aplicación de este principio en la gestión del PO y la ejecución de las operaciones, incluyendo la comunicación.

Por otro lado, el análisis efectuado ha permitido constatar que existe una brecha de género en el grado de conocimiento del papel de la UE en el desarrollo económico y social de La Rioja, así como del FSE. La población femenina conoce en menor medida la contribución de la Unión Europea en La Rioja.

En esta misma línea conviene señalar que en la programación de los indicadores de realización relacionados con las personas participantes en las actividades y actos de difusión, no se ha tenido en consideración un desglose por sexo. Esto impide determinar si existen diferencias entre mujeres y hombres en el acceso a los contenidos que inciden sobre el desigual conocimiento del papel de la UE y el FSE.

Impacto: Logros y desafíos de las actividades de información y publicidad

El grado de conocimiento de las obligaciones existentes en programación, gestión, seguimiento, control, evaluación e información y publicidad de los Órganos Gestores/Beneficiarios se ha incrementado con respecto al 2013.

El análisis realizado ha permitido verificar que el Organismo Intermedio ha facilitado instrucciones y orientaciones a la totalidad de los Órganos Gestores/Beneficiarios a través de diversos medios entre ellos el sistema de comunicación interna, jornadas formativas, etc.

En este sentido, conviene señalar que la satisfacción de estas jornadas formativas por parte de los Órganos Gestores/Beneficiarios ha disminuido considerablemente con respecto al resultado obtenido en 2013. La tasa de utilidad se encuentra igualmente por debajo, si bien, es ligeramente superior a la tasa de satisfacción. Entre las causas que motivan estos resultados se ha identificado la carga de trabajo adicional que representa el cumplimiento de estas obligaciones, así como la complejidad de los procedimientos.

Por otro lado, en lo que se refiere a los niveles del grado de conocimiento del FSE y el papel desempeñado por la Unión Europea en el desarrollo económico y social del territorio, estos han disminuido considerablemente frente al valor obtenido en el 2013.

Los hombres son los que presentan un mayor nivel de conocimiento. Conviene destacar que, en lo que se refiere al intervalo de edad, son las personas entre 25 y 29 años las que por lo general conocen en menor medida la contribución de la UE en el territorio.

La tipología de actuación más conocida es la formación y el empleo junto con las ayudas a las empresas. Por el contrario, la tipología menos conocida son las ayudas a la I+D+i y Sociedad de la Información, dado que éstas no han sido programadas en este periodo.

En cuanto al medio de comunicación que mejores resultados ha obtenido para transmitir la cofinanciación sobre el FSE son los anuncios en prensa, radio o televisión en prácticamente todos los tramos de edad, seguido de las vallas o carteles/placas en edificios. Por su parte, los folletos y los cursos de formación financiados por los Fondos resultan los medios menos efectivos.

En general, la valoración del FSE por parte de la población riojana es positiva.

Buenas prácticas

El Organismo Intermedio no ha presentado buenas prácticas a la Autoridad de Gestión en el periodo transcurrido entre el 1 de enero de 2014 y el 30 de junio de 2019, con lo que no se ha cumplido con lo establecido en esta materia en la Guía Metodológica.

B) RECOMENDACIONES

El equipo evaluador propone una serie de recomendaciones que pueden servir para mejorar la aplicación de la Estrategia de Comunicación.

Aplicación de las medidas de información y publicidad: indicadores de comunicación

- Realizar una revisión de los valores objetivo de los indicadores de comunicación establecidos en la Estrategia de Comunicación, dado que no parecen corresponder con las actividades desarrolladas. En primer lugar, conviene señalar que las actividades de la Autoridad de Gestión no se han tenido en consideración. Por otro lado, algunos indicadores han superado los valores previstos, como es el caso de las actividades y actos públicos, las acciones de difusión y las páginas web.

En el caso de los valores objetivos de las publicaciones externas y los soportes publicitarios se cuantificaron en función del número de unidades o tiradas y no por tipología de actividad, por lo que se debería de modificar el valor previsto. Por otro lado, no se han cuantificado los valores de los indicadores de resultado asociados a las redes de información y publicidad.

- Valorar la posibilidad de desarrollar a nivel nacional un sistema para la cuantificación de los indicadores de resultado relativos a personas por sexo. El análisis de las personas participantes desglosado por sexo permitiría identificar las brechas de género existentes en el acceso a los contenidos, así como las posibles soluciones destinadas a minimizar estas diferencias por sexo.
- Fomentar la realización de campañas de difusión dirigidas a las personas jóvenes y en especial a aquellas que están cursando o han finalizado los estudios. La encuesta efectuada muestra que las personas entre los 25 y 29 años presentan los niveles más bajos de conocimiento del FSE. El acercamiento de la contribución de la Unión en La Rioja podría realizarse a través de jornadas de sensibilización en los centros educativos o a través de la publicación de información de las operaciones cofinanciadas en internet y en las redes sociales. Éste es un colectivo prioritario de actuación para el FSE con lo que deben estar más informado de su existencia.
- Promover la difusión de los avances y resultados de las actuaciones cofinanciadas a través de las Oficinas de Empleo de La Rioja. Estas actividades de difusión podrían estar relacionadas con la distribución de folletos o carteles explicativos.

Aplicación de las medidas de información y publicidad

- Fomentar la realización de jornadas de formación a las que se invite a los responsables de los gabinetes de comunicación de las Consejerías para transmitirles las normativas de información y publicidad contenidas en la Guía Metodológica y en la Estrategia de Comunicación. De esta manera, se lograría reducir las dificultades identificadas por los Órganos Gestores/Beneficiarios a la hora de realizar publicaciones.
- Incrementar las actividades de coordinación entre los Órganos Gestores/Beneficiarios. La celebración de jornadas formativas o reuniones presenciales permite poner en común las problemáticas identificadas por estas entidades en la aplicación de las medidas, así como las posibles soluciones o propuestas de mejora que faciliten su aplicación.

Aplicación del principio de Igualdad entre mujeres y hombres

- Promover el desarrollo de campañas de sensibilización dirigidas a las mujeres para informarles de las actuaciones cofinanciadas del FSE incrementando así la visibilización de los fondos y el papel de la Unión Europea en el desarrollo económico y social de La Rioja. En este sentido, se plantea desarrollar reuniones con asociaciones de mujeres empresarias, asociaciones de mujeres rurales, etc. Además, se podría desarrollar actuaciones durante el Día de la Mujer para divulgar la contribución del FSE a la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres.

Buenas prácticas

- Incrementar los esfuerzos en la identificación y presentación de buenas prácticas con carácter anual. En este sentido, se propone impulsar el desarrollo de sesiones de identificación de buenas prácticas conjuntamente entre el Organismo Intermedio y los Órganos Gestores/Beneficiarios. El objetivo de estas sesiones consiste en transmitir los requisitos establecidos en la Guía Metodológica para la presentación de buenas prácticas, así como para poner en común las actuaciones desarrolladas e identificar más fácilmente de manera conjunta las buenas prácticas. Estas sesiones podrían organizarse durante las jornadas formativas, de manera que se pudiese sacar el máximo provecho a las reuniones conjuntas.