



Unión Europea
Fondo Social Europeo
"El FSE invierte en tu futuro"

*Evaluación de la Estrategia de
Comunicación del Programa
Operativo FSE 2014-2020 de la
Comunidad de Madrid*



26 de noviembre de 2019

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	3
1.1. Contexto	3
1.2. Marco de referencia.....	3
1.3. Objetivo de la evaluación de la Estrategia	4
2. METODOLOGÍA DE LA EVALUACIÓN	5
2.1. Diseño técnico de la evaluación	5
2.1.1. Objeto de la evaluación.....	5
2.1.2. Criterios de evaluación.....	5
2.1.3. Alcance temporal	6
2.1.4. Agentes implicados y sus responsabilidades.....	6
2.1.5. Calendario.....	8
2.2. Métodos y técnicas utilizadas.....	8
2.2.1. Análisis documental	8
2.2.2. Entrevistas	9
2.2.3. Grupos de Discusión.....	10
2.3. Valoración de lo anterior.....	10
3. ANÁLISIS DE LA PROGRAMACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	12
3.1.1. Proporcionalidad	12
3.1.2. Pertinencia de la estrategia de comunicación.....	13
3.1.3. Validez y consistencia interna de la Estrategia de Comunicación	13
3.1.4. Asignación y adecuación de los recursos	15
3.1.5. Consideración del principio de igualdad de oportunidades.....	15
4. ANÁLISIS DE LA APLICACIÓN DE LAS MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD	16
4.1. Avances en la ejecución de las medidas.....	16
4.1.1. Indicadores de realización.	17
4.1.2. Indicadores de resultado.....	24
4.1.3. Adecuación del presupuesto.....	28
4.2. Integración de las actividades de información y publicidad en los informes anuales de ejecución.	29
4.3. La repercusión de los sistemas de seguimiento en la calidad de la ejecución de las medidas	30
5. VERIFICACIÓN DE LA INCLUSIÓN DE LA INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD EN LAS ACTUACIONES DE VERIFICACIÓN Y CONTROL DE LOS FONDOS FEDER Y FSE.	34
6. INCORPORACIÓN DEL PRINCIPIO DE IGUALDAD DE OPORTUNIDADES EN LAS MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD. ..	36
7. ANÁLISIS DEL IMPACTO: LOGROS Y DESAFÍOS DE LAS ACTIVIDADES EN MATERIA DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD.....	38
8. VALORACIÓN DE LAS BUENAS PRÁCTICAS PRESENTADAS.....	44
9. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES: PROPUESTAS DE MEDIDAS A ADOPTAR	48

1. INTRODUCCIÓN

El presente documento recoge la Evaluación de la Estrategia de Comunicación del Programa Operativo del FSE 2014-2020 de la Comunidad de Madrid, realizada por [Red2Red](#).

Para comenzar se ofrece un breve resumen del contexto y marco de referencia de los trabajos.

1.1. Contexto

Tras el buen resultado de la estrategia en materia de comunicación en el período de programación 2007–2013, España ha reforzado el planteamiento desde el liderazgo de la Autoridad de Gestión y el buen funcionamiento en red de las Comunidades Autónomas a través del GERIP para profundizar en el mismo y otorgarle un mayor peso, apoyándose en la palanca que supone la transparencia y la accesibilidad a la información de las actuaciones realizadas con los Fondos EIE de cara a la puesta en valor de su aportación y de su potencial para el desarrollo.

Adicionalmente, se han identificado otros instrumentos con gran potencial para el cumplimiento de los objetivos, como son la identificación de buenas prácticas y su difusión sistematizada.

Todos estos elementos hacen que se den las condiciones para avanzar en el cumplimiento de los objetivos establecidos en las Estrategias de Comunicación regionales y para medir su impacto y grado de avance de una forma cada vez más precisa y homogénea, permitiendo la comparación entre intervenciones y Estados.

En lo que respecta a la Estrategia de Comunicación del PO FSE de la Comunidad de Madrid, cabe poner de manifiesto que se ha elaborado una estrategia monofondo, cuyo alcance se ajusta a lo previsto en el anexo XII del Reglamento 1303/2013 y a las orientaciones del GERIP, así como a las de la Autoridad de Gestión FSE. En este contexto, la primera evaluación intermedia de la misma, que ha sido realizada por [Red2Red](#), tiene como objetivo contribuir a garantizar el rigor en la ejecución de una metodología ya definida y tasada, de forma que el resultado aporte la información necesaria, tanto a la Dirección General de Presupuestos, en su calidad de Organismo Intermedio Coordinador, como al resto de las Direcciones Generales participantes en el PO como Organismos Intermedios, en el marco de los objetivos conjuntos para la programación en curso.

1.2. Marco de referencia

La normativa de aplicación para el periodo de programación 2014 – 2020 establece la necesidad de destacar el papel desempeñado por la Unión Europea, garantizar la transparencia de la ayuda procedente de los Fondos y transmitir los logros de la Política de Cohesión e informar a las personas beneficiarias potenciales sobre las oportunidades de financiación (artículo 115 del Reglamento 1303/2013).

Adicionalmente, (Anexo XII del Reglamento 1303/2013), incorpora la obligación de que se evalúen los resultados de las medidas de información y comunicación en cuanto al grado de visibilidad y concienciación de los programas, así como del papel desempeñado por la UE.

Por lo tanto, la evaluación intermedia reglamentaria de la Estrategia de Comunicación del PO FSE 2014-2020 de la Comunidad de Madrid se ha realizado siguiendo de forma exhaustiva la metodología de evaluación prevista en la Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de las Estrategias de Comunicación de los Programas Operativos FEDER y del Fondo Social Europeo 2014-2020, facilitada por las Autoridades nacionales de Gestión

1.3. Objetivo de la evaluación de la Estrategia

El objetivo último de la evaluación es determinar el grado de ejecución y el impacto conseguido en el periodo de referencia (enero de 2014 – junio 2019) a través de la ejecución de la Estrategia de Comunicación del PO FSE 2014-2020 de la Comunidad de Madrid.

El resultado del trabajo de evaluación dará respuesta a las tres preguntas de evaluación predeterminadas:

- ☐ ¿Cuál es el grado de consecución de los objetivos de la Estrategia de Comunicación?
- ☐ ¿Qué nivel de eficacia e impacto tienen las medidas de comunicación emprendidas en cuanto a los resultados y efectos conseguidos?
- ☐ ¿Cuál es el grado de visibilidad del Fondo Social Europeo y de la UE en la ciudadanía de la Comunidad de Madrid?

La respuesta a estas cuestiones se recoge a lo largo del Informe de Evaluación, distinguiendo con claridad los logros en cada una de las preguntas predeterminadas, la distancia a los objetivos establecidos y la identificación de los desafíos identificados para dar respuesta a dicha distancia.

2. METODOLOGÍA DE LA EVALUACIÓN

La metodología que se ha seguido en la presente evaluación emana, tal como se ha mencionado en el apartado anterior, de la Guía Metodológica para la Evaluación de las Estrategias de Comunicación facilitada por las Autoridades de Gestión de FSE y FEDER 2014 – 2020.

2.1. Diseño técnico de la evaluación

2.1.1. Objeto de la evaluación

El objeto de la presente evaluación es la Estrategia de Comunicación del PO FSE 2014-2020 de la Comunidad de Madrid, en su versión más actualizada de 28 de mayo de 2018. El objetivo último de esta evaluación es determinar el grado de ejecución y el impacto conseguido en el periodo de referencia (enero de 2014 – junio 2019) a través de su ejecución.

La presente evaluación intermedia responde a la obligación establecida en el Anexo XII del Reglamento 1303/2013, referida a la medición de los resultados de las medidas de información y comunicación en cuanto al grado de visibilidad y concienciación de los programas, así como del papel desempeñado por la UE. Se trata de la primera evaluación intermedia de la Estrategia de Comunicación del Programa Operativo FSE 2014-2020 de la Comunidad de Madrid, a la que seguirá la evaluación final, a desarrollarse en 2022.

2.1.2. Criterios de evaluación

Los criterios de evaluación constituyen el conjunto de aspectos clave analizados en esta evaluación. Estos criterios son los que se presentan a continuación:

- ❑ **Proporcionalidad**, es decir, la existencia de una correspondencia entre las actuaciones recogidas en el PO y el montante financiero de fondos europeos destinado a su cofinanciación y las actuaciones en materia de comunicación.
- ❑ **Pertinencia de la estrategia de comunicación** en relación con las directrices comunitarias formuladas al respecto. En este sentido, se valora la adecuación de la Estrategia de Comunicación respecto a la documentación existente en esta materia procedente de la red de comunicación INIO de la Comisión Europea.
- ❑ **Validez y consistencia interna de la Estrategia de Comunicación**, comprobando si existe coherencia entre los objetivos de la Estrategia de Comunicación y si las medidas de comunicación puestas en marcha responden adecuadamente a dichos objetivos.
- ❑ **Asignación y adecuación de los recursos** destinados a esta materia; es decir el grado de ajuste entre las medidas de la Estrategia y los recursos disponibles para su ejecución.
- ❑ **Consideración del principio de igualdad de oportunidades**; es decir, si se ha tenido en cuenta el principio de igualdad de oportunidades en las acciones de información y comunicación ejecutadas durante el periodo de análisis¹ que cubre la Evaluación.

¹ Desde el 1 de enero de 2014 hasta el 30 de junio de 2019.

2.1.3. Alcance temporal

En cuanto al alcance temporal de la evaluación, el período de referencia de la misma se circunscribe a las medidas de información y comunicación de las actuaciones recogidas dentro del Programa Operativo FSE de la Comunidad de Madrid desde el 1 de enero de 2014 hasta el 30 de junio de 2019.

2.1.4. Agentes implicados y sus responsabilidades

De conformidad con el Reglamento de la Comisión 1303/2013 y según los acuerdos alcanzados a nivel nacional, entre las Autoridades de Gestión y los Organismos Intermedios de los Programas Operativos regionales y plurirregionales, los principales actores implicados en la evaluación de la Estrategia de Comunicación son:

- **Comisión Europea**, responsable de:
 - Declarar aceptada la Estrategia de Comunicación del PO del FSE de la Comunidad de Madrid 2014-2020.
 - Revisar los resultados de los avances de la Estrategia con motivo de su inclusión en los informes anuales de 2016 y 2018.
- **Autoridad de Gestión del FSE²**, entre cuyas funciones destacan:
 - Definir el marco común de trabajo en materia de evaluación para las Estrategias de Comunicación del FSE.
 - Coordinar, de manera general, el proceso de evaluación convocando las reuniones del GERIP³, así como a cuantas otras reuniones sobre esta cuestión estime pertinentes.
 - Participar en el Grupo Consultivo de seguimiento estratégico y evaluación para presentar los avances en materia de evaluación de la comunicación.
 - Observar la evolución del sistema de indicadores de seguimiento y evaluación de la comunicación definidos para el periodo 2014-2020, instrumentando las instrucciones, orientaciones y mecanismos que deberán aplicar los organismos implicados en la cuantificación de los indicadores.

Organismo Intermedio Coordinador (Dirección General de Presupuestos, de la Consejería de Hacienda y Función Pública de la Comunidad de Madrid)⁴

Las obligaciones en este ámbito para el Organismo Intermedio Coordinador del PO son las siguientes:

² La Autoridad de Gestión del FSE es la Unidad Administradora del Fondo Social Europeo del Ministerio de Trabajo, Migraciones y Seguridad Social.

³ Grupo de Expertos y Responsables de Información y Publicidad.

⁴ Con fecha 28 de agosto de 2019, se ha extinguido la DG de Asuntos Europeos y Cooperación con el Estado, siendo integrada la Subdirección General de Fondos Europeos y Política Regional y con ello, las funciones que le corresponden en la gestión y coordinación de los Programas Operativos de la Comunidad de Madrid, en la Dirección General de Presupuestos

- ❑ Participar, en las reuniones que realice la Autoridad de Gestión del FSE, ya sea a través del GERIP, o directamente a través de la UAFSE/Subdirección General de Programación y Evaluación del Ministerio de Trabajo, Migraciones y Seguridad Social, en el proceso de definición del marco de trabajo en materia de evaluación de la comunicación para el FSE 2014-2020.
- ❑ Poner en marcha la evaluación de la Estrategia de Comunicación del Programa Operativo FSE Regional **en 2019** y 2022 conforme a las pautas acordadas en la Guía de Evaluación, para su futura incorporación en los correspondientes informes anuales.
- ❑ Coordinar y elaborar las pautas y orientaciones dirigidas a los Organismos Intermedios Gestores, encaminadas al seguimiento del desarrollo de la Estrategia y para la recogida de los indicadores de seguimiento de la misma, así como coordinando la cuantificación de los indicadores de seguimiento y evaluación de las actuaciones de tales Organismos Intermedios.
- ❑ Coordinar con los Organismos Intermedios el seguimiento de los avances de la Estrategia de Comunicación, con el fin de recopilar la información a facilitar al correspondiente Comité de Seguimiento.
- ❑ Coordinar con los Organismos Intermedios la recogida de la información a incluir en los informes de ejecución anuales y final según lo establecido en el artículo 50 del Reglamento (UE) N° 1303/2013.

Organismos Intermedios gestores del Programa Operativo

Por su parte, los Organismos Intermedios Gestores responsables, cada uno dentro de sus competencias, de la ejecución de las actuaciones previstas en el Programa Operativo FSE deben asumir las siguientes obligaciones:

- ❑ Realizar el seguimiento y cuantificación de los indicadores de seguimiento y evaluación propios.
- ❑ Realizar el seguimiento de los avances de la Estrategia de Comunicación en el ámbito de sus competencias, para colaborar en la información a facilitar al correspondiente Comité de Seguimiento.
- ❑ Colaborar, en el ámbito de sus competencias, en la información a incluir en los informes de ejecución anuales y final según lo establecido en el artículo 50 del Reglamento (UE) N° 1303/2013.
- ❑ Asegurar la recopilación de la información y documentación necesarias para que esté disponible para los equipos de evaluación.
- ❑ Recopilar la información pertinente para cumplimentar los indicadores de evaluación de información y publicidad.

- Colaborar en el adecuado desarrollo de los trabajos de la Evaluación de las Estrategias de Comunicación
- Si así se les solicita, participación en grupos de discusión o en el proceso de identificación de buenas prácticas.

Equipo evaluador

Para llevar a cabo la Evaluación, la Comunidad de Madrid ha contratado a un equipo externo especializado formado por profesionales de la empresa Red2Red Consultores S.L. Ésta ha sido la responsable de llevar a cabo el desarrollo de la Evaluación en el tiempo y la forma requerida por el órgano contratante, la Dirección General de Asuntos Europeos y Cooperación con el Estado de la Vicepresidencia, Consejería de Presidencia, y Portavocía del Gobierno de la Comunidad de Madrid⁵.

2.1.5. Calendario

La presente evaluación se ha desarrollado entre los meses de junio y diciembre de 2019.

2.2. Métodos y técnicas utilizadas

A continuación, se detallan los métodos y las técnicas empleadas durante el proceso evaluativo:

2.2.1. Análisis documental

El análisis documental o trabajo de gabinete se ha llevado a cabo al inicio del proceso de evaluación con el objetivo de realizar un examen del marco de referencia relativo a las actuaciones en materia de información y comunicación para extraer información básica sobre el contexto, estrategia, objetivos y medidas ejecutadas, así como sobre los logros previstos alcanzar en esta materia. El análisis documental realizado ha consistido en revisar todos aquellos documentos relevantes o claves en el ámbito de información y comunicación.

A continuación, se señalan los principales documentos que han constituido el marco de referencia de la presente Evaluación:

- Reglamento (UE) Nº 1303/2013, Título III, Capítulo II y Anexo XII.
- Reglamento de Ejecución (UE) Nº 821/2014 (Capítulo II).
- Estrategia de Comunicación del Programa Operativo del FSE 2014-2020 de la Comunidad de Madrid.
- Guía práctica para el cumplimiento de las obligaciones de información y comunicación en las actividades cofinanciadas por el FSE y el FEDER en los Programas Operativos de la Comunidad de Madrid, periodo de programación 2014-2020.
- Documentación emitida por la red de comunicación INIO de la Comisión Europea.

⁵ Hasta el 28 de agosto, fecha en la que cambia la estructura organizativa de la Comunidad de Madrid, era esa Dirección General la que figuraba como Organismo Intermedio Coordinador del Programa Operativo. Posteriormente éste ha pasado a integrarse en la DG de Presupuestos de la Consejería de Hacienda.

- Documentación emitida por el GERIP y la red RIFEM (Red de Información y Publicidad de los Fondos Estructurales de la Comunidad de Madrid).
- Información de seguimiento: Indicadores, Informes de ejecución anuales, Actas de los Comités de Seguimiento, etc.
- Listado de actuaciones realizadas.
- Documentación gráfica de las actuaciones llevadas a cabo en materia de información y comunicación.

2.2.2. Entrevistas

Las entrevistas constituyen una herramienta evaluativa que acude a las fuentes primarias de información para la obtención de información cualitativa que, cruzada a continuación con la información cuantitativa obtenida de los indicadores de evaluación (en este caso, de los indicadores de comunicación) permite analizar con mayor profundidad los efectos directos e indirectos de las medidas de Información y comunicación puestas en marcha.

Siguiendo lo establecido en la Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de las estrategias de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER y del FSE 2014-2020, se ha entrevistado a tres tipos de actores:

- *Responsables de la Estrategia de Comunicación*, a través de una entrevista personalizada mediante cuestionario apoyado después con una llamada telefónica para puntualizaciones y comentarios.
- *Organismos Intermedios Gestores y/o Beneficiarios*, a través del envío de cuestionarios vía correo electrónico, a partir de los contactos facilitados por la persona responsable de la Estrategia de Comunicación.

La finalidad de estas entrevistas se ha centrado en obtener información de carácter más cualitativo, vinculada no sólo a las medidas de comunicación ejecutadas, sino también a la repercusión de la información en la mejora de la propia gestión del FSE, la consideración del principio de igualdad de *oportunidades y/o en las actuaciones de verificación y control, etc.*

- *Ciudadanía*, a través de una encuesta telefónica aplicando el sistema CATI (*Computer Assisted Telephone Interviewing*) realizada a una muestra representativa de la población seleccionada de forma aleatoria. Se han realizado un total de 853 encuestas.

La finalidad de las entrevistas a la ciudadanía ha sido analizar la transparencia de las actuaciones cofinanciadas a través del PO (que constituye uno de los objetivos principales de la Estrategia), así como contrastar el grado de concienciación de la misma sobre el papel que juega la Unión Europea en la mejora de su calidad de vida. Asimismo, a través de esta encuesta se han podido evaluar dos indicadores de impacto vinculados a la ciudadanía⁶.

⁶ Grado de conocimiento de los distintos Fondos Estructurales y del Fondo de Cohesión (Unidad de medida: %); Grado de conocimiento del papel desempeñado por la Unión Europea (Unidad de medida: %).

2.2.3. Grupos de Discusión

Los grupos de discusión que se han celebrado en el marco de esta evaluación han perseguido la finalidad de obtener información concreta y de tipo cualitativo sobre distintos aspectos relacionados con la Estrategia de Comunicación, especialmente en lo relativo a las causas, necesidades o problemas y sus posibles soluciones y, si procede, la propuesta de modificación de la estrategia en materia de información y comunicación. Así se ha valorado por parte de las personas involucradas en el día a día de la gestión de las actuaciones cofinanciadas y/o responsables de la realización de las medidas de información y comunicación de las mismas, sobre los sistemas de seguimiento de dichas medidas puestos en marcha, las necesidades o problemas detectados a la hora de llevar a la práctica las medidas de información y comunicación, así como sus posibles soluciones o sus percepciones sobre el grado de permeabilidad de la ciudadanía en cuanto a las medidas de información y comunicación puestas en marcha acerca de la cofinanciación de las actuaciones por parte del PO regional de FSE.

En consecuencia, se han celebrado dos grupos de discusión sobre las siguientes temáticas, tal como se establece en la Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de la Estrategias de Comunicación:

- *Sensibilización y concienciación de la ciudadanía: canales, instrumentos, objetivos cubiertos, principales obstáculos, éxitos.*
- *Accesibilidad y calidad en la formación e información proporcionada en materia de Información y Publicidad a beneficiarios potenciales.*

En dichos grupos participaron representantes de un total de 9 diferentes organismos y agentes implicados en la gestión y desarrollo de las actuaciones en materia de Información y Comunicación (organismo intermedio, gestores, beneficiarios, etc.).

2.3. Valoración de lo anterior

A continuación, se señalan los puntos fuertes de la metodología empleada para la Evaluación, así como las limitaciones o problemas encontrados a la hora de aplicar algunas de las técnicas empleadas:

- La metodología empleada en la Evaluación, prevista en la Guía metodológica, combina diferentes técnicas de investigación que han facilitado información tanto de tipo cuantitativo como cualitativo, lo que ha dado lugar a una evaluación participativa por parte de los agentes implicados.
- Los objetivos de la Estrategia están bien definidos y sus destinatarios claramente identificados, al igual que los órganos que intervienen en su ejecución. Ello ha posibilitado la involucración de todos los actores que participan en la ejecución de la Estrategia o que son destinatarios de la misma, como es el caso de la ciudadanía y también obtener información de primera mano por parte de informantes clave.

- La Estrategia de Comunicación cuenta con un sistema de indicadores de realización y resultado con metas en 2020, fecha en la que concluyen los POs. Este sistema, tal como está establecido teóricamente, tiene el objetivo de servir para realizar un seguimiento óptimo de la Estrategia (en tanto que dichos indicadores se reportan periódicamente especialmente de cara a la elaboración de los Informes Anuales de Ejecución) facilitando su medición en términos de realización y de resultado gracias a las metas establecidas.
- Se han encontrado algunas limitaciones en el proceso evaluativo. Estas se han referido mayoritariamente a la completitud y exactitud de la información de los indicadores de comunicación reportados, debido a la existencia de dificultades entre los órganos gestores a la hora de interpretar los indicadores de comunicación y recogerlos en las hojas Excel habilitadas a tal efecto. En la práctica, persisten dudas entre los organismos intermedios gestores en cuanto a la interpretación de los indicadores y en cuanto a la forma de contabilizarlos y reportarlos, lo que hace que este sistema de medición y seguimiento no sea tan directo como está diseñado. Esto lleva a que, por ejemplo, el valor reportado del indicador relativo a puntos de distribución sea anormalmente elevado superando ampliamente la previsión a final del período de programación.
- Asimismo, es preciso destacar la dificultad del análisis presupuestario y de su proporcionalidad, puesto que prácticamente todas las medidas de comunicación puestas en marcha en el marco de la Estrategia de Comunicación no tienen ningún impacto financiero en el Programa Operativo, por lo que la información que, en algunos casos, se pueda dar sobre su coste económico, es muy relativa. En el apartado correspondiente se explica con mayor detalle este aspecto, así como se recogen conclusiones y recomendaciones finales a este respecto.

3. ANÁLISIS DE LA PROGRAMACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

A la hora de analizar y evaluar la pertinencia de la estrategia y la validez y consistencia interna de la Estrategia de Comunicación se tienen en cuenta los criterios establecidos en la *Guía Metodológica*.

3.1.1. Proporcionalidad

El criterio de proporcionalidad permite valorar la existencia de una correspondencia entre las actuaciones recogidas en los Programas Operativos y el montante de fondos europeos destinados a su cofinanciación y las actuaciones en materia de comunicación que se van a evaluar.

El presupuesto de la Estrategia de Comunicación ha sido dotado aproximadamente de **1.900.000 €**, lo que supone aproximadamente un **15,83%** del importe total previsto en el Programa Operativo del FSE 2014-2020 de la Comunidad de Madrid para el Eje 8A de Asistencia Técnica (12.000.000 €), con el que podrán financiarse en su caso, estas actuaciones de información y comunicación ya que están previstas específicamente en este Eje.

A priori, este porcentaje parece adecuado y si se pone en contraste con el presupuesto total del Programa Operativo FSE de la Comunidad de Madrid 2014-2020 es de 642.668.920 €, se concluye que el 0,30% está dedicado a las acciones de información y comunicación, lo cual va en línea con lo destinado a información y comunicación en el resto de Programas Operativos de volúmenes similares.

No obstante, la ejecución de actuaciones de información y comunicación con cargo al eje de asistencia técnica del PO son minoría, puesto que los órganos gestores y ejecutores de las intervenciones llevan a cabo mayoritariamente actuaciones de comunicación de obligado cumplimiento reglamentariamente en el marco de los proyectos específicos que ejecutan y cuya financiación va con cargo al eje del Programa en que dichos proyectos se enmarquen. Esto constituye la norma general en el caso de este Programa Operativo ya que solo dos de los organismos intermedios gestores han reportado el importe de sus actuaciones de información y comunicación de forma específica y diferenciada del coste de las propias actuaciones e incluyendo este dato, por tanto, en los indicadores de comunicación correspondientes. En el resto de casos no se ha registrado ningún importe de estas actuaciones, por lo que el coste o bien se ha internalizado e integrado en el coste general de las actuaciones del Programa, dentro de otros ejes, o bien se han hecho con medios propios o con cargo al propio presupuesto del Organismo Intermedio Gestor, sin repercutir en el presupuesto del PO. Esto impide evaluar con certeza la proporcionalidad del presupuesto de la Estrategia de Comunicación con respecto a las actuaciones que están contempladas en la misma.

Esto hace que evaluar la proporcionalidad del presupuesto de la Estrategia de Comunicación con respecto a las actuaciones que están contempladas en la misma desde el punto de vista exclusivamente financiero sea complicado, puesto que sería necesario conocer los recursos utilizados en materia de información y comunicación con cargo a otros ejes y deba realizarse desde un prisma de tipo más cualitativo, por ejemplo a través del estudio de las medidas de previstas en la Estrategia que se han puesto en práctica a lo largo del período evaluado.

3.1.2. Pertinencia de la estrategia de comunicación

La Unidad Administradora del FSE, por su parte, pertenece a la Red INIO de la Dirección General de Empleo, Asuntos Sociales e Inclusión de la Comisión Europea. Dicha red está compuesta por 28 miembros, uno por cada Autoridad de Gestión del FSE de cada Estado Miembro. La principal prioridad de esta Red Extraoficial de Funcionarios de Información del FSE (INIO, por sus siglas en inglés), es garantizar que todos aquellos que puedan utilizar los fondos de la UE a través del Fondo Social Europeo, conozcan esta información.

La red INIO ha convocado reuniones para orientar y debatir asuntos relacionados con las acciones de comunicación de los Estados miembros. Existe en su seno un intercambio de ideas y se comparten experiencias que han demostrado ser eficaces en su aplicación o diseño.

El criterio de pertinencia de la Estrategia de Comunicación se analiza respecto a las directrices comunitarias formuladas en materia de comunicación. En este sentido, se valora la adecuación de la Estrategia de Comunicación respecto a la escasa documentación existente en esta materia procedente de la red de comunicación INIO de la Comisión Europea. Teniendo esto en cuenta, se puede decir que se está en línea con dichas directrices.

3.1.3. Validez y consistencia interna de la Estrategia de Comunicación

Los requisitos de información y comunicación que deben incluirse en las Estrategias de Comunicación de los Programas se concentran en:

- la información a los beneficiarios de las actuaciones cofinanciadas y a los potenciales beneficiarios en relación con las oportunidades de financiación a través de los Fondos EIE.
- la obligación de los beneficiarios de comunicar la contribución de los Fondos a sus proyectos,
- la publicidad de la ejecución y de los resultados de las intervenciones entre el público en general, tanto desde la perspectiva específica de los Fondos EIE como de la contribución que realiza la UE en general.

La validez y consistencia interna de la Estrategia de Comunicación se analiza comprobando si existe coherencia entre los objetivos y la Estrategia de Comunicación y si las medidas de comunicación puestas en marcha responden adecuadamente a dichos objetivos y estrategia.

La Tabla 1 que se presenta a continuación sintetiza la estrategia, los objetivos y los destinatarios de la Estrategia de Comunicación:

Tabla 1: Estrategia, Objetivos y Destinatarios de la Estrategia de Comunicación

ESTRATEGIA	VISIBILIDAD	TRANSPARENCIA	CUMPLIMIENTO NORMATIVA
OBJETIVOS GENERALES	<ul style="list-style-type: none"> Fortalecer la visibilidad, entre los beneficiarios y la ciudadanía, del papel de la Unión Europea en el Programa Operativo. Transmitir a la ciudadanía madrileña y, en concreto a los grupos destinatarios directos del Programa Operativo, una imagen homogénea y coherente acerca de la intervención del FSE, haciendo hincapié en la difusión de las buenas prácticas cofinanciadas como eje vertebrador de la Estrategia. 		
OBJETIVOS ESPECIFICOS	<p>Informar a los beneficiarios de las oportunidades de acceso a las ayudas de la actuación conjunta de la UE y la Comunidad de Madrid</p>	<p>Informar y sensibilizar a la ciudadanía y a los grupos destinatarios directos sobre el papel de la Unión Europea y del FSE en la Comunidad de Madrid, así como de las actuaciones que, en el PO se realizan con el apoyo de la Unión Europea.</p>	
3 Niveles de Aplicación	Nivel General	<ul style="list-style-type: none"> Fomentar la transparencia y la difusión del Programa Operativo y de sus actuaciones como ejes necesarios para la consecución del objetivo general del mismo: “Lucha contra la pobreza, la inversión en capital humano y el fomento del empleo sostenible y de calidad” y sus Objetivos Específicos. Incentivar la participación en el PO de cuantos organismos públicos o privados sean susceptibles de acceder a la cofinanciación europea y de la Comunidad de Madrid. Poner a disposición de los beneficiarios (como actores participantes en la gestión y/o ejecución del Programa Operativo) de la información idónea para cumplir con las obligaciones derivadas de la normativa reguladora del FSE, incluidas las relativas a información y comunicación. 	
	Nivel de Programa	<ul style="list-style-type: none"> Informar a las personas destinatarias directas sobre las posibilidades de participación que tienen a su disposición en el marco del PO, haciendo especial hincapié en las personas desfavorecidas. Incrementar los niveles de conocimiento que la población madrileña y los grupos destinatarios directos del PO tienen sobre la incidencia, logros cuantitativos y cualitativos que la aplicación de los Fondos Europeos (particularmente sus buenas prácticas) y el papel de la UE suponen para la región. 	
	Nivel de Proyecto	<ul style="list-style-type: none"> Comunicar el alcance de los proyectos llevados a cabo en el marco del Programa Operativo. Materialización del Programa en proyectos concretos: los frutos de los mismos contribuirán a alcanzar los objetivos del PO y permitirán que la ciudadanía y los agentes implicados tomen una conciencia más real y firme sobre el peso de las actuaciones desarrolladas. 	
DESTINATARIOS	<ul style="list-style-type: none"> Beneficiarios y Beneficiarios Potenciales Ciudadanía en general y público destinatario del PO Medios de comunicación y otros agentes difusores 		

Fuente: Elaboración propia

3.1.4. Asignación y adecuación de los recursos

En este apartado se analiza si los recursos destinados para desarrollar el Plan de Comunicación se ajustan a las medidas de dicho Plan y a los recursos disponibles para su ejecución. Esto se analiza ampliamente en los epígrafes 3.1.1, sobre *Proporcionalidad*, y 4.1.3, sobre la *Adecuación del Presupuesto* del presente informe.

3.1.5. Consideración del principio de igualdad de oportunidades

Consiste en el análisis de si el Principio de Igualdad de Oportunidades se ha tenido en cuenta a la hora de planificar la Estrategia y en las acciones de información y publicidad ejecutadas durante el periodo de análisis que comprende desde el 1 de enero de 2014 a 30 de junio de 2019.

Este principio se incluye en la Estrategia de Comunicación, en primer lugar, como una de las medidas que se llevarán a cabo para garantizar el cumplimiento del objetivo específico de “Informar a los beneficiarios de las oportunidades de acceso a las ayudas de la actuación conjunta de la UE y la Comunidad de Madrid”, en el sentido de reforzar la igualdad de género o el apoyo a las personas más vulnerables. Asimismo, también se prevé la aplicación del principio de igualdad de oportunidades a la gestión de los Fondos al incluirse como tema en el marco de las jornadas a llevar a cabo dirigidas a informar a los beneficiarios sobre sus funciones y tareas en materia información y comunicación, entre otros.

El principio horizontal de igualdad de oportunidades y no discriminación, además de ser un principio horizontal, es un criterio que las actuaciones deben cumplir para ser consideradas como Buenas Prácticas, especificando cómo se ha aplicado en la actuación correspondiente y sustanciándolo correctamente.

Cuando en la Estrategia se describen las herramientas para la información y comunicación se prevé específicamente la incorporación del principio de Igualdad de Oportunidades para mujeres y hombres y, con ello, el enfoque de género en todos soportes y mensajes que se utilicen en las actividades de información y comunicación, materializándose en el lenguaje, escrito y verbal, inclusivo y no sexista, así como en las imágenes que responderán a un tratamiento paritario de la presencia de mujeres y hombres en los ámbitos sobre los que incide el Programa Operativo.

La materialización y aplicación de este principio en las actuaciones concretas de información y comunicación ejecutadas en desarrollo de las previstas en la Estrategia, se aborda y describe ampliamente en el epígrafe 6 del presente informe.

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

En este epígrafe se realizarán tres análisis diferenciados sobre la aplicación de las medidas de información y comunicación:

- o Avances en la ejecución de las medidas; en el que se calculará la ejecución de los indicadores tanto de realización como de resultado incluidos en la Estrategia en relación con las metas establecidas para cada uno de ellos.
- o Integración de las actividades de información y comunicación en los IAE; donde se verificará si dichos informes han incluido información sobre estas actuaciones.
- o La repercusión de los sistemas de seguimiento en la calidad de la ejecución de las medidas; estimando si estos procedimientos previstos en la Estrategia de Comunicación, han redundado en el incremento de la calidad en la ejecución de las medidas.

4.1. Avances en la ejecución de las medidas.

A continuación, se examina el grado de ejecución en medidas de información y comunicación llevadas a cabo en aplicación de la Estrategia de Comunicación del PO FSE 2014-2020 de la Comunidad de Madrid, evaluando el periodo temporal comprendido entre el 1 de enero de 2014 y el 30 de junio de 2019.

Para la realización de este apartado se ha utilizado, por un lado, la información cuantitativa aportada por los diferentes órganos gestores que participan dentro de este PO del FSE, así como de la Autoridad de Gestión, para dar respuesta a los distintos indicadores de comunicación, aportando la información de todas las actuaciones. Los datos obtenidos sobre se refieren a actuaciones desde la anualidad de 2016 hasta junio de 2019, dado que no se tiene registro de actuaciones de información y comunicación en las anualidades anteriores dentro del marco del Programa.

Los Organismos Intermedios Gestores que han aportado información para la realización de este apartado son: la Dirección General de la Mujer (DGM), la Dirección General de Servicios Sociales e Integración Social (DGSSIS); la Unidad de Autónomos, Economía Social y RSE; la Dirección General del Servicio Público de Empleo (DGSPE), la Dirección General de Atención a Personas con Discapacidad (DGDISCAP); la Dirección General de Investigación e Innovación (DGII); y la Dirección General de Formación Profesional (DGFP). Así mismo, ha facilitado información la DG de Asuntos Europeos y Cooperación con el Estado (en el momento de elaboración de esta evaluación, actual Dirección General de Presupuestos de la Consejería de Hacienda), como Organismo Intermedio Coordinador.

Por otro lado, se ha utilizado también información cualitativa aportada tanto por el Organismo Intermedio Coordinador como por los Organismos Intermedios Gestores sobre las medidas llevadas a cabo en materia de información y comunicación desde la aprobación del programa operativo para poder valorar el grado de ejecución de las medidas previstas en la Estrategia y complementar la información aportada por los Indicadores de Comunicación.

4.1.1. Indicadores de realización.

En la siguiente tabla se puede observar el porcentaje de ejecución alcanzado por los distintos indicadores de realización en función de las metas establecidas para cada uno de ellos en la Estrategia de Comunicación del PO.

Como se puede observar, la consecución entre lo ejecutado y lo programado en los indicadores de realización a 30 de junio de 2019, presenta unos porcentajes dispares, con uno de los siete indicadores que presenta un grado de ejecución bajo, para tres de los indicadores éste es intermedio y los tres restantes ya han conseguido alcanzar la meta establecida para la finalización del PO, 31 de diciembre de 2020, estipulada en la “Estrategia de Comunicación del Programa Operativo FSE de la Comunidad de Madrid 2014-2020”.

Tabla 2: Indicadores de realización de la Estrategia de Comunicación del PO del FSE 2014-2020 de la Comunidad de Madrid.

Indicadores de realización	Programación	Total	
		Ejecución	%
1. N° de actividades y actos públicos	1.550	809	52,19%
2. N° de acciones de difusión	523	914	174,76%
3. N° de publicaciones externas realizadas	500	583	116,60%
4. N° de páginas Web	100	282	282,00%
5. N° de soportes publicitarios	1.350	605	44,81%
6. N° de documentación interna distribuida	2.600	130	5,00%
7. N° de redes de información y publicidad	10	3	30,00%

Fuente: Datos ofrecidos por los diferentes gestores sobre las actuaciones puestas en marcha en el marco de la Estrategia de Comunicación (datos a 30 de junio de 2019).

Teniendo en cuenta lo anterior, los tres indicadores que ya han conseguido alcanzar y superar el hito programado son “N° de páginas web” con una ejecución del 282%, seguido de “N° de acciones de difusión” con el 174,76% y “N° de publicaciones externas realizadas” con un 116,6%. Teniendo en cuenta estos resultados y el momento en el que se realiza esta evaluación intermedia, lo adecuado sería reprogramar las metas para estos indicadores que ya han superado, con mucho, los hitos preestablecidos.

En el lado opuesto, es importante destacar que en el resto de indicadores el % de ejecución más alto lo tiene el indicador 1 “N° de actividades y actos públicos” con un 52,19%, seguido de “N° de soportes publicitarios” con un 44,81%. En el caso del indicador 7, en el que se mide el “N° de redes de información y publicidad” y que presenta un grado de ejecución del 30%, con tres tipos de redes de comunicación a evaluar de ámbito nacional (GERIP), de ámbito regional (RIFEM) y de ámbito europeo (INIO), pero con una programación de 10, por lo que se recomendaría una reprogramación puesto que se ha alcanzado ya el número máximo de redes existentes así que el valor meta debería coincidir con las tres actuales. El indicador que presenta un menor grado de ejecución (un 5%), es el número 6 con el que se mide el “N° de documentación interna distribuida”. En este caso puede deberse a que este tipo de documentación no se registra cuando se genera, precisamente al ser interna.

En resumen, los resultados de los indicadores de realización son, en algunos casos (indicadores 1,5 y 7) aproximadamente al momento de período de programación actual con valores que permitirían,

si se sigue o incrementa el ritmo de ejecución actual, alcanzar los valores programados para el final del período de programación. En el caso del indicador N° 6, presenta un grado bajo de ejecución, pero como ya se ha indicado antes, y así han puesto de manifiesto los Organismos Intermedios Gestores como el propio Organismo Intermedio Coordinador, el grueso de la documentación interna relativa a la gestión del PO generada a lo largo de este periodo no queda recogida en el valor del indicador, ya que al formar parte de la actividad diaria que todos los Organismos realizan para la gestión de las actuaciones del PO, no siempre es factible llevar a cabo una contabilización de la misma; En ambos casos habrá que esperar a la finalización del periodo de programación para confirmar esta tendencia y revisar si la ejecución de los indicadores que presentan datos más discretos consigue alcanzar los hitos previstos. Esta revisión final se llevará a cabo en la Evaluación Final de la Estrategia de Comunicación del PO, a realizarse en 2022. En otros casos (indicadores N° 2, 3 y 4), se ha producido una sobre ejecución, probablemente porque la programación fue muy conservadora, por lo que se recomendaría revisar los valores previstos en la Estrategia para adecuarlos al ritmo actual.

Los porcentajes que se presentan en los diferentes años se han obtenido de la división de lo ejecutado ese año por lo programado para todo el período de programación del PO en su conjunto. Teniendo en cuenta que resta menos de la mitad del periodo para la finalización de la ejecución de este PO, los indicadores de realización deberían situarse en torno al 65% y más de la mitad de los mismos se encuentran por debajo. No obstante, viendo la evolución y el ritmo de ejecución de estos indicadores es posible que en los dos años y medio que restan se puedan mejorar estos porcentajes y conseguir las metas establecidas. Adicionalmente, el PO arrancó tarde, puesto que su aprobación se produjo el 17 de diciembre de 2015, es decir, su ejecución efectiva no se ha producido desde el 1 de enero de 2014, por lo que, en el período de ejecución restante se espera que el ritmo sea creciente.

Para analizar los datos más exhaustivamente, se procede a hacer un desglose por anualidades, para poder observar cuál ha sido la evolución de cada indicador durante este periodo, como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 2: Ejecución de los indicadores de realización de la Estrategia de Comunicación del PO FSE de la Comunidad de Madrid para el actual período de programación 2014-2020 (período de referencia: 1 enero 2014 al 30 de junio de 2019)⁷

Indicadores de realización	Prog.	2015		2016		2017		2018		2019 (30 de junio)		Total	
		Ejec.	%	Ejec.	%	Ejec.	%	Ejec.	%	Ejec.	%	Ejec.	%
1. Nº de actividades y actos públicos	1.550	7	0%	68	4,39%	67	4,32%	647	41,74%	20	1,29%	809	52,19%
2. Nº de acciones de difusión	523	5	1%	118	22,56%	133	25,43%	636	121,61%	22	4,21%	914	174,76%
3. Nº de publicaciones externas realizadas	500	1	0%	82	16,40%	71	14,20%	425	85,00%	4	0,80%	583	116,60%
4. Nº de páginas Web	100	1	1%	37	37,00%	84	84,00%	282	282,00%	13	13,00%	282	282,00%
5. Nº de soportes publicitarios	1.350	-	0%	28	2,07%	187	13,85%	376	27,85%	14	1,04%	605	44,81%
6. Nº de documentación interna distribuida	2.600	1	0%	27	1,04%	24	0,92%	66	2,54%	12	0,46%	130	5,00%
7. Nº de redes de información y publicidad	10	1	10%	2	20,00%	3	30,00%	2	20,00%	1	10,00%	3	30,00%

Fuente: Datos ofrecidos por los diferentes gestores sobre las actuaciones de información y comunicación llevadas a cabo en el seno de la Estrategia de Comunicación (datos a 30 de junio de 2019).

Para la obtención de los distintos valores de los indicadores se ha realizado un sumatorio de los datos obtenidos en las diferentes anualidades a excepción de los casos de los indicadores 4 “Nº de páginas Web” y 7 “Nº de redes de información y publicidad”, donde no se aplica esta metodología por la propia naturaleza del indicador.

Lo primero que hay que señalar es que la anualidad del 2015 presenta unos bajos niveles de ejecución, derivado del hecho de que hasta diciembre de ese año no fue adoptado el Programa Operativo por la Comisión Europea. Es a partir de la siguiente anualidad (2016), una vez elaborada la Estrategia de Comunicación del PO, constituido el Comité de Seguimiento, aprobados los Criterios de Selección del PO, y definidos con mayor claridad los procedimientos de gestión del PO cuando los indicadores de comunicación empiezan a alcanzar un desarrollo más elevado.

Como norma general, la anualidad que presenta un mayor grado de ejecución es 2018, por lo que se puede ver que conforme el programa va alcanzando velocidad de crucero se impulsan un mayor número de actuaciones u operaciones de información y comunicación. Esto se debe a que los valores de los

⁷ * Por la propia naturaleza de estos indicadores, el acumulado no supone la suma de los años anteriores, sino que refleja la media de las anualidades.

indicadores de comunicación aportados por uno de los Organismos Gestores han sido facilitados acumulados hasta esa anualidad, sin que le haya resultado factible aportar su anualización. Por ese motivo, se han incluido en su totalidad en ese año.

El indicador número 4, con el que se mide el “Nº de páginas Web” pasa de tener en 2017 un porcentaje de ejecución de 84% a en 2018 un 282%, lo que supone más del triple. Como se ha mencionado anteriormente, esto se debe a la metodología propia de cálculo de este indicador, que recoge como valor total el número de páginas web máximo que se haya registrado en la totalidad de las anualidades, es por esto que el indicador total y el de 2017 presentan el mismo porcentaje de ejecución.

Ocurre lo mismo con los indicadores Nº2 (*Nº de acciones de difusión*) y Nº3 (*Nº de publicaciones externas realizadas*), ya que en 2017 presentaban un porcentaje de ejecución muy bajo (25,43% y 14,20%, respectivamente) y en 2018 el indicador número 2 supera con creces las metas establecidas (121,61%). Por su parte, el indicador número 3 aumenta considerablemente este porcentaje hasta el 85,00%.

En el lado opuesto, el indicador que presenta un menor porcentaje de ejecución y que, por tanto, necesita un mayor avance para alcanzar su meta prevista de cara a la finalización del periodo es el número 6 “*Nº de documentación interna distribuida*”, que actualmente presenta un nivel de ejecución de tan solo el 5%. Como ya se ha indicado antes, esto se debe a que, por una parte, y de forma general, los organismos intermedios, tanto los gestores como el coordinador, no toman conciencia de este indicador, es decir, la mayoría de la documentación interna que generan (instrucciones, orientaciones a sus entidades, Centros...), no queda recogida como indicador de comunicación, ya que todo ello forma parte de su actividad diaria que se lleva a cabo para garantizar una gestión eficaz, no se asocia tanto a una actividad de comunicación, sino como algo más global relacionada con la gestión; de otra parte, porque el valor que se estableció como meta tuvo en cuenta no sólo el posible nº de documentación interna, sino además ese nº multiplicado por el posible nº de organismos/entidades a las que se dirigiría. Sin embargo, sólo se viene computando una vez, con independencia del nº de destinatarios. En cualquier caso, todo esto conlleva a reflexionar sobre la utilidad de este indicador para analizar los avances en la Estrategia de Comunicación.

En cuanto a las **medidas de información y comunicación previstas en la Estrategia de Comunicación**, se encuentran estrechamente ligadas a los indicadores de realización. El análisis de su grado de avance viene a complementar el que se ha realizado desde el punto de vista cuantitativo, a través de los mismos. A continuación, se va a analizar el grado de ejecución de las medidas referidas a la Fase de Lanzamiento y Fase de Ejecución del Programa Operativo, a través de las actuaciones realizadas para dicho cumplimiento.

En cuanto a la **Medida 1, que hace referencia a la realización de jornadas informativas sobre la programación y las oportunidades de financiación existentes en el marco del Programa Operativo**, en primer lugar cabe señalar el acto de lanzamiento del Programa Operativo, organizado por el Organismo Coordinador y llevado a cabo en 2016 una vez que el Programa fue adoptado por la Comisión Europea; a este acto asistieron todos los Organismos Intermedios Gestores así como otras entidades representativas. En segundo lugar, tanto en 2016, como en 2017 y 2018 se han realizado este tipo de actuaciones por parte de los distintos organismos intermedios gestores, por lo que puede considerarse ejecutada. Por ejemplo, en 2016, la DG de Servicios Sociales realizó un encuentro informativo sobre las convocatorias de subvenciones, requisitos o tramitación sobre el cumplimiento de la normativa europea aplicable a la gestión del FSE. En 2017, por su parte, tanto la DG Mujer, la DG del Servicio Público de Empleo y, de nuevo, la DG Servicios Sociales realizaron actuaciones encaminadas a informar y difundir actuaciones cofinanciadas por el FSE, como por

ejemplo actuaciones de sensibilización al público específicas para determinados colectivos como el LGTBI o la presentación de la convocatoria de subvenciones dirigidas a empresas de inserción.

A lo largo de 2016, 2017 y 2018 también se han producido avances en las **Medida 2: Elaboración de instrucciones precisas para la gestión del Programa Operativo de la Comunidad de Madrid para el período 2014-2020 y Medida 5: Otra información a los beneficiarios de las obligaciones y tareas que deberán asumir en el ciclo de desarrollo de las actuaciones del PO**, que se encuentran muy interrelacionadas, a través de actuaciones realizadas tanto por Organismos Intermedios Gestores como por el Organismo Intermedio Coordinador. Así, por ejemplo, en 2016 y por parte del Organismo Intermedio Coordinador, al coincidir con la fase inicial del período de programación, se emitieron instrucciones relativas a “costes simplificados”; orientaciones para la descripción de sistemas y procedimientos; y se difundió entre los Organismos Intermedios Gestores orientaciones para la elaboración de los Informes Anuales. Posteriormente, y como continuación de lo que ya venían realizando en los dos años anteriores, en 2017 y 2018, los Organismos Intermedios Gestores continuaron emitiendo instrucciones de gestión dirigidas a sus entidades y centros participantes, e internas como, por ejemplo, las “Instrucciones uso identidad corporativa en actividades cofinanciadas por el FSE en los Programas Operativos de la Comunidad de Madrid”, de la DG Servicio Público de Empleo; las elaboradas por la DG de Investigación e Innovación hacia los responsables de las actuaciones; o la DG de Formación Profesional, entre otros. Destaca también en el marco de las actuaciones llevadas a cabo en ejecución de las medidas 2 y 5, la distribución de carteles y dípticos informativos, así como carteles, posters y paneles para distintas actividades y, en el caso de la DG Atención a Personas con Discapacidad, es reseñable el díptico de la Jornada del X Aniversario de la Oficina de Vida Independiente que tuvo lugar en 2016 y folleto informativo del “Programa Emplea tú capacidad”.

En cuanto a la **Medida 3: publicación de memorias, libros y material promocional**, todos los Organismos Intermedios gestores de las actuaciones, publican en el BOCM y en la página web de cada Consejería de la Comunidad de Madrid (www.comunidad.madrid) las convocatorias de subvenciones cofinanciadas por el PO FSE 2014-2020 regional, así como los procesos de licitación correspondientes para la puesta en marcha de las operaciones, informando a los solicitantes que la aceptación de la financiación conlleva su inclusión en la lista de operaciones a publicar en la Autoridad de Gestión. Algunos gestores, como la DG Mujer, incluso han llevado a cabo ruedas de prensa para difundir y sensibilizar sobre proyectos que están llevando a cabo.

La Medida 4 Elaboración de una guía digital para la resolución de dudas frecuentes y publicación de la misma a través de la página web del Organismo Intermedio Coordinador. Esta medida, a fecha de elaboración de la presente evaluación, si bien no ha experimentado avances puesto que la Guía como tal no se ha elaborado, también es de destacar que el Organismo Intermedio Coordinador, siempre que los Organismos Intermedios gestores le han planteado dudas sobre los requisitos de información y comunicación ha remitido a la página web de la Autoridad de Gestión, en la que pueden encontrar información al respecto para ayudarles a resolverlas.

En cuanto a **Medida 6 que hace referencia a la Participación en el Grupo Español de Responsables de Información y Publicidad (GERIP)**, el Organismo Intermedio Coordinador forma parte de este Grupo, en representación de la Comunidad de Madrid, asistiendo a las reuniones cuyo contenido sea relevante para la gestión del PO.

La siguiente **Medida 7**, que se refiere a la **Capitalización y fortalecimiento de la Red de Información y Publicidad de los Fondos Estructurales de la Comunidad de Madrid (RIFEM) (2007-2013)**, la Red ha continuado su funcionamiento en el presente período de programación, habiéndose celebrado varias reuniones de la misma, a la que acuden representantes tanto de FEDER como de FSE. En la reunión celebrada en marzo de 2017 se presentó, entre otros, la “Guía práctica para el cumplimiento de las obligaciones de información y comunicación en las actividades cofinanciadas por el FSE y el FEDER en los Programas Operativos de la Comunidad de Madrid, periodo de programación 2014-2020”, elaborada por el Organismo Intermedio Coordinador.

La **Medida 9** se encuentra, asimismo, cumplida, puesto que el **Acto de Lanzamiento del Programa Operativo**, tal y como se establece en el ANEXO XII del Reglamento (UE) 1303/2013, se llevó a cabo el 24 de febrero de 2016.

Las **Medidas 10 y 21** referidas respectivamente a la **realización de campañas itinerantes** sobre el Programa Operativo y las posibilidades de financiación europea y a **actividades de difusión itinerantes** y soporte audiovisual sobre la política de cohesión en la Comunidad de Madrid en el marco de los Fondos, no han sido ejecutadas, ya que en la actualidad se está analizando su viabilidad y oportunidad, ya que se dispone de otras herramientas más acordes para ello, como es la difusión a través de páginas web, más eficientes por representar un menor coste económico.

La **edición y distribución del texto del Programa Operativo** a la que se refiere la **Medida 11** se ha realizado y está disponible para su consulta en ambas páginas web mencionadas anteriormente. Asimismo, en la página web del OIC, además del PO se incluye un resumen con sus principales características, los resúmenes al ciudadano de los Informes Anuales de Ejecución y la Estrategia de Comunicación.

Relacionada con ella se encuentra la **Medida 16: Mantenimiento y actualización en el portal temático “Madrid Puerta de Europa”**, actualmente este entorno web se encuentra en desuso, ya que entre los años 2017/2108 se llevó a cabo una reestructuración de toda la página web de la Comunidad de Madrid. No obstante, en la página web del OIC, se han establecido enlaces, tanto a las páginas institucionales de la Comisión Europea, Ministerio de Migraciones, Trabajo y Seguridad Social y Ministerio de Economía, como a las de las Direcciones Generales participantes en el Programa Operativo.

Por otra parte, cabe destacar las informaciones y publicaciones realizadas en las páginas web de los ayuntamientos con los que la DG de la Mujer formalizó convenios para el desarrollo de varias actuaciones cofinanciadas.

Las medidas que deben ser ejecutadas por la Autoridad de Gestión se encuentran todas realizadas y son: las referentes a la celebración de los actos anuales los Programas Operativos de España, con participación activa de la Comisión, y de los responsables de las distintas Comunidades Autónomas (**Medida 12**), la publicación y difusión de la lista de operaciones (**Medida 13**) o el mantenimiento del Portal Web único (**Medida 15**), colocación del emblema de la UE en sus instalaciones (**Medida 18**) o el mantenimiento de la base de datos de la Autoridad de Gestión con buenas prácticas cofinanciadas por el FSE en el periodo 2014-2020 (**Medida 19**).

Asimismo, con respecto a la **Medida 14**, destacar también que, además de la Autoridad de Gestión, tanto el Organismo Intermedio Coordinador, como los OOII gestores, y beneficiarios últimos, han hecho **referencia a la cofinanciación, emblema y lema en la documentación relativa a las actuaciones cofinanciadas**, a través de cartelería en los locales en los que se desarrollan las actuaciones, entre otros. Los beneficiarios últimos de las actuaciones cofinanciadas también hacen

mención expresa a la cofinanciación. Por ejemplo, se pueden señalar las placas y carteles informativos que se colocan en lugar visible, a pie de calle, en el lugar en el que la DG de Servicios Sociales desarrolla el Programa LGTBI; los carteles y placas que se colocan en los SERPAIS, o la Oficina de Vida Independiente, operaciones puestas en marcha por la DG de Atención a las Personas con Discapacidad; los diferentes folletos divulgativos que los beneficiarios últimos de las actuaciones de la DG Mujer, por ejemplo, los folletos divulgativos de la “Campaña Gestión del Tiempo/Convivencia en igualdad”, o “Dinamización del pequeño comercio y microempresa, y apoyo al emprendimiento femenino”, “Tríptico Madrid empresa flexible”, dípticos informativos “Mujer e ingeniería”, entre otros.

La **Medida 17** se refiere al **mantenimiento y actualización por parte de los Organismos Intermedios Gestores de espacios web específicos sobre el apoyo del FSE a sus operaciones**. Todos los Organismos Intermedios gestores han habilitado en sus páginas web espacios para informar sobre sus operaciones cofinanciadas, con mención expresa al FSE. Por ejemplo, puede destacarse la información sobre el programa “Emplea tu capacidad”, que aglutina a un conjunto de operaciones (Centros Ocupacionales, SERPAIS, Aulas...) que figura en la página web de la DG de Atención a Personas con Discapacidad. Así mismo, en la página web del Organismo Intermedio Coordinador, se han establecido enlaces, tanto a las páginas institucionales de la Comisión Europea, Ministerio de Migraciones, Trabajo y Seguridad Social y Ministerio de Economía, como a las de las Direcciones Generales participantes en el Programa Operativo.

Por otra parte, cabe destacar las informaciones y publicaciones realizadas en las páginas web de los ayuntamientos con los que la DG de la Mujer formalizó convenios para el desarrollo de varias actuaciones cofinanciadas.

Con motivo de la **celebración del Día de Europa** (9 de mayo, **Medida 21**) en la Comunidad de Madrid el OIC realiza todos los años diversas actuaciones para sensibilizar a la ciudadanía y los grupos potencialmente destinatarios, dándoles a conocer las oportunidades de financiación que les proporciona el Programa Operativo.

La elaboración de material audiovisual en formato CD y DVD (Medida 22) se ha llevado a cabo en los años de referencia por parte de distintos Organismos Intermedios gestores, como por ejemplo puede destacarse la DG Mujer en el Vídeo Fase II Campaña Gestión del Tiempo – de varias Mancomunidades.

En conclusión, puede apreciarse como se han producido avances en prácticamente todas las medidas de información y comunicación previstas en la Estrategia de Comunicación, a través de la puesta en práctica de actuaciones por parte de la gran mayoría de Organismos Intermedios Gestores y del propio Organismo Intermedio Coordinador.

4.1.2. Indicadores de resultado.

Antes de empezar el análisis de los indicadores de resultado es importante reflejar la incoherencia encontrada en la previsión del indicador que se refiere al “% de publicaciones distribuidas/editadas” ya que, aunque la finalidad del indicador es conocer cuál es el porcentaje de publicaciones distribuidas o editadas, en la programación aparece un número entero (350) y no tanto un porcentaje, por lo que no es posible calcular el % de consecución del mismo. Esto puede tratarse de una errata en la Estrategia que en marco de la revisión de la misma podría actualizarse.

Otro aspecto a tener en cuenta antes de analizar los indicadores de resultados es que el seguimiento de la metodología a aplicar en la recogida de los mismos es dispar por parte de los Organismos Intermedios gestores, lo que puede deberse a la escasa atribución de importancia a este tipo de indicadores por falta de anclaje de los mismos con respecto a la propia gestión, lo que produce que algunos de los resultados reflejen unos porcentajes incoherentes como ocurre en el caso del indicador que mide el “Nº de puntos de distribución”⁸.

En la tabla a continuación se reflejan los porcentajes de ejecución de los indicadores de resultado a 30 de junio de 2019 en función del grado de consecución de las metas previstas para el final del período de programación. Los resultados muestran, en su mayoría, unos valores más favorables que en el caso de los indicadores de realización, pese a encontrarse todavía alejados a las metas.

Tabla 3: Indicadores de resultado de la Estrategia de Comunicación del PO del FSE 2014-2020 del Comunidad de Madrid⁹.

Indicadores de resultado	Programación	Total	
		Ejecución	%
1. Nº de asistentes	40.000	92.344	230,86%
3.1. % de publicaciones distribuidas/editadas	350	90,12%	
3.2. Nº de puntos de distribución	381	5.947	1.560,89%
4. Nº de visitas en páginas Web	1.980.000	2.571.090	129,85%
6. % de organismos cubiertos	100%	99,6%	
7.1. Nº reuniones	160	23	14,38%
7.2. Nº asistentes	700	51	7,29%

Fuente: Datos ofrecidos por los diferentes gestores sobre las actuaciones de información y comunicación puestas en marcha en el marco de la Estrategia de Comunicación (datos a 30 de junio de 2019).

En tres de los siete indicadores de resultado que se analizan, se han superado los valores previstos para el final del periodo en el marco del Programa Operativo. Estos indicadores son, en primer lugar, el indicador que mide el “Nº de puntos de distribución” a través de los que se han distribuido las publicaciones externas, donde se ha superado ampliamente la meta. No obstante, a juicio del equipo evaluador, se debe a una errónea interpretación del indicador que ha llevado al reporte del valor reflejado y, por tanto, al alto porcentaje de ejecución del mismo, sobrepasando ampliamente el valor meta (ver nota al pie). En segundo lugar, en el caso del indicador 1 que mide el “Nº de asistentes” a las distintas actividades o actos públicos que se han realizado en materia de comunicación y publicidad se ha sobrepasado ampliamente la meta establecida, ya que se ha producido más del doble de participación de la ciudadanía de la que se programó para este periodo, por lo que se propone una reprogramación de esta meta para que refleje valores más realistas. Por último, el “Nº de visitas en páginas Web” también ha superado el hito establecido en la

⁸ Es importante resaltar que en el caso del indicador que mide el “Nº de puntos de distribución” se han tenido en cuenta los distintos puntos de distribución que han ido reportando cada gestor, añadiéndose los canales distintos que se han utilizado dentro del marco de la estrategia de comunicación de la Comunidad de Madrid. Todo ello sumado da un total de 5.947 puntos de distribución, que implica un porcentaje de consecución se eleve hasta un 1.560%. Esto se debe a la que los puntos de distribución son entendidos como personas/entidades/organizaciones/etc. destinatarias distintas, no entendiéndose la interpretación correcta del indicador, que hace referencia a canales de distribución y no tanto a “puntos”.

⁹ * Por la propia naturaleza de estos indicadores, el acumulado no supone la suma de los años anteriores, sino que refleja la media de las anualidades. Los datos de la Tabla 4 se han obtenido de la media calculada sobre el valor acumulado de cada indicador o bien se ha adoptado como valor el más alto, siguiendo los criterios para el cálculo de los indicadores establecidos en la Guía Metodológica.

programación, con más de medio millón de visitas obtenidas en las distintas páginas web. Es importante destacar que no se han tenido en cuenta únicamente los datos de las páginas web de cada gestor, sino también de todos sus beneficiarios.

A su vez, los indicadores que miden el “% de organismos cubiertos” y el “% de publicaciones distribuidas/editadas” se encuentran muy cerca de alcanzar su valor objetivo con un 96,9% y el 90,12% de ejecución respectivamente, a 30 de junio de 2019.

En el lado opuesto, los indicadores que precisan de un mayor refuerzo para poder alcanzar el hito establecido son el 7.1 “Nº de reuniones” y 7.2 “Nº de asistentes”.

No obstante, ambos indicadores se refieren a número y asistentes de las reuniones de las Redes de Comunicación. El primero se obtiene sumando el número de reuniones y el segundo, del número de asistentes de cada reunión en el último año en que éstas se hayan llevado a cabo, por lo que es de esperar que los valores de ambos sigan una evolución similar a la precedente en lo que resta de período de programación y, en consecuencia, los valores meta de ambos podrían revisarse para reflejar de forma más realista su evolución prevista.

A continuación, se muestran los datos de los indicadores de resultado desglosados por anualidad, a través de los que se puede observar que conforme el PO avanza en su ejecución, también aumentan las actuaciones de información y comunicación y, con ello, el valor de los indicadores siendo el año 2018 el más destacable.

Tabla 4: Ejecución de los indicadores de resultado de la Estrategia de Comunicación del PO FSE de la Comunidad de Madrid para el actual período de programación 2014-2020 (1 enero 2014 al 30 de junio de 2019)¹⁰

Indicadores de realización	Prog.	2015		2016		2017		2018		2019 (30 de junio)		Total	
		Ejec.	%	Ejec.	%	Ejec.	%	Ejec.	%	Ejec.	%	Ejec.	%
1. Nº de asistentes	40.000	240	0,60%	4.150	10,38%	4.556	11,39%	82.649	206,62%	749	1,87%	92.344	230,86%
3.1. % de publicaciones distribuidas/editadas	350			87%		90%		88%		100,00%		91,14%	
3.2. Nº de puntos de distribución	381	-	0,00%	152	39,90%	2.001	525,20%	5.925	1555,12%	23	6,04%	5.947	1560,89%
4. Nº de visitas en páginas Web	1.980.000	620.000	31,31%	1.130.905	57,12%	1.653.103	83,49%	6.880.352	347,49%	-		2.571.090	129,85%
6. % de organismos cubiertos	100%	100,00%		100,00%		100,00%		99,04%		100,00%		99,52%	
7.1. Nº reuniones	160	5	3,13%	6	3,75%	7	4,38%	7	4,38%	3	1,88%	23	14,38%
7.2. Nº asistentes	700	1	0,14%	31	4,43%	51	7,29%	31	4,43%	20	2,86%	51	7,29%

Fuente: Datos ofrecidos por los diferentes gestores sobre las Estrategias de Comunicación 2014-2020 (datos a 30 de junio de 2019).

Como se puede comprobar de la tabla anterior y teniendo en cuenta la complementariedad existente entre los indicadores de resultado y los de realización, la anualidad que presenta una mayor grado de ejecución es la de 2018, con unos valores por encima de los alcanzados en el total en el caso de los tres indicadores que sobrepasan las metas establecidas en la Estrategia de Comunicación del PO FSE 2014-2020 de la Comunidad de Madrid, que son: “Nº de puntos de distribución”, el “Nº de asistentes” a las distintas actividades y actos públicos y, el “Nº de visitas en páginas Web”.

En el caso del indicador número 7, con el que se miden tanto el “Nº de reuniones” como el “Nº de asistentes”, el año en que presentan una ejecución mayor es 2017.

¹⁰ *Por la propia naturaleza de estos indicadores, el acumulado no supone la suma de los años anteriores, sino que refleja la media de las anualidades. Los datos que se presentan en la Tabla 5 presentan la media conseguida por anualidad y en el total se presenta la media sobre esas anualidades, siguiendo la metodología establecida para el cálculo de los indicadores de comunicación de los Programas Operativos en la Guía Metodológica emitida por la Autoridad de Gestión.

4.1.3. Adecuación del presupuesto.

En la Estrategia de Comunicación, teniendo en cuenta las medidas previstas en la misma, se estima que el gasto en actuaciones de información y comunicación será de 1.900.000 euros que pueden cofinanciarse con la ayuda programada en el Eje Prioritario 8A de Asistencia Técnica al PO.

La tabla que se presenta a continuación muestra los siguientes aspectos:

- El gasto ejecutado en actuaciones de información y comunicación a 30 de junio de 2019, para cada una de ellas y su total agregado.
- El porcentaje del gasto total ejecutado que ha supuesto la puesta en marcha de las distintas actividades información y comunicación, en aplicación de la Estrategia.

Tabla 5: Gasto correspondiente a las medidas de información y comunicación de la Estrategia de Comunicación del PO FSE 2014-2020 de la Comunidad de Madrid

Presupuesto ejecutado	Montante estimado Ejecución	%
1. N° de actividades y actos públicos	458.676	28,2%
2. N° de acciones de difusión	185.333	11,4%
3. N° de publicaciones externas realizadas	707.066	43,5%
4. N° de páginas Web	123.026	7,6%
5. N° de soportes publicitarios	150.121	9,2%
6. N° de documentación interna distribuida	32	0,0%
7. N° de redes de información y publicidad	-	0,0%
Total	1.624.253	100%

Fuente: Datos ofrecidos por los diferentes gestores sobre las actuaciones puestas en marcha en el marco de la Estrategia de Comunicación (datos a 30 de junio de 2019).

El porcentaje de gasto realizado en materia de información y comunicación en las distintas actuaciones que se encuentran dentro de la Estrategia de Comunicación con respecto al previsto en ella es bastante alto, suponiendo un 85,49% del total previsto.

Como ya se ha mencionado en apartados anteriores, los Organismos Intermedios Gestores y ejecutores de las intervenciones llevan a cabo mayoritariamente actuaciones de comunicación de obligado cumplimiento reglamentario en el marco de los proyectos específicos que ejecutan y cuya financiación va con cargo al eje del Programa en que dichos proyectos se enmarquen. Esto se manifiesta en que, como norma general, no se registra el importe de estas actuaciones debido a que su coste está implícito en el coste general de cada actuación del Programa de que se trate, no repercutiendo coste alguno en el Programa Operativo. De hecho, en los Anexos de comunicación elaborados en el marco de los IAE de 2017 y 2018, se introduce el siguiente párrafo por parte del Organismo Intermedio Coordinador, que apunta en este mismo sentido:

“El coste económico que algunas de las actuaciones de información y comunicación haya podido tener no ha sido elevado, ni ha tenido repercusión en el eje 8 de Asistencia Técnica del Programa, bien porque no se vaya a imputar para su cofinanciación, bien porque estuviese ya implícito en el coste del desarrollo de las propias operaciones.”

Por lo tanto, la estimación financiera que los Organismos Intermedios Gestores han hecho en relación al coste de las actuaciones de comunicación es un coste que no ha tenido ninguna repercusión en el Programa Operativo, son costes que en su caso asumen los propios Organismos Gestores o entidades beneficiarias por ser una obligación reglamentaria que han de cumplir.

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

El objetivo de este apartado es el de garantizar que se está aportando la información necesaria para el seguimiento de los avances en la aplicación de la Estrategia de Comunicación de manera periódica.

Como se ha podido comprobar en los diferentes Informes Anuales de Ejecución (en adelante, IAE) correspondientes a las anualidades de 2014-15, 2016, 2017 y 2018, en las anualidades de 2016 y 2018, en cumplimiento de lo establecido en los artículos 50 y 111 del Reglamento (UE) 1303/2013, se recogen las actividades en materia de información y publicidad en el marco del Programa Operativo FSE 2014-2020 de la Comunidad de Madrid a través de la información que cada organismo gestor reporta para los IAE 2016 y 2018 en un apartado específico (apartado 12.2 “Resultados de las medidas de información y publicidad de los Fondos aplicadas conforme a la estrategia de comunicación”). En los Comités de Seguimiento celebrados en 2017, 2018 y 2019 se presentaron y expusieron los avances en la ejecución de las medidas de información y comunicación en el año referido al IAE, así como la previsión de las que iban a realizarse en el año siguiente.

Como se ha indicado antes, en los casos de los IAE de 2014-15 y 2017 no se incluyó información al respecto. En el caso del primer Informe Anual de Ejecución correspondiente a las anualidades 2014-2015, dado que la versión inicial de la Estrategia de Comunicación del PO FSE 2014-2020 de la Comunidad de Madrid se aprobó en marzo de 2016, necesariamente ese apartado no podía cumplimentarse. En el caso del IAE de 2017, al no ser una exigencia reglamentaria, no se incluyó el apartado 12.2. Se informó al Comité de Seguimiento de los avances llevados a cabo en el desarrollo de la Estrategia.

La información aportada en los Comités de Seguimiento, en relación con los avances, se lleva a cabo mediante la elaboración y presentación de un Anexo. Este Anexo se ha revisado por el equipo evaluador, conteniendo los avances en las medidas de información y comunicación previstas en la Estrategia que se llevaron a cabo en el año del IAE, y también la previsión de aquellas a ejecutarse en el año siguiente.

Por tanto, los IAE cumplen las obligaciones en materia de información y comunicación sobre las actividades de información y publicidad llevadas a cabo en cada anualidad dentro del marco de este PO FSE 2014-2020 de la Comunidad de Madrid.

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

Con la finalidad de conocer la repercusión de los sistemas de seguimiento en la calidad de la ejecución de las medidas puestas en marcha, se establecen una serie de indicadores con los que poner de manifiesto el nivel de cumplimiento y de ejecución de las obligaciones que se establecen en la normativa europea en materia de comunicación y publicidad dentro de la Estrategia de Comunicación del PO de FSE 2014-2020 de la Comunidad de Madrid.

A continuación, se analizan una serie de aspectos clave referidos a la calidad de la ejecución de las medidas:

Existencia de instrucciones a los organismos intermedios encargados de la gestión y ejecución de las actuaciones en materia de gestión, seguimiento, control, evaluación e información y publicidad.

En el periodo de programación anterior 2007-2013 se optó por elaborar una Estrategia de Comunicación¹¹ conjunta para ambos fondos (FEDER y FSE). En el actual período 2014-2020 se han separado las estrategias de comunicación siguiendo las conclusiones y recomendaciones de la evaluación final de dicha Estrategia que apuntaban en este sentido, realizando un ajuste de las medidas y objetivos para adecuarlos al fondo estructural correspondiente, en este caso al FSE.

El nuevo sistema de seguimiento y ejecución de las distintas medidas en materia de comunicación incluido en la Estrategia, se desarrolla en la “Guía práctica para el cumplimiento de las obligaciones de información y comunicación en las actividades cofinanciadas por el FSE y el FEDER en los Programas Operativos de la Comunidad de Madrid, periodo de programación 2014-2020”, elaborada por el Organismo Intermedio Coordinador y distribuida a todos los Organismos Intermedios gestores del Fondo. Asimismo, se definen y explican las pautas a adoptar tanto en la recopilación como el registro de los indicadores, así como en la detección e identificación de las Buenas Prácticas.

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

Se atribuye una relevancia importante a la pertenencia de los distintos organismos a una red de comunicación ya sea a ámbito nacional (GERIP), en la que participa el Organismo Intermedio Coordinador, o ámbito regional (RIFEM), en la que participan todos los Organismos Intermedios Gestores. A través de estas redes es posible poner en común, en las distintas reuniones realizadas, las posibles dudas u otras cuestiones relativas a la información y a la comunicación y publicidad de FSE para lograr una mayor coordinación y comunicación entre los distintos órganos.

Además, es una manera de tener contacto directo con la AG en materia de comunicación, lo que da pie a la puesta en común de posibles dudas, dificultades, etc., lo que favorece la realización de una estrategia común de comunicación entre los distintos actores implicados estableciendo unas pautas y criterios homogéneos consolidados.

¹¹ En el período 07-13 se denominaba Plan de Comunicación

Calidad de los procedimientos establecidos.

Se observan por el equipo responsable de esta evaluación intermedia de la Estrategia de Comunicación del PO FSE 2014-2020 de la Comunidad de Madrid mejoras en comparación con el periodo anterior en términos de calidad en los procedimientos establecidos para la gestión, seguimiento, control y evaluación de la misma, en la medida de que los mismos intentan cumplir eficazmente las funciones por las que fueron concebidos gracias a una mejora en la recogida de los indicadores de realización y de resultado.

A su vez, debe señalarse que siguen existiendo ciertos problemas a la hora de entender metodológicamente cómo se conforman los indicadores y su medición por parte de los Organismos Intermedios gestores, lo que puede deberse a que no se percibe su vínculo con la gestión, que conlleva una interpretación de los resultados que interfiere en el grado de ejecución de los mismos. Es cierto a su vez que, al no disponer de una herramienta informática específica para el volcado de la información relativa a los indicadores de comunicación, se convierte en un proceso más complejo. La existencia de esta herramienta no es una obligación reglamentaria pero sí contribuiría a sistematizar y homogeneizar este proceso de seguimiento de las actuaciones de comunicación, siempre y cuando se valorase la carga administrativa que ello podría suponer, ya que los Organismos Intermedios, incluido el Coordinador, manifiestan que la recogida de indicadores en esta materia ha de ser proporcional a su relevancia; no puede suponer una tarea mayor o desproporcionada a la que ya conllevan las propias tareas de la gestión de las actuaciones.

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

Como se ha señalado con anterioridad, el gasto real invertido en las diferentes acciones de comunicación de este PO a 30 de junio de 2019 representa un alto porcentaje sobre el total previsto en la Estrategia de Comunicación.

Como norma general salvo algunas excepciones, no se registran los importes de las actuaciones de información y comunicación. Ello se debe a que los costes de información y comunicación se asumen como propios por los Organismos Intermedios Gestores y se encuentran unidos e integrados dentro del propio coste general de gestión de la propia actuación a la que se refieren, no representando por tanto coste alguno para el Programa Operativo.

En cualquier caso, como señalan todos los Organismos, incluido el Coordinador, el desarrollo de las principales medidas contempladas en la Estrategia no suponen un coste económico que se haya imputado con cargo al eje 8 de Asistencia Técnica del Programa. Como se ha indicado antes, en una elevada mayoría de ocasiones, el posible coste económico no es tal para el PO, ya que es asumido por el propio Organismo Gestor, forma parte de la actividad de su gestión (publicaciones en el BOCM, desarrollo de páginas web, elaboración de instrucciones, elaboración de algunos materiales, organización de jornadas...), por lo que tales medidas de comunicación son desarrolladas por sus medios propios; en otras ocasiones (elaboración de carteles, material divulgativo...), son obligaciones que ha de asumir el destinatario de la subvención/adjudicatario del contrato, y su posible coste está ya implícito en la subvención/contrato otorgado.

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

No existe como tal una herramienta informática en la que volcar los resultados de los indicadores, lo que facilitaría el seguimiento de la Estrategia de Comunicación al favorecer la homogeneidad de los datos reflejados y la centralización de su volcado. Esta herramienta no es obligatoria a nivel reglamentario, pero sí podría resultar de ayuda con el objetivo de sistematizar y homogeneizar la información que forma parte del sistema de seguimiento, siempre que ello no supusiese un exceso de carga de trabajo superior a la propia gestión de las actuaciones.

Análisis sobre la concienciación de la ciudadanía sobre el FSE.

Hay que destacar que la ciudadanía madrileña tiene un amplio conocimiento sobre el hecho de que la Unión Europea invierte en su territorio para el progreso económico y social, hasta el punto que, a la vista del indicador de impacto que mide específicamente este grado de reconocimiento, se han superado los objetivos que con respecto al mismo se formularon en la Estrategia de Comunicación para el final del período de programación. En este sentido, el reconocimiento de la marca “Unión Europea” es muy amplio en la Comunidad de Madrid.

La percepción de los Organismos Intermedios Gestores coincide con estos datos obtenidos de la encuesta a la ciudadanía. Consideran que, en lugar de hacer alusión a una tipología de fondo, si se pregunta a la ciudadanía sobre su conjunto, es decir, sobre el grado de conocimiento que tienen las personas residentes en la Comunidad de Madrid sobre los el apoyo financiero de la UE sin especificar el fondo del que provenga dicha financiación, el grado de conocimiento es mucho mayor puesto que es más reconocible la noción de Unión Europea que de los Fondos Estructurales específicamente. Esto también es corroborado por el indicador de impacto que mide el grado de reconocimiento del concepto concreto del “Fondo Social Europeo”, que arroja resultados más discretos.

Cumplimiento de los objetivos de información y comunicación.

Hay que destacar la consecución del objetivo del portal web único para todos los gestores que participan dentro de este PO en materia de comunicación y publicidad. Dentro de la página web de la UAFSE se encuentra en enlace al área que contiene la información sobre los Fondos Europeos en la Comunidad de Madrid, en la que se encuentra ordenada toda la información relativa a programación, gestión, evaluación y comunicación del FSE, es decir a la información pertinente del OIC. Desde ese entorno se accede directamente a la información sobre los proyectos cofinanciados dentro de las páginas web de los Organismos Intermedios gestores en los que se muestran los requisitos mínimos de comunicación de las actuaciones cofinanciadas, incluyendo el emblema y el logo del Fondo. No obstante, el acceso a esta información sobre los Fondos directamente desde la web del Organismo Intermedio Coordinador no es inmediato, puesto que requiere de un conocimiento previo por parte de la ciudadanía de, por ejemplo, la noción de Fondo Social Europeo para incluirlo en el buscador de la página web, lo que puede dificultar la llegada a esta información. Esto podría facilitarse mediante un acceso directo en la página de inicio del OIC a través de algún elemento reconocible por la misma, como puede ser el emblema de la UE. No obstante, entendemos que, al tratarse de una página web conjunta de la Comunidad de Madrid, el diseño no

depende de la voluntad de este organismo, no obstante, consideramos que sería algo a tener en cuenta de cara a mejorar la accesibilidad de la información.

Para mejorar la calidad de los sistemas de seguimiento que están puestos en marcha y dar cumplimiento a los objetivos de información y comunicación de forma más eficiente y, por tanto, presentando unos datos de mayor calidad, los Organismos Intermedios gestores ha propuesto la creación de una plataforma *on line* en la que los diferentes actores pudieran intercambiar sus dudas a modo de “comunidad de conocimiento” y estas se resolvieran con más agilidad y en tiempo real.

También se propone la realización de charlas específicas en las que tratar los puntos sobre los que existe un mayor desconocimiento por parte de los diferentes actores que participan en el PO (ya sean los Organismos Intermedios gestores o los beneficiarios últimos de las actuaciones) y la simplificación en lo relativo a los criterios de información y comunicación y de la metodología utilizada para la interpretación de los diferentes indicadores y su medición.

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

En este epígrafe se procede a valorar si la normativa en materia de comunicación se ha tenido en cuenta en los procesos de verificación y control y, en concreto si se han incluido estas obligaciones en los procedimientos de control y si se han integrado en los listados de comprobación del control del artículo 125¹².

Para este análisis se ha tenido en cuenta el modelo de la lista de comprobación utilizada en las verificaciones y controles del Programa Operativo. Esta lista ha sido facilitada por el Organismo Intermedio Coordinador.

Las preguntas incluidas en dicha lista que permiten comprobar si se incluye la información y publicidad en las actuaciones de verificación y control del Fondo Social Europeo, en este caso son:

- ¿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 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, si 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...

¹² Artículo 125 del Reglamento (UE) N° 1303/2013.

Una vez revisado el listado, la conclusión que se extrae es satisfactoria, pues se ha comprobado que en los procesos de verificación y control del referido artículo 125 se ha tenido en cuenta la normativa en materia de comunicación quedando constatado con el análisis de dichos listados de comprobación. Además, este listado permite verificar que las acciones ejecutadas en el marco del Programa Operativo han contemplado las obligaciones en materia de información y publicidad establecidas en la Estrategia de Comunicación.

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

En este apartado se evalúa la presencia de los principios de igualdad de oportunidades en las diferentes medidas y actuaciones en materia de información y comunicación dentro de la Estrategia de Comunicación del PO del FSE Comunidad de Madrid 2014-2020.

Para poder llevar a cabo dicha evaluación se han tomado dos niveles de análisis, el primero tiene que ver con la inclusión en la Estrategia de Comunicación del PO FSE de la Comunidad de Madrid del principio de igualdad de oportunidades y no discriminación y un segundo nivel, con el que comprobar la incorporación de estas medidas de igualdad de oportunidades en las distintas acciones realizadas en materia de información y comunicación en el marco de este PO.

Primer nivel: Estrategia de Comunicación del PO FSE 2014-2020 de la Comunidad de Madrid.

Dentro de dicha Estrategia, así como en la Guía práctica para el cumplimiento de las obligaciones de información y comunicación en las actividades cofinanciadas por el FEDER y el FSE en los Programas Operativos de la Comunidad de Madrid para el período de programación 2014-2020, se ha revisado el tratamiento del principio de igualdad en el documento, el uso del lenguaje y se han obtenido unas conclusiones generales sobre el tratamiento del principio de igualdad:

- El lenguaje utilizado para la redacción de la Estrategia de Comunicación de la Comunidad de Madrid FSE 2014-2020 y de la Guía Metodológica responde a las recomendaciones de un uso del lenguaje no sexista e inclusivo, ya que recurren a fórmulas que visibilizan a ambos sexos como por ejemplo *ciudadanía o personas beneficiarias*.
- Por otro lado, cabe mencionar que en dicha Estrategia aparecen dentro del apartado “Alcance y contenido de la estrategia de comunicación” referencias específicas sobre la contribución de medidas que ayuden a cumplir el objetivo de la inclusión social enmarcado dentro del PO. Durante toda la Estrategia se hace referencia a la necesidad de hacer ver logros conseguidos a todos los grupos potencialmente destinatarios, teniendo como objetivo prioritario a las personas que se encuentran en riesgo de exclusión social, adecuando los materiales en formatos que sean accesibles para toda la población.
- La accesibilidad se incluye como una condición que se debe de cumplir garantizando el diseño universal y como tal se integra en la Estrategia de Comunicación

“En respuesta al requisito, establecido en apartado 4.b del Anexo XII del Reglamento (UE) nº 1303/2013, relativo a la descripción de materiales que se pondrán a disposición en formatos accesibles para las personas con discapacidad, la Estrategia de Comunicación del Programa Operativo (FSE) 2014-2020 de la Comunidad de Madrid valorará e implementará en la medida de lo posible, actuaciones específicas que garanticen la accesibilidad en todos los formatos en los que se publiquen y difundan las acciones e intervenciones de dicho programa” (Página 77 de la Estrategia de Comunicación de FSE de la Comunidad de Madrid aprobada en 2016)

Segundo nivel: Actuaciones cofinanciadas.

En el segundo nivel de análisis se valora la inclusión de criterios que apoyen la aplicación de los principios de igualdad y no discriminación dentro de las actuaciones cofinanciadas por el FSE dentro de este PO, con el objetivo de visibilizar, de cara a la opinión pública, la contribución del Fondo a la

igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres. Hay que decir que, en primer lugar, el Principio de Igualdad de oportunidades es un principio horizontal que se observa en el Programa Operativo y es transversal a todas las actuaciones en el marco del mismo.

Cabe destacar que, dentro de los “Criterios de Selección de operaciones establecidos en el Programa Operativo de FSE 2014-2020 de la Comunidad de Madrid” se determina la necesidad de que estos sean transparentes y no discriminatorios y, a su vez, descansan sobre los principios horizontales de promoción de la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres y no discriminación y de desarrollo sostenible.

De forma específica, el Programa Operativo incluye actuaciones que van dirigidas directamente a fomentar la igualdad entre hombres y mujeres y a evitar la discriminación. En cuanto a la utilización de las medidas previstas para la comunicación y difusión de estas actuaciones, destaca que en la página web de la Comunidad de Madrid se publicitan las actuaciones del PO FSE 2014-2020 de la Comunidad de Madrid que van orientadas específicamente a concienciar y sensibilizar a la sociedad sobre la importancia de la igualdad de oportunidades entre los hombres y las mujeres y a luchar contra la discriminación de las mismas, aplicando en todo momento el principio de igualdad en todos los materiales de comunicación que se presentan, explicitando la cofinanciación al 50% por parte del FSE e incluyendo el lema y emblema preceptivos de FSE. Se incluye además el Eje Prioritario del PO en el que se enmarcan y el órgano gestor responsable de su ejecución. Destaca especialmente por su repercusión y novedad la reciente campaña institucional en redes sociales y televisión con el lema “Si no sabes quién, es porque no existen diferencias”, que está recogida en la Estrategia madrileña para la Igualdad de Oportunidades entre mujeres y hombres 2018-2021. El objetivo de esta campaña es concienciar y sensibilizar a la sociedad sobre la importancia de la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres en todos los ámbitos, especialmente el acceso al empleo, favoreciendo la progresión en la carrera profesional, la conciliación de la vida laboral, personal y familiar, así como la corresponsabilidad y la promoción de la igualdad salarial. La campaña está cofinanciada al 50% por el Fondo Social Europeo y se explicita al final del vídeo.

En cuanto a la vertiente de igualdad de oportunidades y no discriminación, para poder llevar a cabo el análisis de la inclusión de este principio, se han tenido en cuenta las actuaciones concretas que se han realizado en materia de información y comunicación, verificando especialmente la adecuación de los formatos o la selección de las propias medidas a las distintas necesidades de las personas, como por ejemplo, la existencia de páginas web con formatos accesibles para personas con cualquier tipo de discapacidad, sobre todo, sensorial.

En el caso de la Dirección General de Discapacidad, se observa que tanto en su página web como en los folletos que se presentan se establece como objetivo una inclusión universal de las personas potencialmente beneficiarias de sus actuaciones u operaciones, pero los materiales que se cuelgan en estos soportes no se encuentran adaptados a las especificidades que presentan las personas con algún tipo de discapacidad visual.

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

A través de los indicadores de impacto definidos 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, se extraen los logros y desafíos que las actividades en materia de información y publicidad han generado. Estos se obtienen del análisis de las respuestas obtenidas tanto en la encuesta a la ciudadanía como en las entrevistas realizadas a los Organismos Intermedios Gestores/beneficiarios siguiendo el cuestionario facilitado en el anexo 4 de la mencionada *Guía Metodológica*. Los indicadores que se analizan son los siguientes:

1. Grado de conocimiento de las obligaciones
2. Tasa de satisfacción
3. Tasa de utilidad de las actuaciones
4. Grado de conocimiento de los distintos Fondos
5. Grado de conocimiento del papel desempeñado por la Unión Europea

Para los tres primeros indicadores se ha tenido en cuenta la información aportada por los diferentes Organismos Intermedios gestores/beneficiarios del FSE. Estos cuestionarios se han enviado vía correo electrónico a los distintos actores involucrados en materia de gestión y comunicación de la Comunidad de Madrid y han sido cumplimentados correctamente en su totalidad. En el caso de la presente evaluación, los organismos gestores que han participado son estos ocho: la Dirección General de la Mujer (DGM), la Dirección General de Servicios Sociales e Innovación Social (DGSSIS), la Unidad de Autónomos, Economía Social y RSE, la Dirección General del Servicio Público de Empleo (DGSPE), la Dirección General de Atención a Personas con Discapacidad (DGDISCAP), la Dirección General de Investigación e Innovación y la Dirección General de Formación Profesional (DGFP).

En el caso de los indicadores 4 y 5 mencionados anteriormente, la información que los alimenta se ha recogido a través de una “Encuesta a la ciudadanía” realizada a través de un CATI¹³ o entrevista telefónica. La muestra de personas viene dada según los criterios establecidos en la guía de evaluación, en base a la población mayor de 18 años residente en cada comunidad a través de un muestreo aleatorio sistemático, siendo en el caso de la Comunidad de Madrid de 853 personas.

A continuación, se muestran los datos de los indicadores de impacto definidos en la Guía y mencionados anteriormente, acompañados de la explicación de su procedimiento de cálculo y su resultado:

- ☐ **Grado de conocimiento de las obligaciones existentes en la programación, gestión, seguimiento, control, evaluación e información y publicidad.** La medida de este indicador resulta del análisis de las respuestas en las citadas entrevistas a los Organismos Intermedios gestores/ beneficiarios a las preguntas establecidas en el cuestionario incluido en la Guía

¹³ Computer Assisted Telephone Interview

Metodológica referidas al conocimiento de las obligaciones existentes en materia de programación, gestión, seguimiento y control. De este análisis, el porcentaje obtenido de gestores que han manifestado conocer las obligaciones existentes en la programación, gestión, seguimiento, control evaluación e información y publicidad se sitúa en un 73,68%.

Este grado de conocimiento es inferior al esperado, si se tiene en cuenta el último dato disponible de la evaluación realizada en 2013 sobre el PO de 2007-2013, en el que era de un 81%. Se encuentra además lejos de la meta propuesta para la finalización de este periodo, que se sitúa en un 91%. No obstante, el Organismo Intermedio Coordinador, en todo documento en el que se establecen las condiciones de ayuda (DECA) y que se entrega de forma conjunta con el “Acuerdo de selección de operaciones” a los Organismos Intermedios cuando se acepta una solicitud de financiación de una actuación con cargo al Programa Operativo, incluye expresamente entre la información de las obligaciones que se asumen como beneficiario del FSE “Cumplir con los requisitos de difusión y publicidad establecidos en el artículo 115 y Anexo XII del Reglamento 1303/2013 y en la Estrategia de Comunicación del Programa Operativo correspondiente.” Todos los Organismos Intermedios reciben este documento.

La gran mayoría de variables observadas a través de las preguntas incluidas en el cuestionario establecido en la Guía no llegan alcanzar el porcentaje necesario para cumplir las metas previstas, ya que tan solo en 4 de las 19 preguntas que se utilizan para evaluar este conocimiento se ha alcanzado un 100%.

Aquellas preguntas que obtienen un menor porcentaje son las que abordan la difusión de información por parte de los distintos gestores a la ciudadanía de las diferentes actuaciones cofinanciadas por FSE dentro del marco de este PO, como son: la emisión de notas de prensa o la publicación de alguna noticia a través de los medios de comunicación en relación con el PO (33,3%), la realización de alguna jornada/evento/seminario/feria, etc. sobre la participación de los diferentes gestores en el PO (44,4%) y, la presentación de alguna actuación para su consideración como buena práctica (33,3%).

■ **Tasa de satisfacción, que indica la valoración de los beneficiarios/Organismos gestores respecto a la información facilitada.** Esta tasa se calcula con los resultados obtenidos cuando se abren las preguntas 3 y 14 del cuestionario y teniendo en cuenta las valoraciones del 1 al 4 que se hacen en cuanto a la adecuada duración y el número de participantes de la sesión o evento, así como a si dicha sesión satisface las expectativas de las participantes aportadas por los gestores. El resultado que se obtiene es de un **72,92%**. Aunque este resultado ha disminuido en comparación con el anterior periodo de programación (2007-2013), es necesario tener en cuenta que estas preguntas solo han estado respondidas por 7 de los gestores, por lo que cada valoración tiene un peso específico sobre el indicador final.

Teniendo en cuenta lo anterior es importante resaltar que el 60,7% de los gestores han indicado una valoración de 3 o más sobre estos dos ítems que dan sustento a esta tasa de satisfacción, lo cual implica una tasa de satisfacción media/alta mayoritaria entre ellos.

■ **Tasa de utilidad de las actuaciones.** Esta tasa también se calcula abriendo las preguntas 3 y 14 del cuestionario, pero en este caso se tienen en cuenta las valoraciones de las personas entrevistadas en cuanto a:

- Si la información presentada ha servido para adecuar y/o actualizar sus conocimientos sobre los Fondos y/o su aplicación.
- Si los contenidos presentados son de utilidad práctica.
- Si la sesión o evento es una herramienta adecuada para informar/formar sobre los Fondos.

El porcentaje resultante de este análisis es de un **80,65%**. Al igual que en el caso anterior, teniendo en cuenta el volumen de gestores y, por tanto, el de respuestas con las que se calcula este porcentaje, los valores son muy sensibles a las valoraciones de las distintas jornadas o sesiones. Es por esto por lo que se cree conveniente destacar que el 84,12% de las respuestas de los gestores han sido valoradas con un valor igual o superior a 3, lo cual, al igual que en el indicador anterior, indica una mayoritaria alta tasa de utilidad de las actuaciones.

- **Grado de conocimiento de los distintos Fondos Estructurales y del Fondo de Cohesión.** De la pregunta número dos de la encuesta dirigida a la ciudadanía se puede extraer la información que alimenta este indicador de impacto, calculado como una media entre los porcentajes de las respuestas obtenidas para el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FSE), el Fondo Social Europeo (FSE) y el Fondo de Cohesión. El resultado obtenido es que, del total de personas entrevistadas, un **50,53% (431 personas)** declaró conocer el FSE.

Como puede observarse en el gráfico a continuación, aunque las proporciones son bastante similares, las mujeres muestran un mayor grado de conocimiento del FSE frente a los hombres, el **54,42%** frente al **46,13%** respectivamente. En cuanto a la edad, el grado de conocimiento del FSE tiene su mayor porcentaje en el grupo de edad de 25 a 29 años con un **60,34%**, seguido del grupo de edad más joven (de 16 a 19 años) con un **53,85%**. Esto muestra que el FSE en la Comunidad de Madrid es conocido mayoritariamente por mujeres mejores de 30 años.

Gráfico 1: Grado de conocimiento del FSE. Cruces de sexo y grupos de edad.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del CATI o encuesta telefónica a la muestra de la ciudadanía de la Comunidad de Madrid.

Para no quedarse solo en un conocimiento abstracto sobre este Fondo, se ha preguntado a estas personas que manifestaron conocer esta tipología de fondos estructurales (el FSE en concreto) sobre su conocimiento de algún proyecto o actuación que se esté llevando a cabo con la financiación de dicho Fondo en la Comunidad de Madrid. Un 91,88% de las personas que habían manifestado conocer el FSE dijeron conocer algún proyecto o actuación concreto cofinanciados por dicho Fondo en la Comunidad Autónoma. Esto supone que un **46,24% de la muestra total**

analizada es conocedora de actuaciones concretas cofinanciadas por el FSE en la Comunidad de Madrid.

Si se profundiza en el tipo de **proyectos o inversiones** que han sido cofinanciados por el FSE en la Comunidad de Madrid, los datos arrojan un conocimiento medio del **43,89%** obtenido como la media de los cinco tipos de proyectos o inversiones financiados por FSE por cuyo grado de conocimiento se ha preguntado.

Gráfico 2: Grado de conocimiento del papel desempeñado por FSE por proyectos o inversiones.

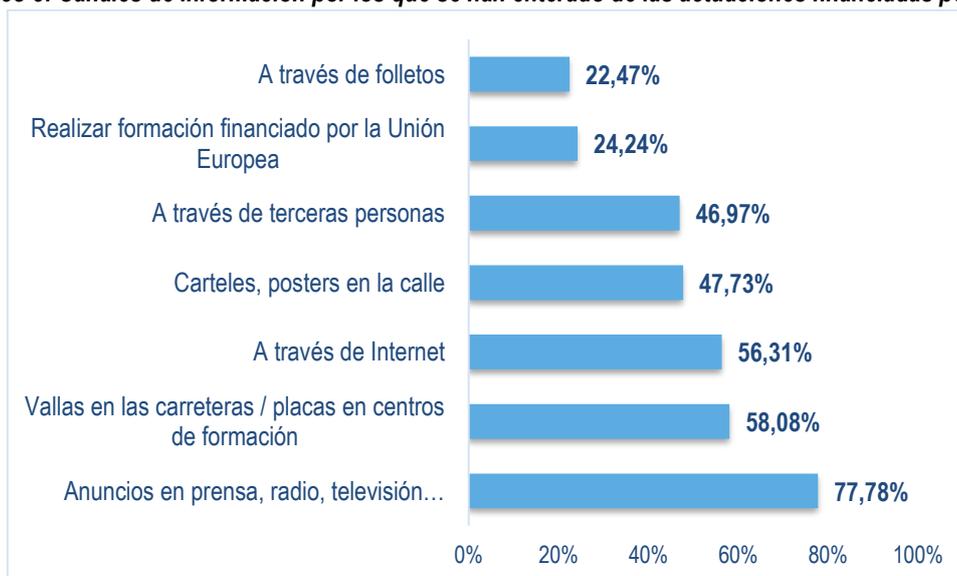


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del CATI o encuesta telefónica a la muestra de la ciudadanía de la Comunidad de Madrid.

Si se hace una diferenciación entre los tipos de proyectos y/o inversiones, se observa que la ciudadanía tiene un mayor grado de conocimiento sobre los proyectos de “Formación y empleo” con un 64,32% y menos sobre los relativos al “Investigación, Desarrollo e Innovación y Sociedad de la información” con un 34,05%. El grado de conocimiento de estos proyectos por sexo se encuentra bastante diferenciado, ya que en la mayoría de los casos son las mujeres las que tienen un mayor conocimiento sobre los proyectos o actuaciones realizadas.

A la hora de analizar cuáles son los **canales de información** por los que las personas residentes en la Comunidad de Madrid han sido conocedores de las distintas acciones cofinanciadas por FSE destaca el caso de los “Anuncios en distintas plataformas como prensa, radio, televisión, etc.” con un 77,78% de las personas encuestadas que han dicho conocer alguna actuación específica, frente al canal con un menor índice de respuesta positiva que es “A través de folletos”, con un 22,47%.

Gráfico 3: Canales de información por los que se han enterado de las actuaciones financiadas por FSE.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del CATI o encuesta telefónica a la muestra de la ciudadanía de la Comunidad de Madrid.

- Grado de conocimiento del papel desempeñado por la Unión Europea.** Este indicador se extrae de los resultados obtenidos en la pregunta número uno de la encuesta a la ciudadanía. El **74,9%** de la población regional tiene conocimiento de que la región percibe fondos comunitarios para contribuir a su progreso económico y social, lo que implica que prácticamente se ha alcanzado el valor meta establecido para el final del período de programación. Para dar respuesta a este indicador no se ha recogido únicamente la información de las personas que conocían el FSE ya que, en el cuestionario, esta pregunta es anterior a la distinción sobre el conocimiento de los fondos estructurales.

La información obtenida de los indicadores de impacto se resume en la siguiente tabla:

Tabla 6: Indicadores de Impacto de la Estrategia de Comunicación

INDICADOR DE IMPACTO	2013	2019	Meta a 2021
1. Grado de conocimiento de las obligaciones	81,0%	73,7%	91,0%
2. Tasa de satisfacción	85,0%	72,9%	90,0%
3. Tasa de utilidad de las actuaciones	85,0%	80,7%	90,0%
4. Grado de conocimiento de los distintos Fondos	65,0%	50,5%	75,0%
5. Grado de conocimiento del papel desempeñado por la Unión Europea	61,0%	74,9%	71,0%

Fuente: *Elaboración propia.*

Como se puede observar en la tabla anterior, si se comparan los resultados de los diferentes indicadores con los porcentajes obtenidos en estos mismos indicadores de impacto en la evaluación de la Estrategia de Comunicación del anterior periodo de programación (2007-2013) solo hay un indicador cuyo resultado es superior al conseguido en 2013 que es, y además, el único indicador que ha conseguido alcanzar la meta prevista para 2021; este indicador es “*Grado de conocimiento del papel desempeñado por la Unión Europea*”. Esto parece indicar que el grado de conocimiento por parte de la ciudadanía madrileña de que la Unión Europea está actuando en la Comunidad Autónoma, apoyando actuaciones que redundan en el progreso económico y social de la misma, ha aumentado en los últimos seis años, lo que es un dato netamente positivo. No obstante, si nos fijamos en el conocimiento específico del Fondo Social Europeo, este dato disminuye sensiblemente, encontrándose alejado de la meta establecida para 2021. Esto puede estar relacionado con la proporcionalidad del volumen de actuaciones llevadas a cabo con cofinanciación del FSE en la Comunidad de Madrid, que representa sólo una pequeña parte del volumen total de actuaciones que implican objetivos de tipo social en la Comunidad Autónoma. Como conclusión, puede apreciarse que la ciudadanía reconoce en mayor medida la Unión Europea que los Fondos Estructurales en concreto y que este nivel de conocimiento es alto y ha aumentado con respecto al final del período anterior.

En el caso de los indicadores de impacto alimentados por la información cualitativa aportada por los agentes intervinientes en materia de comunicación extraída a través de las herramientas utilizadas en la evaluación, el valor alcanzado es bastante bajo, si se tiene en cuenta que, en todos ellos, ha disminuido más de cuatro puntos porcentuales en comparación con el periodo anterior. Adicionalmente, todos ellos se encuentran a gran distancia de alcanzar las metas establecidas para todos estos indicadores en 2021. No obstante, es preciso situar todo lo anterior en el contexto de que las tasas de satisfacción y utilidad alcanzadas son porcentajes netamente altos (72,9% y 80,7% respectivamente). Llama la atención, sin embargo, que el grado de conocimiento de las obligaciones haya disminuido con respecto al período anterior, cuando se ha elaborado una Estrategia de Comunicación específica para el PO FSE, así como una Guía Práctica para el cumplimiento de las obligaciones en la materia, que se ha distribuido a todos los órganos gestores. Estos datos implican la necesidad de mejorar la coordinación entre todos los actores con responsabilidades en materia de comunicación de las actuaciones del PO FSE 2014-2020 de la Comunidad de Madrid y como propuesta, habilitar canales para la resolución de dudas sobre la interpretación de los requisitos en la materia de información y comunicación por parte de los Organismos Intermedios gestores, puesto que estas dificultades son las que pueden estar repercutiendo en la caída del indicador de conocimiento de estas obligaciones.

8. VALORACIÓN DE LAS BUENAS PRÁCTICAS PRESENTADAS.

En este apartado se propone una valoración de aquellas buenas prácticas presentadas en el marco del el PO FSE 2014-2020 durante el periodo que abarca la presente evaluación (de 1 de enero de 2014 a 30 de junio de 2019) evaluando los puntos fuertes y sugiriendo vías de mejora, en el caso de que se considere oportuno.

El objetivo de este análisis es valorar el grado de cumplimiento por parte de las Buenas Prácticas presentadas de los criterios que hacen que una actuación se considere como tal. Para que una acción pueda considerarse como buena práctica en materia de comunicación y publicidad tiene que cumplir los siete criterios aprobados en el seno del GERIP y establecidos en la “Guía de Seguimiento y Evaluación de las Estrategias de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER y del Fondo Social Europeo 2014-2020”, así como en la propia Estrategia de Comunicación del Programa Operativo y en la Guía para el cumplimiento de las obligaciones de información y comunicación en las actividades cofinanciadas por el FSE y el FEDER en los Programas Operativos de la Comunidad de Madrid, periodo de programación 2014-2020, que son:

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

Para poder conocer cuáles han sido las Buenas Prácticas se ha utilizado como fuente de información las “Fichas iniciales de información de los proyectos de Buenas Prácticas de FSE” remitidas al equipo evaluador por el Organismo Intermedio.

La tabla a continuación incluye los tres organismos que han presentado las actuaciones susceptibles de ser consideradas como buenas prácticas junto con el título del proyecto/programa al que hace referencia cada una de ellas:

Tabla 7: Buenas prácticas presentadas a 30 de junio de 2019 (PO FSE 2014-2020 de la Comunidad de Madrid)

Dirección General de Servicios Sociales e Integración Social	Programa de información y atención a homosexuales y transexuales de la Comunidad de Madrid.	1
Dirección general de Atención a personas con discapacidad	Centros de Rehabilitación Laboral (CRL) para personas con enfermedad mental grave y duradera.	2
	Servicio de provisión de apoyos para la inserción sociolaboral de personas con discapacidad intelectual (SERPAIS).	3
DG del Servicio Público de Empleo	Proyecto "AZSOLAR" de fomento del empleo en el sector industrial y medioambiental de personas vulnerables.	4
	Empresa de inserción "Ellas lo bordan", de empleo en el sector textil de mujeres vulnerables.	5
	Empresa de inserción "Hispaled", dedicada a la fabricación e instalación de iluminación leds, de fomento del empleo en el sector industrial y tecnológico de personas vulnerables.	6

Las fichas de primera identificación de los proyectos facilitadas al equipo evaluador incluyen los siguientes campos de información a cumplimentar sobre los mismos:

- Nombre del OP (Programa Operativo) e IP (Prioridad de Inversión) relevantes para el proyecto / operación
- Título del proyecto / operación, breve descripción del proyecto / operación y grupos objetivo
- Región/Área/país
- Organismos beneficiarios
- Año
- Prioridad de Inversión
- Asignación de Fondos
- Participantes
- Metas y Objetivos
- Grupos destinatarios
- Innovación
- Transferibilidad y sostenibilidad de la buena práctica
- Disponibilidad de datos

- Justificación para proponer el programa/proyecto
- Otras observaciones/comentarios

En los seis proyectos se aporta información destinada a cumplimentar los apartados anteriores y en el caso del proyecto 1 “Programa de información y atención a homosexuales y transexuales de la Comunidad de Madrid” se detallan adicionalmente los siete criterios anteriormente mencionados para que pueda ser considerada como una Buena Práctica, aprobados por el GERIP.

En los casos de los proyectos presentados por la Dirección General de Atención a personas con discapacidad y por el Servicio Público de Empleo, se valora el esfuerzo realizado para esa primera identificación y aportación preliminar de información sobre los proyectos que pueden ser constitutivos de Buenas prácticas. No obstante, no se ha justificado el cumplimiento de los siete criterios para ello, lo que, al tratarse de una primera recogida de información. Sí es importante destacar que se ha realizado esta identificación de proyectos susceptibles de ser constitutivos de estas Buenas Prácticas y que se ha recabado información necesaria identificativa que hace referencia a criterios muy relevantes como son las metas y objetivos, los destinatarios, los elementos innovadores, así como los criterios que hacen que la actuación sobresalga sobre las demás como una buena práctica. Asimismo, a juicio del equipo evaluador, es importante reseñar que todas las actuaciones presentadas son actuaciones que han sido destacadas y valoradas como tales buenas prácticas en cuanto a su gestión y resultados por parte de los propios Organismos Intermedios gestores.

En el caso del proyecto presentado por la Dirección General de Servicios Sociales e Integración Social “Programa de información y atención a homosexuales y transexuales de la Comunidad de Madrid”, destacar que se han incluido, además de la información anterior, los siete criterios que constituyen una Buena Práctica, pero su cumplimiento podría ser sustanciado con mayor grado de detalle. Se presentan todos los criterios establecidos en la Guía Metodológica pero la descripción del cumplimiento de cada uno es muy general y no va acompañada de ningún apoyo de elementos gráficos. Por ejemplo, en el caso del primer criterio, que hace referencia a si la actuación ha sido convenientemente difundida entre los beneficiarios, beneficiarios potenciales y el público en general, no se menciona cómo se ha explicitado la difusión entre el público de la cofinanciación por parte del Programa Operativo a través de las herramientas de información y comunicación previstas para ello en la Estrategia de Comunicación, ni se incorporan elementos gráficos que permitan comprobar este aspecto.

Como conclusión a este apartado, se destaca el esfuerzo de identificación y puesta en valor de determinadas actuaciones dentro del Programa Operativo de FSE 2014-2020 de la Comunidad de Madrid a través de las fichas presentadas y a las que ha tenido acceso el equipo evaluador. No obstante, se recomendaría elaborar los Informes de Buenas prácticas de los seis proyectos identificados incluyendo una justificación suficiente del cumplimiento de los siete criterios establecidos para ser considerados como tales, para homogeneizar así su consideración como Buenas Prácticas con el resto de las presentadas a nivel nacional en el resto de Programas Operativos de FSE. En el caso particular del “Programa de información y atención a homosexuales y transexuales de la Comunidad de Madrid”, se recomienda ampliar la información contenida en la Ficha actual que permita sustanciar inequívocamente el cumplimiento de dichos criterios e incluir elementos gráficos de soporte.

Asimismo, sería recomendable aportar una mayor visibilidad a estos proyectos destacados como Buenas Prácticas a través de su difusión en las páginas web de los Organismos Intermedios gestores que los han implementado, para dar a conocer a la ciudadanía los resultados de estas actuaciones, que destacan precisamente por ellos entre todas las demás.

9. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES: PROPUESTAS DE MEDIDAS A ADOPTAR

Conclusiones de la Evaluación

- La **validez y consistencia** de la Estrategia de Comunicación quedan acreditadas puesto que existe una lógica de programación que se extiende desde los objetivos generales a los objetivos específicos, pasando por los distintos niveles de aplicación de la misma (nivel de programa y de proyecto).
- La **proporcionalidad** en cuanto al presupuesto previsto en la Estrategia sobre las medidas de Información y comunicación no se explica tanto desde el punto de vista financiero, debido a que el coste reflejado de las actuaciones de información y comunicación proviene de una estimación, en los casos en los que se aporta este dato y normalmente va implícito en el coste de la actuación y por tanto no se explicita. No obstante, desde el punto de vista cualitativo y a la vista del grado de ejecución de las actuaciones a través de las que se concretan las medidas de información y comunicación previstas en la Estrategia, puede comprobarse dicha proporcionalidad.
- En cuanto a los **Indicadores de comunicación**, puede concluirse lo siguiente:
 - El grado de ejecución de los **indicadores de realización** es, en los casos de los indicadores 1 “Nº de actividades y actos públicos” y número 5 “Nº de soportes publicitarios”, algo inferior al que sería acorde con el momento del período de programación en que nos encontramos. Los indicadores número 2 “Nº de acciones de difusión”, número 3 “Nº de publicaciones externas realizadas” y 4 “Nº de páginas web”, se encuentran en valores que exceden ampliamente el valor meta establecido en la Estrategia de Comunicación, pudiéndose hablar de un exceso de ejecución. El indicador número 4 “Número de documentación interna distribuida” es el que se encuentra en valores más alejados, debido a que se alimenta de información que habitualmente tiende a no registrarse.
 - En cuanto a los **indicadores de resultado**, presentan un grado de avance hacia la meta irregular. En tres de los siete indicadores de resultado que se analizan, se han superado los valores previstos para el final del período: Nº de puntos de distribución, Nº de asistentes y Nº de visitas a páginas web. En el primer caso, el valor extremo de ejecución que presenta el indicador se debe a una metodología de cálculo que no se corresponde con la establecida. Los indicadores que miden el “% de organismos cubiertos” y el “% de publicaciones distribuidas/editadas” se encuentran muy cerca de alcanzar su meta con un 96,9% y el 90,12% de ejecución respectivamente. Los valores alcanzados por los indicadores 7.1 y 7.2, Nº de asistentes y Nº de reuniones, referentes ambos a las Redes de Comunicación, se encuentran en valores más alejados de la meta prevista.
 - El porcentaje del gasto realizado en materia de información y comunicación en las distintas actuaciones que se encuentran dentro de la Estrategia de Comunicación es alto, excediendo del 85% del total previsto.
- Los **Informes Anuales de Ejecución** presentados desde la aprobación del Programa presentan la información obligatoria desde el punto de vista reglamentario en materia de información y comunicación sobre las actividades llevadas a cabo en este ámbito en cada anualidad dentro del marco de este PO FSE 2014-2020 de la Comunidad de Madrid.

- El **cumplimiento de los objetivos de información y comunicación** en el marco del PO FSE 2014-2020 es alto si nos atenemos al grado de puesta en práctica de las medidas previstas en la Estrategia de Comunicación, si bien presenta elementos de mejora en lo que se refiere al seguimiento de la metodología del cálculo de los indicadores de comunicación o la presentación de informes relativos a las Buenas Prácticas incluyendo la justificación de los criterios acordados en el GERIP que las constituyen como tales.
- Se ha comprobado que en los **procesos de verificación y control del referido artículo 125** se ha tenido en cuenta la normativa en materia de comunicación quedando constatado con el análisis de dichos listados de comprobación. Además, estos listados permiten verificar que las acciones ejecutadas en el marco del Programa Operativo han contemplado las obligaciones en materia de información y publicidad establecidas en la Estrategia de Comunicación.
- El **Principio de Igualdad de Oportunidades** se ha tenido en cuenta a la hora de planificar la Estrategia y en las acciones de información y publicidad ejecutadas durante el periodo de análisis que comprende desde el 1 de enero de 2014 a 30 de junio de 2019. Asimismo, se ha tenido en cuenta de forma generalizada en las actuaciones de información y comunicación ejecutadas, a través de las que se han concretado las medidas.
- En cuanto a los **indicadores de impacto**, la tasa de utilidad respecto a las actuaciones de información y comunicación y de satisfacción con la información facilitada es alta, aunque ha disminuido con respecto al final del período anterior, si bien la tasa de conocimiento de las obligaciones por parte de los Organismos Intermedios gestores, así como el grado de conocimiento por parte de la ciudadanía del FSE, presentan resultados más discretos.
- El grado **de conocimiento por parte de la ciudadanía madrileña** sobre el hecho de que su Comunidad recibe dinero de la UE para contribuir al progreso económico y social es muy elevado, habiendo superado ya el valor objetivo para el final del período de programación.
- Las **Buenas Prácticas** presentadas, si bien no se presentan en formato de Informes en los que se justifiquen los criterios establecidos en la Guía metodológica, a excepción de uno de los casos, sí que constituyen actuaciones destacadas por los propios Organismos Intermedios gestores y aportan información también relevante de cara a justificar su condición de proyectos señalados sobre los demás como puede ser: objetivos a los que se encamina, elementos innovadores, población destinataria o potencial de transferibilidad de las buenas prácticas.

Recomendaciones de la Evaluación: propuestas de medidas a adoptar

1. En cuanto a los **Indicadores de Comunicación**, se recomienda lo siguiente:
 - Se recomienda revisar al alza los valores previstos en la Estrategia de Comunicación para aquellos indicadores que presentan valores de ejecución que sobrepasan con creces los valores previstos en ella, dado que se está produciendo un exceso de ejecución. Este es el caso de los indicadores de realización número 2 “Nº de acciones de difusión”, número 3 “Nº de publicaciones externas realizadas” y 4 “Nº de páginas web” y de resultados relativos a Nº de puntos de distribución, Nº de asistentes y Nº de visitas a páginas web.
 - Se recomienda revisar la metodología de cálculo del indicador número 3 relativo a Puntos de Distribución, para lo que sería interesante que pudiera conocerse cuáles son los canales específicos sobre los que se distribuye, reflejándolo en el Excel de recogida de indicadores, al objeto de poder recoger este indicador de la forma más correcta posible, evitando las dudas metodológicas al respecto y facilitando su evaluación posterior.
 - Se recomienda adicionalmente reformular al alza las previsiones contenidas en la Estrategia de comunicación de los siguientes indicadores que están a punto de alcanzar su valor objetivo al objeto de reflejar una previsión más realista con respecto a la realizada y evitar el exceso de ejecución: “% de organismos cubiertos” y “% de publicaciones distribuidas/editadas”, que presentan un 96,9% y el 90,12% de ejecución respectivamente.
 - Se recomienda incrementar el ritmo de ejecución de las medidas de Información y comunicación relativas a los indicadores de realización 1 “Nº de actividades y actos públicos” y número 5 “N.º de soportes publicitarios”, con el objetivo de alcanzar su valor meta en el final del período de programación.
 - En el caso del Indicador número 6, relativo al “Nº de documentación interna distribuida” se recomienda registrar la información que alimenta este indicador, para incrementar su grado de ejecución.
 - Se recomienda asimismo revisar el valor meta de los indicadores de resultado 7.1 y 7.2 para adecuarlos de forma realista a la evolución que van a seguir hasta el final del período de programación, que es previsible que sea similar a la experimentada hasta este momento, dado el número de Redes de Comunicación existentes y el método de cálculo de los valores de estos indicadores.
2. Se recomienda elaborar los informes de buenas prácticas o por lo menos ampliar las Fichas actuales de recogida de información de las Buenas Prácticas con la justificación de los criterios aprobados en el GERIP, a efectos de homogeneizar las presentadas para su inclusión en la página web de la Autoridad de Gestión e incrementar así su difusión, así como publicarlas en las páginas web de los Organismos Intermedios gestores de que se trate con este mismo fin.
3. Se recomienda homogeneizar los criterios de recogida de indicadores con los Organismos Intermedios gestores puesto que, en algunos casos, las disparidades en estos han llevado a un grado de ejecución que no estamos seguros de que sea un fiel

reflejo de la realidad, siendo el caso más significativo el del Indicador de resultados que mide el número de Puntos de Distribución.

4. En este sentido y para garantizar esta homogeneidad de criterios, resolver dudas en cuanto a interpretación y cómputo de indicadores, así como sobre su reflejo en los Excel de recogida de indicadores habilitados al efecto y con el objetivo de mejorar los resultados de los indicadores de impacto relativos a las tasas de satisfacción y de utilidad, se recomienda incrementar el número de reuniones de la red regional RIFEM así como la posible creación de un Foro a modo de comunidad virtual orientado a este mismo fin didáctico.
5. En cuanto a la página web del Organismo Intermedio Coordinador, el acceso a la información relativa al FSE no es directo y puede resultar difícil de encontrar para la ciudadanía, si bien se accede directamente a través de un enlace en el portal único de la Autoridad de Gestión, precisa acceder previamente a este entorno web. Aun siendo conscientes de que la web del OIC se integra en un entorno web conjunto de la Comunidad de Madrid y su modificación no depende de este organismo, se recomendaría, en la medida de lo posible, modificar la forma de acceso para que fuera más sencillo para la ciudadanía, por ejemplo, a través de la introducción de un acceso directo en el menú principal de la web del OIC a través del emblema de la UE, que es ampliamente reconocido por ésta.
6. Sería recomendable mejorar la accesibilidad de las medidas de información y comunicación que se lleven a cabo, puesto que este objetivo se recoge de forma expresa pero teórica tanto en la Estrategia de Comunicación como en la Guía Práctica y sin embargo no se está poniendo en práctica en las medidas de información y comunicación de las actuaciones cofinanciadas.