



2023

Evaluación Final de la Estrategia de Comunicación del Programa Operativo de Empleo, Formación y Educación 2014-2020

Expediente 30000022/2023

El FSE invierte en tu futuro



Índice de contenidos

0.	Resumen ejecutivo	7
0.1	Introducción	7
0.2	Ejecución	7
0.3	Impacto	8
0.4	Valoración global.....	8
0.5	Conclusiones.....	9
0.6	Recomendaciones	12
0.	Executive summary	15
0.1	Introduction.....	15
0.2	Implementation.....	15
0.3	Impact.....	16
0.4	Overall assessment.....	16
0.5	Conclusions.....	17
0.6	Recommendations	20
1.	Metodología de evaluación.....	22
1.1	Diseño técnico de la evaluación	23
1.2	Método y técnicas utilizadas.....	27
1.3	Valoración de lo anterior.....	32
2.	Análisis del seguimiento y aplicación de las recomendaciones realizadas en la evaluación Intermedia de 2019.....	33
3.	Análisis de la programación de la Estrategia de Comunicación.....	40
3.1	Pertinencia de la Estrategia de Comunicación.....	40
3.2	Validez y consistencia interna de la Estrategia de Comunicación.....	42
3.3	Asignación y adecuación de los recursos destinados.....	45
3.4	Consideración del Principio de Igualdad de Oportunidades.....	47
4.	Análisis de la aplicación de las medidas de información y publicidad	49
4.1	Avance de la ejecución de las medidas	49

4.2 Integración de las actividades de información y publicidad en los Informes Anuales de Ejecución	70
4.3 Repercusión de los sistemas de seguimiento en la calidad de la ejecución de las medidas	72
5. Verificación de la inclusión de la información y publicidad en las actuaciones de verificación y control del Fondo Social Europeo	79
6. Incorporación del Principio de Igualdad de Oportunidades en las medidas de información y publicidad	82
7. Análisis del impacto: logros y desafíos de las actividades en materia de información y publicidad	85
8. Conclusiones y recomendaciones: propuesta de medidas a adoptar	91
ANEXO I: Encuesta a la ciudadanía	97
ANEXO II: Cuestionarios	117
ANEXO II-1 Listado de preguntas y/o comprobaciones destinado a las Autoridades de Gestión y/o Organismos Intermedios responsables de las Estrategias de Comunicación	117
ANEXO II-2 Listado de preguntas y/o comprobaciones destinado a Órganos Gestores y/o Beneficiarios	120
ANEXO II-3 Listado de preguntas y/o comprobaciones destinado al público en general	124

Índice de ilustraciones

Ilustración 1 Preguntas de evaluación	23
Ilustración 2 Roles y responsabilidades	26
Ilustración 3 Criterios para el análisis de la programación de la Estrategia de Comunicación ...	40
Ilustración 4 Árbol de objetivos	43
Ilustración 5 Grupos destinatarios de la Estrategia de Comunicación	44
Ilustración 6 Fases del análisis de la aplicación de las medidas de información y publicidad	49
Ilustración 7 Ejemplos de actuaciones de comunicación. Medida 2.8	56
Ilustración 8 Imagen de la Revista Aeronáutica y Astronáutica	57
Ilustración 9 Banners en Redes Sociales	58
Ilustración 10 Ejemplos de actuaciones de comunicación	59
Ilustración 11 Reportaje sobre emprendimiento femenino	59

Ilustración 12 Reportaje sobre emprendimiento femenino en prensa	60
Ilustración 13 Noticia en prensa sobre el apoyo empresarial a las mujeres.....	61
Ilustración 14 Noticia en prensa sobre la FP Dual.....	61
Ilustración 15 Actos públicos. Campeonatos Nacionales de <i>SpainSkills</i>	62
Ilustración 16 Acto público. FP Dual.....	62
Ilustración 17 Foro. El Emprendimiento femenino	63
Ilustración 18 Jornada. Romper la brecha de género en emprendimiento	63
Ilustración 19 Feria virtual de Empleo y Emprendimiento.....	64
Ilustración 20 Ejemplos. Páginas webs, redes sociales	65
Ilustración 21 Ejemplos. Medida 2.16.....	66
Ilustración 22 Estructura del análisis de los sistemas de seguimiento en la calidad de la ejecución de las medidas.....	72
Ilustración 23 Decálogo para aplicar el enfoque de género a la información y comunicación de los Fondos Estructurales y de Inversión Europeos.....	82
Ilustración 24 Lista de comprobación para verificar la incorporación de género en la comunicación de los Fondos Estructurales y de Inversión Europeos	84
Ilustración 26 Impacto de la Estrategia de Comunicación del Programa Operativo de Empleo, Formación y Educación FSE 2014-2020.....	94

Índice de tablas

Tabla 1 Indicadores de impacto	8
Tabla 2 Indicadores de realización y resultado de las Estrategias de Comunicación de los Programas Operativos Plurirregionales FSE 2014-2020.....	27
Tabla 3 Recomendaciones emitidas en el informe de evaluación intermedia y su aplicación...	33
Tabla 4 Lista de verificación. Información y Comunicación	79
Tabla 5 Indicadores de impacto de la Estrategia de Comunicación del Programa Operativo de Empleo, Formación, Educación FSE 2014-2020	85
Tabla 6 Unidades en la muestra teórica y estimaciones del error de muestreo	97
Tabla 7 Ficha técnica. Encuesta a la ciudadanía.....	98
Tabla 8 Cuestionario destinado a Autoridades de Gestión y Organismos Intermedios	117
Tabla 9 Cuestionario destinado a Órganos Gestores y/o Beneficiarios	120

Tabla 10 Cuestionario para la ciudadanía	124
--	-----

Table index

Table 1 Impact indicators values.....	16
---------------------------------------	----

Índice de gráficos

Gráfico 1 Grado de conocimiento de la ciudadanía de los Fondos Europeos.....	9
Gráfico 2 Grado de conocimiento de la ciudadanía de los Fondos Europeos por regiones	9
Gráfico 3 Distribución del presupuesto indicativo por tipo de actividad	46
Gráfico 4 Grado de conocimiento de las obligaciones (I1)	86
Gráfico 5 Tasa de satisfacción (I2).....	87
Gráfico 6 Tasa de utilidad (I3)	87
Gráfico 7 Grado de conocimiento de los Fondos Europeos (I4)	88
Gráfico 8 Grado de conocimiento del FSE (I4)	89
Gráfico 9 Grado de conocimiento del papel desempeñado por la Unión Europea (I5).....	89
Gráfico 10 Datos obtenidos. Pregunta 1	99
Gráfico 11 Grado de conocimiento por región. Pregunta 1.....	99
Gráfico 12 Datos obtenidos. Pregunta 2	100
Gráfico 13 Grado de conocimiento por región. Pregunta 2.....	100
Gráfico 14: Datos obtenidos. Pregunta 3-1.....	101
Gráfico 15 Grado de conocimiento por región. Pregunta 3-1	101
Gráfico 16 Datos obtenidos. Pregunta 3-2.....	102
Gráfico 17 Grado de conocimiento por región. Pregunta 3-2	102
Gráfico 18 Datos obtenidos. Pregunta 3-3.....	103
Gráfico 19 Grado de conocimiento por región. Pregunta 3-3	103
Gráfico 20 Datos obtenidos. Pregunta 3-4.....	104
Gráfico 21 Grado de conocimiento por región. Pregunta 3-4	104
Gráfico 22 Datos obtenidos. Pregunta 3-5.....	105
Gráfico 23 Grado de conocimiento por región. Pregunta 3-5	105
Gráfico 24 Resumen datos obtenidos. Pregunta 3	106

Gráfico 25 Datos obtenidos. Pregunta 4-1.....	107
Gráfico 26 Grado de conocimiento por regiones.....	107
Gráfico 27 Datos obtenidos- Pregunta 4-2.....	108
Gráfico 28 Grado de conocimiento por regiones. Pregunta 4-2.....	108
Gráfico 29 Datos obtenidos. Pregunta 4-3.....	109
Gráfico 30 Grado de conocimiento por región. Pregunta 4-3.....	109
Gráfico 31 Datos obtenidos. Pregunta 4-4.....	110
Gráfico 32 Grado de conocimiento por regiones. Pregunta 4-4.....	110
Gráfico 33 Datos obtenidos. Pregunta 4-5.....	111
Gráfico 34 Grado de conocimiento por región. Pregunta 4-5.....	111
Gráfico 35 Datos obtenidos. Pregunta 4-6.....	112
Gráfico 36 Grado de conocimiento por región. Pregunta 4-6.....	112
Gráfico 37 Datos obtenidos. Pregunta 4-7.....	113
Gráfico 38 Grado de conocimiento por regiones. Pregunta 4-7.....	113
Gráfico 39 Resumen datos obtenidos. Pregunta 4.....	114
Gráfico 40 Datos obtenidos. Pregunta 5.....	115
Gráfico 41 Datos obtenidos. Pregunta 6.....	116
Gráfico 42 Grado de conocimiento por región. Pregunta 6.....	116

Graphs index

Graph 1 Public awareness of the European Funds.....	17
Graph 2 Citizen awareness of the European Funds by region.....	17

0. Resumen ejecutivo

0.1 Introducción

La metodología de evaluación de la Estrategia de Comunicación del Programa Operativo de Empleo, Formación y Educación FSE 2014-2020 ha sido configurado de acuerdo con la normativa vigente y con las orientaciones emitidas en base a:

- Los criterios establecidos en la Estrategia de Comunicación, es decir, visibilidad, coordinación y concienciación pública sobre el papel que Europa tiene en la mejora de la calidad de vida de la ciudadanía mediante la aplicación de la Política de Cohesión.
- El alcance de la Estrategia de Comunicación a los grupos objetivo de las actuaciones de comunicación definidas: beneficiarios potenciales, beneficiarios públicos y privados, ciudadanía, medios de comunicación, Administración y Autoridades, Europa.
- El principio de proporcionalidad (artículo 116 del Reglamento (UE) nº 1303/2013).

Por tanto, la evaluación tiene como **objetivo** analizar el grado de ejecución y resultados e impactos logrados por la Estrategia de Comunicación del Programa Operativo de Empleo, Formación y Educación FSE 2014-2020. Se trata de una evaluación pluralista, de implementación e impacto.

El **alcance temporal** que debe abarcar este Informe de evaluación conforme a los establecido en la “Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de las Estrategias de Comunicación de los Programas del FEDER y del Fondo Social Europeo 2014-2020” ha de ser desde el 1 de julio de 2019 al 31 de marzo de 2023. Sin embargo, el equipo evaluador ha considerado más oportuno efectuar la evaluación de todo el período de programación al tratarse de una evaluación final y no intermedia.

0.2 Ejecución

La Estrategia de Comunicación del Programa Operativo de Empleo, Formación y Educación FSE 2014-2020 consta de 32 medidas. Todas las actuaciones se han realizado de forma adecuada, estando la mayoría de ellas finalizadas. No se ha podido efectuar un análisis de las realizaciones y los resultados de forma cuantitativa al no disponer de la cuantificación de los correspondientes indicadores de realización y resultado.

Se ha llevado a cabo un análisis cualitativo de la ejecución, donde se pone de manifiesto el importante trabajo efectuado para difundir la Política Social Europea y lo que ésta supone para el Empleo, la Formación y la Educación, utilizando canales de comunicación y las medidas más idóneas, con la finalidad de garantizar la eficacia y el impacto de la Estrategia de Comunicación y que la información llegue por igual a mujeres y hombres, al informar sobre las ventajas que ofrece la Política de Cohesión a través del Programa Operativo de Empleo, Formación y Educación FSE 2014-2020.

Además de potenciar las redes de información y comunicación, visibilizar a los colectivos desfavorecidos, fomentar la demanda de las medidas del Programa Operativo, proporcionar la adecuada cobertura a los agentes implicados y fomentar la transparencia en la ejecución de la intervención.

0.3 Impacto

Para medir el impacto, se han definido cinco indicadores, los tres primeros (I1, I2 e I3) se pueden calificar de “impacto interno” al referirse a los implicados directamente en la gestión del Programa Operativo y los dos últimos (I4 e I5) de “impacto externo” relativos al grado de conocimiento de los Fondos Europeos por parte de la ciudadanía.

A continuación, se recogen a modo de resumen los valores base, que hacen referencia al valor alcanzado en la Evaluación Final del Plan de Comunicación del período 2007-2013, los valores obtenidos en la Evaluación Intermedia efectuada en 2019, los valores logrados en este informe de Evaluación Final y los valores meta establecidos en la Estrategia de Comunicación.

Tabla 1 Indicadores de impacto

Indicador de impacto	Base	Meta	2019	2023
1. Grado de conocimiento de las obligaciones	93%	95%	92,6%	92,3%
2. Tasa de satisfacción	62%	73%	84,2%	65,1%
3. Tasa de utilidad de las actuaciones	63%	71%	84,7%	67,9%
4. Grado de conocimiento de los distintos Fondos	General	s.d	s.d	73,7%
	FSE	55%	60%	55,3%
5. Grado de conocimiento del papel desempeñado por la Unión Europea	62%	70%	70,8%	79,4%

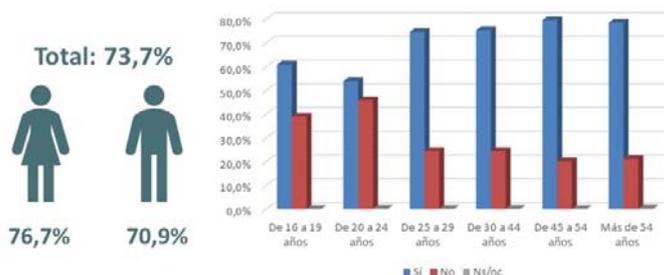
Fuente: Elaboración propia. (s.d): Sin dato.

0.4 Valoración global

En función de los resultados alcanzados en la encuesta efectuada a la ciudadanía se puede apreciar la efectividad de las medidas diseñadas en la Estrategia de Comunicación del Programa Operativo de Empleo, Formación y Educación FSE 2014-2020, donde los actores involucrados en la ejecución están contribuyendo, en mayor o menor medida, a difundir con transparencia,

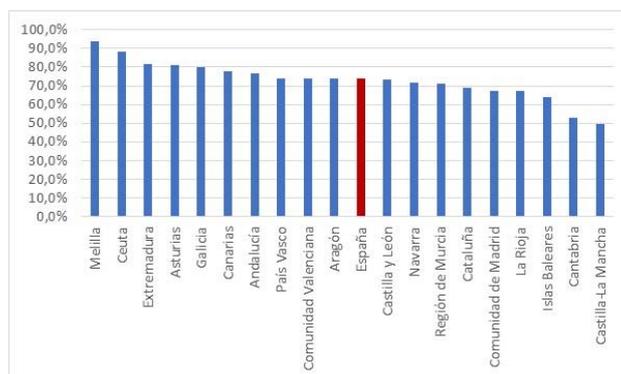
homogeneización y de forma coordinada las actuaciones que se están ejecutando en el marco del Programa Operativo. Además, se están empleando las herramientas adecuadas para poder concienciar a la ciudadanía de la contribución que realiza la Unión Europea para el progreso económico y social de España y la búsqueda de la mejora de la calidad de vida de la ciudadanía española con la aplicación de la Política de Cohesión.

Gráfico 1 Grado de conocimiento de la ciudadanía de los Fondos Europeos



Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 2 Grado de conocimiento de la ciudadanía de los Fondos Europeos por regiones



Fuente: Elaboración propia.

0.5 Conclusiones

A continuación, se destacan las siguientes conclusiones extraídas del ejercicio de Evaluación Final llevado a cabo.

La metodología de evaluación es continuista del período de programación 2007-2013, habiendo sido suficientemente contrastada, al haberse utilizado en varios ciclos de evaluación (intermedia y final del período de programación 2007-2013 e intermedia en el período 2014-2020). Además, dispone de los elementos necesarios para evaluar la Estrategia de Comunicación.

La “Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de la Estrategia de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER y del Fondo Social Europeo 2014-2020” junto con las reflexiones y decisiones consensuadas en la red de comunicación GERIP han aportado un amplio

y diverso conjunto de criterios que permiten llevar a cabo una evaluación exhaustiva, al mismo tiempo que otorgan elementos suficientes para el seguimiento de la Estrategia.

Los criterios de evaluación se han visto reforzados en el período de programación 2014-2020 con la inclusión de nuevas herramientas como el enfoque de fortalecer la comunicación para la presentación de casos de Buenas Prácticas; la estructura de la página web; el Portal Web Único; lista de operaciones; asistencia a las reuniones de la Red GERIP, considerándose una multiplicidad de herramientas, tanto de tipo cuantitativo como cualitativo, que permiten concluir que el sistema de seguimiento es adecuado y conforme a los objetivos en materia de información y comunicación.

En cuanto a las herramientas de evaluación y más concretamente aquellas que engloban los cuestionarios para obtener información cuantitativa y cualitativa, en algunas ocasiones, se aprecia dificultades para comprender lo que se está preguntando. El cuestionario referido a Órganos Gestores y/o Beneficiarios incluye algunas preguntas propias del Organismo Intermedio, que genera confusión al destinatario del cuestionario. Además, los formatos elaborados son más propios para la recogida de información de una evaluación intermedia que final. Asimismo, el cuestionario diseñado para la ciudadanía está más orientado a actuaciones cofinanciadas con FEDER y tras realizar un pretest ha sido necesario adaptarlo para que fuera comprensibles por las personas encuestadas.

Se observa una lógica de intervención en la Estrategia de Comunicación al apreciarse una jerarquización, basada en la siguiente secuencia:



En cuanto a los recursos financieros, la Estrategia de Comunicación del Programa Operativo de Empleo, Formación y Educación FSE 2014-2020 ha definido un presupuesto indicativo de 343.947.600 euros para llevar a cabo las medidas definidas en la Estrategia de Comunicación. Este presupuesto representa un 0,99% de la ayuda del Programa Operativo, muy por encima del 0,3%, mínimo consensuado para la política de comunicación por Estrategia.

Por lo que respecta a los medios humanos, la Estrategia de Comunicación recoge en su apartado 4.2 las personas responsables de información y comunicación, así como sus datos de contacto.

La Autoridad de Gestión del FSE dedica una sola persona al desarrollo y seguimiento de las actuaciones de información, comunicación y visibilidad del FSE, bajo la dirección de la responsable de comunicación. A pesar de que su experiencia es adecuada, no cuenta con los medios humanos de apoyo suficientes para asumir la importante carga de trabajo existente.

Este equipo es responsable de todos los Programas Operativos plurirregionales de FSE, de los Programas regionales y, además, de las obligaciones de comunicación del período 2021-2027

Por lo que se refiere a la composición y experiencia de los recursos humanos implicados en la ejecución de actuaciones de comunicación, y conforme a las opiniones vertidas, los Organismos Intermedios consideran, en términos generales, que sus equipos son adecuados para el desempeño de sus actuaciones en materia información, comunicación y visibilidad. Además, en ocasiones, se procede a la contratación de asistencias técnicas para el desarrollo de determinados trabajos más especializados, que requieren de una profesionalización.

Por lo que se refiere al Portal Web Único, se puede consultar toda la información actualizada del Programa Operativo de Empleo, Formación y Educación FSE 2014-2020.

En el Portal Web Único de la Autoridad de Gestión de FSE se ha podido consultar la lista de operaciones del Programa Operativo de Empleo, Formación y Educación FSE 2014-2020 en formato excel, con una actualización semestral, pero se observa que todos los campos están en castellano. Sin embargo, en Anexo XII se especifica que: “[...] Los títulos de los campos de datos se facilitarán también en al menos otra lengua oficial de la Unión [...]”, no teniéndose en cuenta esta obligación reglamentaria.

En cuanto al contenido de la información, ésta es clara y entendible, facilitando a cualquier interesado conocer las operaciones ejecutadas, su coste, así como el período en que se ha realizado.

Junto con los Informes Anuales de Ejecución se ha elaborado un informe de avance de la Estrategia donde se pone de manifiesto lo que se ha realizado en la anualidad por medida y quiénes lo han realizado, dando a conocer las actuaciones de información y comunicación llevadas a cabo en cada anualidad.

Los Informes Anuales de Ejecución han ido acompañados todos los años por un informe para la ciudadanía, dónde se ha puesto de manifiesto las realizaciones efectuadas durante la anualidad, fomentando la transparencia y la comunicación.

Este informe ha ido evolucionando conforme ha ido avanzando el período de programación, es decir, en las primeras anualidades se ponía de manifiesto cuestiones relativas a la programación y organización del Programa Operativo y a medida que la programación iba avanzando el informe iba incluyendo más contenidos.

Se han facilitado instrucciones para la gestión y ejecución de las actuaciones en materia de gestión, seguimiento, control, evaluación e información y comunicación.

La Red GERIP, los temas debatidos en sus reuniones y los acuerdos alcanzados están contribuyendo a lograr una coordinación y homogeneización de las actividades de comunicación a nivel nacional.

Las Redes europeas INFORM e INIO confortan un espacio apropiado para el intercambio de experiencias, buenas prácticas, con personas responsables de comunicación en la Comisión Europea y otros Estados miembros.

Se han establecido cauces de información fluida en los Comités de Seguimiento y en los Comités de Evaluación.

La Autoridad de Gestión organiza y celebra una actividad informativa importante anual en la que se promueven las oportunidades y las estrategias seguidas y se presentan ejemplos de actuaciones cofinanciadas.

Los procesos de verificación y control del artículo 125 tienen en cuenta la normativa en materia de comunicación, se han incluido preguntas específicas en las listas de comprobación para la verificación del cumplimiento de la normativa en materia de información y comunicación. Estos listados permiten verificar que las acciones ejecutadas han contemplado las obligaciones en materia de información y publicidad establecidas en la Estrategia de Comunicación.

Con respecto al principio de igualdad de oportunidades y no discriminación, se ha observado una aplicación correcta en el marco de la programación de la Estrategia de Comunicación. Sin embargo, no es posible abordar un análisis con enfoque de género de las actividades de comunicación llevadas a cabo al no desagregarse por sexo los indicadores referentes a personas.

Se valora de forma positiva el impacto de las distintas medidas diseñadas para comunicar, informar y dar visibilidad a las actuaciones ejecutadas en el marco del Programa Operativo de Empleo, Formación y Educación FSE 2014-2020.

0.6 Recomendaciones

A tenor de las conclusiones extraídas tras el ejercicio de evaluación, cuyas principales conclusiones han sido expuestas con anterioridad, se sugiere una serie de recomendaciones, que pueden ser un punto de partida y considerarse como lecciones aprendidas para su aplicación en el próximo período de programación 2021-2027, cumpliendo así una de las finalidades de esta Evaluación Final.

Metodología

- Efectuar una revisión de los cuestionarios definidos en la Guía Metodológica para que sean comprensibles por parte de los usuarios de éstos y sean acordes al ámbito temporal de los distintos ejercicios de evaluación.

Información disponible

- Facilitar información desagregada por sexo de aquellos indicadores referentes a personas.

Seguimiento y evaluación

- Que todos los actores implicados en el Programa Operativo, al menos, presenten un caso de Buena Práctica y sea difundida en el foro más conveniente, para dar a conocer los logros alcanzados.

Coordinación y simplificación

- Proponer en las redes europeas en las que se participa que se aúne el mensaje de comunicación del apoyo financiero de la UE en una marca única, sin diferencias por fondos, de forma que fuese más reconocible por la ciudadanía. Es decir, plantear el uso único del emblema de la UE, como logo de referencia y que la cita del fondo se haga, si se ve conveniente, a la hora de presentación de actuaciones.
- Elaborar en el período de programación 2021-2027 una herramienta informática que se descargará del portal único de la Autoridad de Gestión, mediante la cual los beneficiarios, si lo estiman oportuno, podrán elaborar sus elementos de comunicación (placas, carteles, información en documentos, etc.) conforme a las exigencias reglamentarias, que facilite el cumplimiento de las obligaciones en materia de comunicación.
- Facilitar y/o elaborar una guía práctica de aplicación de las obligaciones en materia de comunicación, que facilite el cumplimiento de las obligaciones establecidas en el período de programación 2021-2027.
- Establecer plantillas y modelos de material informativo que facilite su elaboración.
- Elaborar un manual con la metodología de cuantificación y seguimiento de los indicadores de realización, resultado e impacto.
- Elaborar documentos más concisos y más visuales, por ejemplo, informe para la ciudadanía.
- Establecer instrucciones claras y formatos y/o plantillas para elaborar los casos de Buenas Prácticas.
- No establecer obligaciones en materia de información y comunicación más allá de las establecidas por la reglamentación comunitaria.
- Realizar actuaciones de formación periódicas en materia de información y comunicación destinadas a los Organismos Intermedios, Órganos Gestores y/o Beneficiarios.
- Llevar a cabo actuaciones de comunicación destinadas a los medios de comunicación para concienciarles de la necesidad de informar sobre las actuaciones cofinanciadas con Fondos Europeos.
- Fomento de la realización de reuniones on line y/o híbridas para facilitar la asistencia y la participación de las personas interesadas.



- Establecer una red de comunicación para los Órganos Gestores y/o Beneficiarios de los Programas estatales.
- Efectuar una comunicación más directa con el beneficiario a través de foros, congresos, jornadas, ferias.

Recursos humanos y técnicos

- Crear en la Autoridad de Gestión una unidad y/o equipo de comunicación adecuado a las obligaciones establecidas en la materia, confiriendo a la comunicación la importancia que tiene.
- Elaborar una aplicación que permita el seguimiento de las actuaciones de comunicación e introducir, periódicamente, información que facilite poder efectuar un análisis cuantitativo de las realizaciones efectuadas.
- Redactar un manual para el uso de la aplicación de seguimiento de los indicadores de comunicación.

0. Executive summary

0.1 Introduction

The evaluation methodology of the Communication Strategy of the Operational Programme Employment, Training and Education ESF 2014-2020 has been designed in accordance with the applicable regulations and the guidelines issued on their basis:

- The criteria set out in the Communication Strategy, i.e. visibility, coordination and public awareness of Europe's role in improving the quality of life of citizens through the implementation of Cohesion Policy.
- The scope of the communication strategy with regard to the target groups of the communication actions defined: potential beneficiaries, public and private beneficiaries, citizens, media, administrations and authorities, Europe.
- The proportionality principle (Article 116 of Regulation (EU) No 1303/2013).

Therefore, the evaluation **aims** to analyse the degree of implementation and the results and impact achieved by the Communication Strategy of the Operational Programme for Employment, Training and Education ESF 2014-2020. It is a pluralistic, implementation and impact evaluation.

According to the "Methodological Guide for the Monitoring and Evaluation of Communication Strategies of ERDF and European Social Fund Programmes 2014-2020", the **period covered** by this evaluation report should be from 1 July 2019 to 31 March 2023. However, the evaluation team considered it more appropriate to carry out an evaluation of the entire programming period, as this is a final evaluation and not a mid-term evaluation.

0.2 Implementation

The Communication Strategy of the Operational Programme Employment, Training and Education ESF 2014-2020 consists of 32 actions. All actions have been adequately implemented and most of them have been closed. A quantitative analysis of the outputs and results could not be carried out as the relevant output and result indicators were not quantified.

A qualitative analysis of implementation has been carried out, which shows the important work carried out to disseminate European social policy and its implications for employment, training and education, using the most appropriate communication channels and measures, with the aim of ensuring the effectiveness and impact of the communication strategy and that the information reaches women and men equally, informing them about the benefits of cohesion policy through the Operational Programme for Employment, Training and Education ESF 2014-2020.

In addition to strengthening information and communication networks, the aim is to give visibility to disadvantaged groups, to stimulate demand for the measures of the Operational

Programme, to ensure adequate coverage of the actors involved and to promote transparency in the implementation of the intervention.

0.3 Impact

Five indicators have been defined to measure impact, the first three (I1, I2 and I3) can be described as "internal impact" as they relate to those directly involved in the management of the Operational Programme, and the last two (I4 and I5) as "external impact" as they relate to the level of public knowledge of the European Funds.

Below is a summary of the baseline values, which refer to the value obtained in the final evaluation of the 2007-2013 Communication Plan, the values obtained in the interim evaluation carried out in 2019, the values obtained in this final evaluation report and the targets set in the Communication Strategy.

Table 1 Impact indicators values

Impact indicators		Base	Target	2019	2023
1. Degree of awareness of obligations		93%	95%	92,6%	92,3%
2. Satisfaction rate		62%	73%	84,2%	65,1%
3. Utility rate of actions		63%	71%	84,7%	67,9%
4. Degree of awareness of the different Funds	General	s.d	s.d	s.d	73,7%
	ESF	55%	60%	55,3%	64,9%
5. Level of awareness of the role played by the European Union		62%	70%	70,8%	79,4%

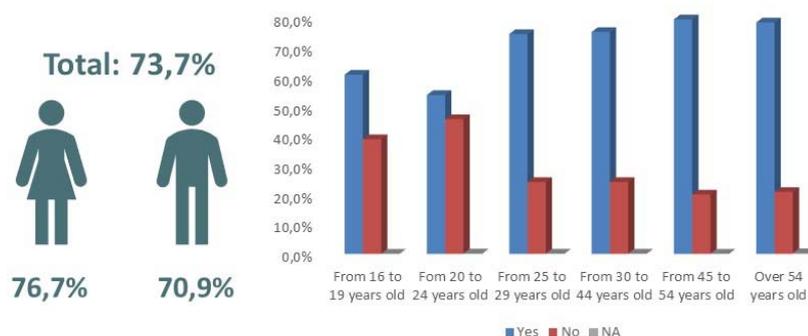
Source: Author's elaboration. (n.d.) Not available.

0.4 Overall assessment

On the basis of the results of the citizens' survey, it is possible to assess the effectiveness of the measures designed in the Communication Strategy of the Operational Programme for Employment, Training and Education ESF 2014-2020, in which the actors involved in its implementation contribute, to a greater or lesser extent, to disseminating the actions carried out within the framework of the Operational Programme in a transparent, homogeneous and coordinated manner. In addition, the appropriate instruments will be used to raise public awareness of the European Union's contribution to Spain's economic and social progress and its

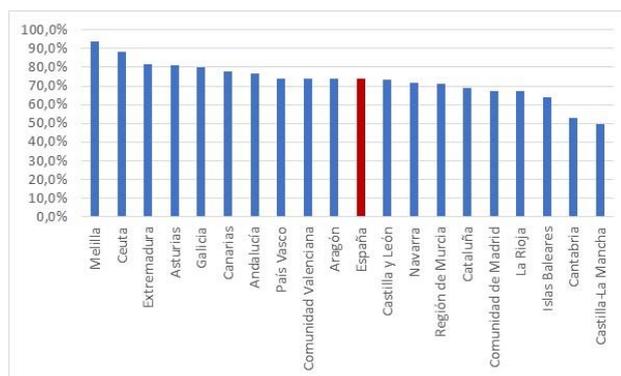
efforts to improve the quality of life of Spanish citizens through the application of cohesion policy.

Graph 1 Public awareness of the European Funds



Source: Author's elaboration.

Graph 2 Citizen awareness of the European Funds by region



Source: Author's elaboration.

0.5 Conclusions

The following conclusions can be drawn from the final evaluation carried out.

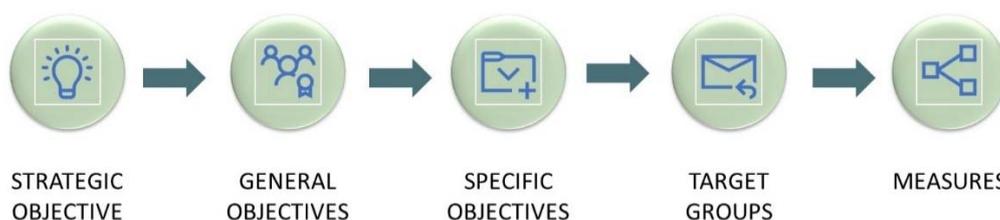
The evaluation methodology is a continuation of the 2007-2013 programming period and has been sufficiently tested, having been used in several evaluation cycles (interim and final for the 2007-2013 programming period and interim for the 2014-2020 period). It also provides the necessary elements for the evaluation of the communication strategy.

The "Methodological Guide for the Monitoring and Evaluation of the Communication Strategy of the ERDF and European Social Fund Operational Programmes 2014-2020", together with the reflections and decisions agreed in the GERIP Communication Network, have provided a broad and diverse set of criteria that allow for a comprehensive evaluation, while providing sufficient elements for the monitoring of the strategy.

The evaluation criteria have been strengthened in the 2014-2020 programming period with the inclusion of new tools, such as the approach to strengthening communication for the presentation of good practice cases, the structure of the website, the single web portal, the list of actions, the participation in the GERIP network meetings, taking into account a variety of tools, both quantitative and qualitative, which allow to conclude that the monitoring system is adequate and in line with the objectives in terms of information and communication.

With regard to the evaluation tools, and in particular the questionnaires for obtaining quantitative and qualitative information, it is sometimes difficult to understand what is being asked. The questionnaire relating to managing bodies and/or beneficiaries contains some questions specific to the intermediary body, which is confusing for the addressee of the questionnaire. In addition, the formats developed are more appropriate for collecting information for a mid-term evaluation than for a final evaluation. Similarly, the questionnaire designed for citizens is more geared to actions co-financed by the ERDF and had to be adapted after a pre-test in order to be understood by the respondents.

A logic of intervention can be observed in the communication strategy in the form of a hierarchy based on the following sequence:



In terms of financial resources, the Communication Strategy of the Operational Programme for Employment, Training and Education ESF 2014-2020 has set an indicative budget of 343,947,600 euros for the implementation of the actions defined in the Communication Strategy. This budget represents 0.99% of the support of the Operational Programme, well above the minimum of 0.3% agreed for the communication policy per strategy.

In terms of human resources, section 4.2 of the Communication Strategy lists the persons responsible for information and communication and their contact details.

The ESF Managing Authority dedicates only one person to the development and monitoring of ESF information, communication and visibility actions under the direction of the Communication Officer. Although her experience is adequate, she does not have sufficient human resources to cope with the heavy workload. This team is responsible for all the ESF multiregional operational programmes, the regional programmes and, in addition, the communication obligations for the period 2021-2027.

With regard to the composition and experience of the human resources involved in the implementation of communication actions, and according to the opinions expressed, the

Intermediate Bodies generally consider that their teams are adequate to carry out their information, communication and visibility actions. In addition, technical assistance is sometimes contracted to carry out certain more specialised tasks requiring professionalisation.

As regards the single web portal, it is possible to consult all the updated information on the Operational Programme for Employment, Training and Education ESF 2014-2020.

In the single web portal of the ESF Managing Authority, it was possible to consult the list of operations of the Operational Programme for Employment, Training and Education ESF 2014-2020 in Excel format, with a six-monthly update, but it should be noted that all the fields are in Spanish. However, Annex XII states that "[...] The titles of the data fields shall also be provided in at least one other official language of the Union [...]", thus disregarding this legal obligation.

As regards the content of the information, it is clear and comprehensible, making it easy for any interested party to know the operations carried out, their cost and the period during which they were carried out.

Together with the Annual Implementation Reports, a Progress Report on the Strategy has been produced, showing what has been done in the year by action and by whom, and publicising the information and communication actions carried out in each year.

The annual implementation reports have been accompanied each year by a report for the public, highlighting the achievements of the year and promoting transparency and communication.

This report has evolved over the programming period, i.e. in the early years it highlighted issues related to the programming and organisation of the Operational Programme, and as programming progressed the report included more content.

Instructions have been given for the management and implementation of actions in terms of administration, monitoring, control, evaluation, information and communication.

The GERIP network, the issues discussed at its meetings and the agreements reached contribute to the coordination and homogenisation of communication activities at national level.

The European INFORM and INIO networks provide an appropriate forum for the exchange of experience and good practice with those responsible for communication in the European Commission and other Member States.

Smooth information channels have been established in the Monitoring and Evaluation Committees.

The Managing Authority organises and holds a major annual information event to promote the opportunities and strategies pursued and to present examples of co-financed actions.

The Article 125 monitoring and control procedures take account of the communication requirements and specific questions have been included in the checklists for verifying compliance with the information and communication requirements. These checklists make it

possible to check whether the actions carried out have taken account of the information and publicity obligations laid down in the communication strategy.

With regard to the principle of equal opportunities and non-discrimination, the programming of the communication strategy has been correctly implemented. However, it is not possible to carry out a gender analysis of the communication activities carried out as the indicators relating to individuals are not disaggregated by gender.

The impact of the various measures to communicate, inform and give visibility to the actions implemented in the framework of the Operational Programme for Employment, Training and Education ESF 2014-2020 is assessed positively.

0.6 Recommendations

Based on the conclusions of the evaluation, the main findings of which have been outlined above, a number of recommendations are proposed as a starting point and as lessons learned for implementation in the next programming period 2021-2027, thus fulfilling one of the purposes of this final evaluation.

Methodology

- Revise the questionnaires defined in the methodological guide so that they are understandable to their users and in line with the timeframe of the different evaluation exercises.

Available information

- Provide information broken down by sex for those indicators that refer to persons.

Monitoring and evaluation

- That all actors involved in the Operational Programme present at least one case of good practice and disseminate it in the most appropriate forum to publicise what has been achieved.

Coordination and simplification

- Propose to the European networks in which it participates that the communication message on EU financial support be unified in a single brand, without differences between funds, in order to make it more recognisable to the public. In other words, propose that the EU emblem be used uniformly as a reference logo and that, where appropriate, reference be made to the Fund when presenting actions.
- In the 2021-2027 programming period, develop an IT tool, to be downloaded from the single portal of the managing authority, to enable beneficiaries, if they deem it appropriate, to develop their communication elements (billboards, posters, information in documents, etc.) in accordance with the regulatory requirements, in order to facilitate compliance with the communication obligations.

- Provide and/or develop a practical guide for the implementation of the reporting obligations, facilitating compliance with the obligations established for the 2021-2027 programming period.
- Establish templates and models for information material to facilitate its preparation.
- Develop a manual on the methodology for quantifying and monitoring output, result and impact indicators.
- Produce more concise and visual documents, such as a citizens' report.
- Establish clear instructions and formats and/or templates for the preparation of best practice cases.
- Do not impose information and communication obligations beyond those laid down in Community legislation.
- Carry out regular training on information and communication for intermediary bodies, managing bodies and/or beneficiaries.
- Carry out communication activities aimed at the media to make them aware of the need to inform them about actions co-financed by the European Funds.
- Encourage the holding of online and/or hybrid meetings to facilitate the attendance and participation of interested parties.
- Establish a communication network for the managing bodies and/or beneficiaries of national programmes.
- Carry out more direct communication with the beneficiaries through forums, congresses, conferences and fairs.

Human and technical resources

- Create a communication unit and/or team within the managing authority that is commensurate with the obligations established in this area and that gives communication the importance it deserves.
- Develop an application for monitoring communication activities and periodically entering information to facilitate quantitative analysis of the results achieved.
- Draw up a manual for the use of the application for monitoring communication indicators.

1. Metodología de evaluación

El desafío de la visibilidad y la concienciación de la ciudadanía europea acerca de los beneficios de la Política de Cohesión cofinanciada con los Fondos Estructurales y de Inversión Europeos, ha constituido un reto prioritario para la Comisión Europea en los últimos períodos de programación, incrementándose de forma significativa en el período de programación 2014-2020, como un medio importante para poner en valor la Política de Cohesión de la Unión Europea.

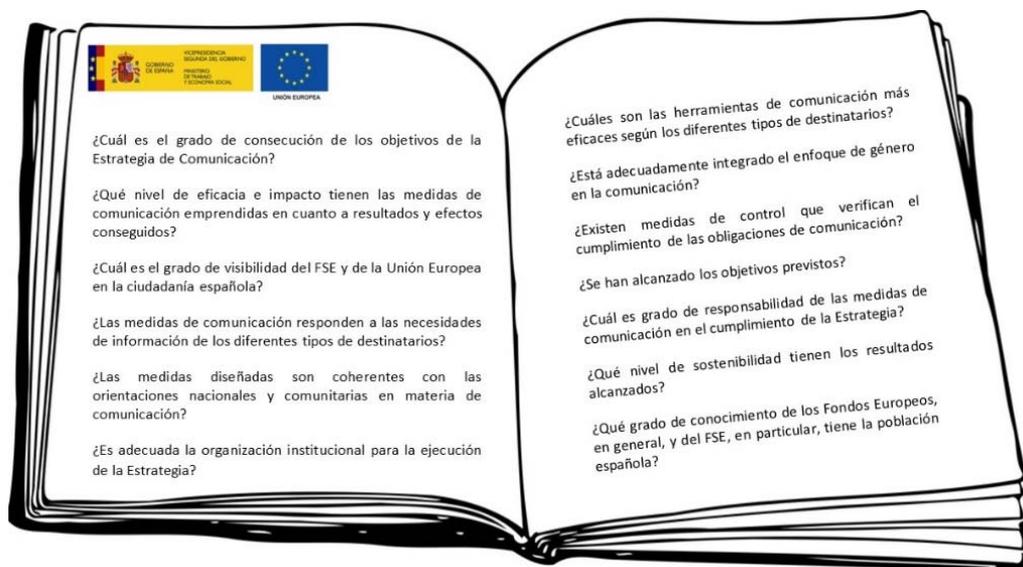
La normativa en esta materia establece la necesidad de destacar el papel desempeñado por la Unión Europea, garantizar la transparencia de la ayuda procedente de los Fondos Estructurales y de Inversión Europeos, así como transmitir los logros de la Política de Cohesión e informar a los potenciales beneficiarios de las oportunidades de financiación (artículo 115 del Reglamento (UE) nº 1303/2013) e 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 Operativos, así como el papel desempeñado por la Unión Europea (Anexo XII del Reglamento (UE) nº 1303/2013).

Hay que señalar que la Comisión Europea no ha proporcionado unas orientaciones para la metodología de evaluación de las Estrategias de Comunicación, por ello, cada Estado miembro está facultado para establecer el desarrollo y la aplicación práctica de los principios a seguir en esta materia, estableciendo los mismos de acuerdo con la Estrategia de Comunicación diseñada y bajo su propia responsabilidad.

Dada la necesidad de articular este proceso de evaluación de manera coordinada y coherente, se vio necesario que las Autoridades de Gestión del Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) y del Fondo Social Europeo (FSE), a través de sus responsables de comunicación, elaborasen de manera conjunta 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”, documento en el cual se define una propuesta metodológica para la elaboración del ejercicio de evaluación de las Estrategias de Comunicación.

Por tanto, en función de lo establecido en la Guía Metodológica y en las Prescripciones Técnicas de la contratación, en este ejercicio de evaluación de la Estrategia de Comunicación del Programa Operativo de Empleo, Formación y Educación FSE 2014-2020 se debe dar respuesta una serie de preguntas de evaluación.

Ilustración 1 Preguntas de evaluación



Fuente: Elaboración propia.

1.1 Diseño técnico de la evaluación

El procedimiento de evaluación de la Estrategia de Comunicación del Programa Operativo de Empleo, Formación y Educación FSE 2014-2020 ha sido configurado conforme a la normativa vigente y con las orientaciones metodológicas establecidas en esta materia en base a:

- Los objetivos de la Estrategia de Comunicación, es decir, visibilidad de los Programas Operativos y concienciación de la ciudadanía sobre el papel que Europa juega, a través de la Política de Cohesión, en la mejora de la calidad de vida de los españoles.
- El alcance de ésta a los grupos objetivo de las actuaciones de comunicación, es decir, los beneficiarios, los beneficiarios potenciales y el público en general.
- El principio de proporcionalidad establecido en el artículo 116 del Reglamento (UE) nº 1303/2013: “[...] La estrategia de comunicación tendrá en cuenta la magnitud del programa o programas operativos en cuestión, de acuerdo con el principio de proporcionalidad [...]”.

Por tanto, la evaluación tiene como **objetivo** analizar el grado de ejecución y resultados e impactos logrados con la Estrategia de Comunicación del Programa Operativo de Empleo, Formación y Educación FSE 2014-2020.

El **alcance temporal**, aprobado en la reunión del Grupo Español de Responsables en materia de Información y Publicidad (GERIP), celebrada el 3 de junio de 2021, es desde el 1 de julio de 2019 hasta el 31 de marzo de 2023. No obstante, no se ve lógico que, al tratarse de una evaluación final, no se analice la totalidad del período de programación, por este motivo, también se hará referencia a la totalidad del período cuando se considere oportuno.

Por lo que respecta a los **agentes implicados y sus responsabilidades**, de conformidad con el Reglamento (UE) nº 1303/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo y según los acuerdos alcanzados a nivel nacional entre 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:

1. Comisión Europea, de manera general, tiene las atribuciones de:
 - Revisar las Estrategias de Comunicación de los distintos Programas Operativos FEDER, FSE, en función de su papel en los distintos Comités de Seguimiento.
 - Revisar los resultados de las evaluaciones de las Estrategias de Comunicación con motivo de su inclusión en los informes anuales de 2019 y 2023.
2. Autoridad de Gestión (Administración General del Estado): La Autoridad de Gestión de FSE (Unidad Administradora del Fondo Social Europeo- UAFSE-), a través de personas responsables en materia de información y comunicación, tienen atribuidas las siguientes responsabilidades y funciones, además de la función de copresidencia del GERIP:
 - Definir el marco común de trabajo en materia de Evaluación para las Estrategias de Comunicación de FSE y FEDER 2014-2020.
 - Coordinar, de manera general, el proceso de Evaluación convocando las reuniones de GERIP, cuando sea necesario.
 - Participar en el Comité de Evaluación para presentar los avances en materia de evaluación de la comunicación.
 - Hacer el seguimiento del sistema de indicadores de seguimiento y evaluación de la comunicación definidos para el período de programación 2014-2020, instrumentando las instrucciones y mecanismos que deberán aplicar los organismos implicados en la cuantificación de los indicadores.
 - Realizar la contabilización de los indicadores en el sistema de seguimiento que haya habitado la UAFSE para tal efecto.
 - Poner en marcha las evaluaciones de las Estrategias de Comunicación de los Programas Operativos Plurirregionales conforme a las pautas acordadas 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” y colaborar en lo que sea preciso en la evaluación de las Estrategias de Comunicación de los Programas Operativos.
 - Incluir en los informes Anuales y Final la información recogida en el artículo 50 del Reglamento (UE) nº 1303/2013.
 - Informar al Comité de Seguimiento acerca de la Estrategia de Comunicación, sus modificaciones y avances conseguidos.

3. Organismos gestores o partícipes de los Programas Operativos plurirregionales:

- 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.
- Contabilización de los indicadores propios de la Estrategia de Comunicación, bien de forma directa o a través de un Organismo Intermedio.
- 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.

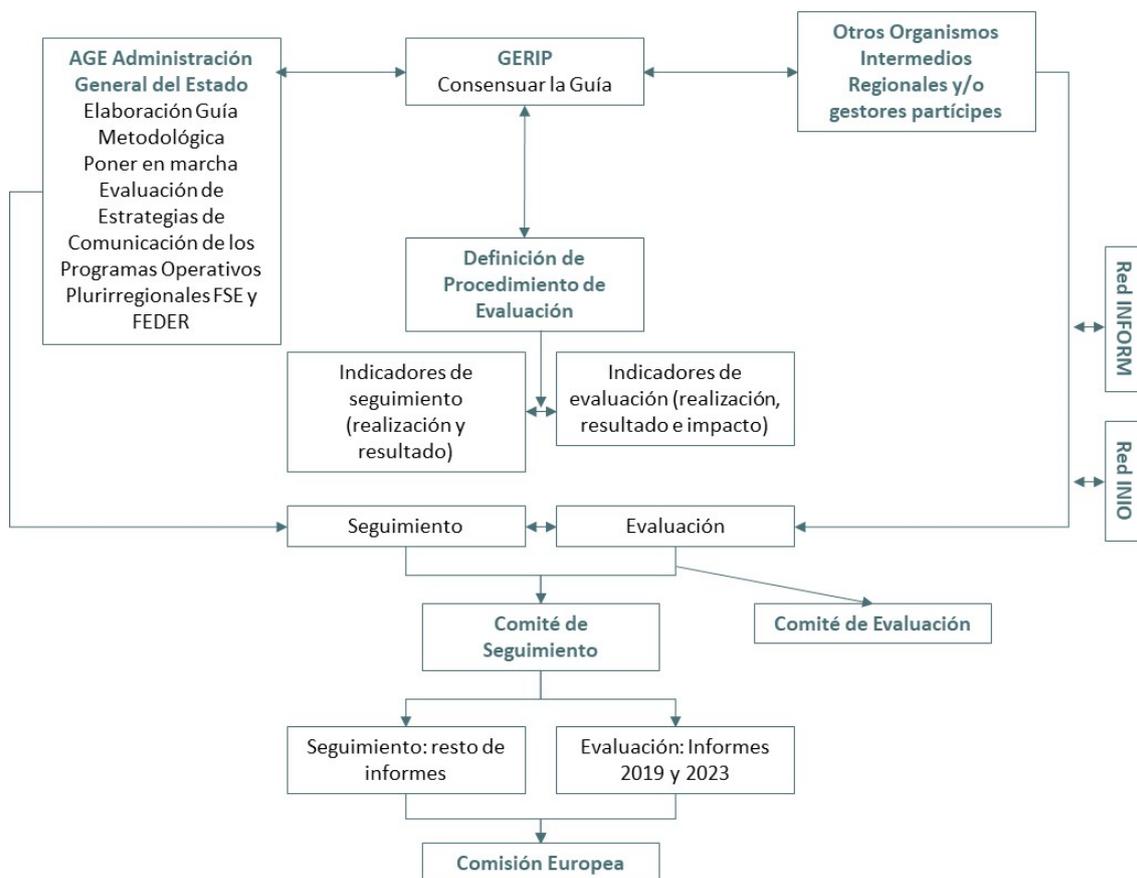
4. Equipo de evaluación: Para llevar cabo las evaluaciones al objeto de que sean incorporadas en los correspondientes Informes Anuales de los Programas Operativos, para su valoración y aprobación por los correspondientes Comités de Seguimiento, se podrá solicitar el asesoramiento de un equipo externo especializado o, incluso, la contratación del mismo para tal fin con cargo a la asistencia técnica, en función de los recursos financieros y humanos.

Quienes lleven a cabo la evaluación, una vez finalizado su trabajo, entregarán sus informes de evaluación al equipo responsable de llevar a cabo su contratación.

5. Comité de Seguimiento:

- Los avances de la aplicación de la Estrategia de Comunicación.
- Las actuaciones que en la Estrategia de Comunicación se hayan llevado a cabo en virtud de sus obligaciones reglamentarias.
- Ejemplos de buenas prácticas de actuaciones cofinanciadas llevadas a cabo en ese año en el ámbito del Programa Operativo.
- Una actualización anual en la que se expongan las actividades de información y comunicación que se prevea llevar a cabo en el año siguiente, éstas serán siempre aquellas que estén ligadas con el avance en la aplicación de los Fondos de cada Programa Operativo y la presentación de buenas prácticas, así como las obligadas para la Autoridad de Gestión.
- Cuando así se requiera, se presentará la modificación de la Estrategia de Comunicación.

Ilustración 2 Roles y responsabilidades



Fuente: Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de las Estrategias de Comunicación de los Programas Operativos de FEDER y del Fondo Social Europeo 2014-2020.

El **cronograma** de trabajo ha tenido en cuenta las siguientes fases:

- Análisis documental.
- Diseño del trabajo de campo.
- Realización de encuestas a órganos gestores y/o beneficiarios.
- Realización de entrevistas personales a la Autoridad de Gestión.
- Tabulación y análisis de la encuesta a la ciudadanía.
- Tabulación y análisis de las encuestas a órganos gestores y/o beneficiarios.
- Análisis de la información obtenida mediante la realización de entrevistas personales.
- Análisis de las ejecuciones.
- Calcular y analizar los indicadores de impacto.

- Redacción del Informe de Evaluación Final de la Estrategia de Comunicación del Programa Operativo de Empleo, Formación y Educación FSE 2014-2020.

Por último, la **estructura** del Informe de Evaluación Final responde a lo establecido en la “Guía Metodológica de Seguimiento y evaluación de las Estrategias de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER y del Fondo Social Europeo 2014-2020”, es decir:

- Metodología de evaluación.
- Análisis y seguimiento de las recomendaciones emitidas en el Informe de Evaluación Intermedia de la Estrategia de Comunicación del Programa Operativo de Empleo, Formación y Educación FSE 2014-2020.
- Análisis de la programación de la Estrategia de Comunicación.
- Análisis de la aplicación de las medidas de información y publicidad.
- Verificación de la inclusión de la información y publicidad en las actuaciones de verificación y control de FSE.
- Incorporación del Principio de Igualdad de Oportunidades en las medidas de información y publicidad.
- Análisis del impacto: logros y desafíos de las actividades en materia de información y publicidad.
- Conclusiones y recomendaciones: propuesta de medidas a adoptar.

1.2 Método y técnicas utilizadas

Sistema de indicadores

El diseño de indicadores de seguimiento y evaluación constituye un ejercicio fundamental para la evaluación del desarrollo y resultados alcanzados por un Programa o Estrategia. De esta forma y, de acuerdo con la línea de trabajo mantenida por GERIP, los indicadores de seguimiento y evaluación han sido elaborados y cuantificados conforme a las distintas directrices establecidas para ser incluidos en las Estrategias de Comunicación de los Programas Operativos de FEDER y FSE 2014-2020.

Tabla 2 Indicadores de realización y resultado de las Estrategias de Comunicación de los Programas Operativos Plurirregionales FSE 2014-2020

Tipos de actividades	Indicadores de realización	Indicadores de resultado
1. Actividades y actos públicos	(Nº) Eventos realizados	(Nº) Asistentes
2. Difusión en medios de comunicación	(Nº) Actos de difusión	
3. Publicaciones realizadas	(Nº) Publicaciones externas	(%) Publicaciones distribuidas / editadas
		(Nº) Puntos de distribución
4. Información a través de páginas web	(Nº) Páginas web	(Nº) Visitas

Tipos de actividades	Indicadores de realización	Indicadores de resultado
5. Información a través de redes sociales	(Nº) Usuarios/as	(%) Incremento del número de usuarios/as de redes sociales
6. Información a través de cualquier tipo de cartelería	(Nº) Soportes publicitarios	
7. Instrucciones emitidas hacia los participantes en los Programas Operativos	(Nº) Documentación interna distribuida	(%) Organismos cubiertos
8. Redes de información y publicidad	(Nº) Redes	(Nº) Reuniones
		(Nº) Asistentes

Fuente: Estrategia de Comunicación del Programa Operativo de Empleo, Formación y Educación FSE 2014-2020.

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

- **Diseño:** los indicadores de seguimiento y evaluación han sido homogeneizados en su definición, de acuerdo con:
 - ✓ Las actividades de información y comunicación que se incluyen en cada una de las Estrategias de Comunicación aprobadas en los distintos Comités de Seguimiento.
 - ✓ El ámbito de actuación de las Estrategias de Comunicación.
- **Tipología:** los indicadores se dividen en:
 - ✓ Indicadores de realización, para conocer el número y tipo de actuaciones de información y comunicación que se han llevado a la práctica.
 - ✓ Indicadores de resultado, para evaluar los efectos directos y en el corto plazo de las actuaciones de información y comunicación contenidas en las Estrategias de Comunicación.

Se ha consensado que la estimación de los indicadores:

- ✓ Se realice a 2023, puesto que es la referencia de las Estrategias de Comunicación y teniendo en cuenta que el carácter de las actuaciones de comunicación hace que sus efectos sobre los destinatarios requieran mayor plazo para ser observadas.
 - ✓ Se consideren las actividades ejecutadas por los responsables de las Estrategias de Comunicación y por los Organismos Intermedios, Beneficiarios y/o Gestores del Programa Operativo al que se haga referencia.
- **Proporcionalidad:** los indicadores de seguimiento y evaluación de las actuaciones de información y comunicación que se lleven a cabo en las distintas Estrategias de Comunicación y que aparecen en las mismas son proporcionales en base a:
 - ✓ La cuantificación estimada de los indicadores.

- ✓ El trabajo complementario de análisis cualitativo que realicen los evaluadores independientes de las Estrategias de Comunicación.

Además de estos indicadores de realización y resultado, para la evaluación se han diseñado unos indicadores de impacto, que permitan medir los efectos o consecuencias más a largo plazo de las actuaciones de información y comunicación y si esos efectos son atribuibles a dichas intervenciones.

En la selección de estos indicadores se ha tenido en cuenta la claridad en su delimitación, la sencillez en su aplicación y la representatividad en cuanto a los objetivos que pretende la propia evaluación. Así, a través de estos indicadores, se pretende recoger, en aquellas actuaciones dirigidas a los aspectos más directamente ligados con la información, el grado de transparencia requerida para lograr la selección de las mejores actuaciones posibles a cofinanciar a través de la Política de Cohesión.

En este sentido, en lo que respecta a las actuaciones de los distintos colectivos implicados en la aplicación del Fondo Europeo de Desarrollo Regional y del Fondo Social Europeo, se plantean tres indicadores de impacto:

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

De cara al conocimiento que la ciudadanía tiene del Fondo Social Europeo, así como del papel que la Unión Europea juega en la mejora de su calidad de vida, se señalan los siguientes indicadores:

- Grado de conocimiento de los Fondos Europeos, en términos generales y del FSE, en particular.
- Grado de conocimiento del papel desempeñado por la Unión Europea.

Análisis documental

El análisis documental permite llevar a cabo el examen del marco de referencia relativo a las actuaciones en materia de información y comunicación. Por ello, se ha analizado la siguiente documentación:

- 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 de Empleo, Formación y Educación FSE 2014-2020.
- Documentación emitida por la Red GERIP.

- Informes Anuales de Ejecución (2014-2015, 2016, 2017, 2018, 2019, 2020, 2021, 2022).
- Actas del Comité de Seguimiento.
- Informe de Evaluación Intermedia de la Estrategia de Comunicación del Programa Operativo de Empleo, Educación y Formación FSE 2014-2020.
- Manuales de Procedimientos y/o específicos de comunicación.
- Guía para incorporar el enfoque de género en la Información y Comunicación de los Fondos Estructurales y de Inversión Europeos (2014-2020).
- Informes de control y verificación, así como otra documentación asociada.
- Material de comunicación elaborado en el marco de la Estrategia de Comunicación.
- Otra documentación e información.

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

Entrevistas

Las entrevistas son una herramienta importante para la obtención de información cualitativa y permite cruzar dicha información con la obtenida de los indicadores de evaluación y analizar con mayor profundidad los efectos directos de las medidas de información y comunicación puestas en marcha.

Atendiendo a criterios de equilibrio en cuanto a representatividad y calidad se ha entrevistado a tres tipos de actores:

- Autoridad de Gestión.
- Organismos Intermedios.
- Otros Organismos en calidad de beneficiarios y/o gestores del FSE.

La finalidad de estas entrevistas ha sido obtener información cuantitativa y una información más cualitativa ligada, no solo con las propias medidas de comunicación llevadas a cabo, sino también a la repercusión de la información en la mejora de la propia gestión del FSE, en ahondar en la consideración del principio de igualdad de oportunidades y/o en las actuaciones de verificación y control, etc.

- Ciudadanía. Por lo que se refiere a la encuesta efectuada a la ciudadanía se han utilizado aquellas llevadas a cabo por los Organismos Intermedios Regionales a través de una encuesta telefónica aplicando el sistema CATI (Computer Assisted Telephone Interviewing), realizada a una muestra representativa de la población de cada una de

sus regiones, seleccionada de forma aleatoria. Se han realizado un total de **16.000** encuestas.

Con esta encuesta a la ciudadanía se persigue dar respuesta a lo exigido reglamentariamente, en el sentido de dar transparencia a las actuaciones cofinanciadas a través del Programa Operativo de Empleo, Formación y Educación FSE 2014-2020, para el cual se ha elaborado la Estrategia de Comunicación y contrastar si el público, en general, está concienciado con el papel que la Unión Europea juega en la mejora de su calidad de vida. Asimismo, a través de esta encuesta, se pretende cuantificar y evaluar dos últimos indicadores de impacto.

Buenas Prácticas

La realización y muestra de Buenas Prácticas adquieren una destacada importancia en la Estrategia de Comunicación de los Programas Operativos 2014-2020, en tanto que constituye el elemento que permite cerrar la lógica de intervención, destacando los proyectos realizados, sus logros y el papel desempeñado por la Unión Europea en la contribución del progreso económico y social en los territorios.

En todas las Estrategias de Comunicación se ha establecido como eje vertebrador el compromiso de realizar y difundir casos de Buenas Prácticas, siendo estos ejemplos de actuaciones un elemento estratégico e integrador en las diferentes áreas de gestión del FSE, permitiendo el intercambio de experiencias positivas y la difusión de los logros e impacto generado de forma cualitativa y cuantitativa.

Portal Web Único

En el Reglamento (UE) nº 1303/2013 se establece que, con el fin de afianzar la accesibilidad y la transparencia de la información sobre las oportunidades de financiación y los beneficiarios de los proyectos, debe crearse en cada Estado miembro un sitio o un portal de internet único que proporcione información sobre todos los Programas Operativos, incluidas las listas de operaciones subvencionadas dentro de cada Programa Operativo.

Lista de operaciones

Con el objetivo de garantizar la transparencia relativa a la ayuda procedente de los Fondos, la Autoridad de Gestión debe mantener una lista de operaciones por Programa Operativo en un formato de hoja de cálculo que permita clasificar, consultar, extraer y comprobar los datos, así como publicarlos fácilmente en internet, por ejemplo, en formato CSV o XML.

En este sentido, se ha procedido a analizar y valorar la lista de operaciones del Programa Operativo de Empleo, Formación y Educación FSE 2014-2020 su disponibilidad, su contenido, periodicidad en la actualización, formato en que se facilita.

1.3 Valoración de lo anterior

A continuación, se pone de manifiesto los puntos fuertes de la metodología establecida para la Evaluación, así como los límites o problemas encontrados a la hora de aplicar algunas de las técnicas definidas.

- La Estrategia de Comunicación dispone de un sistema de indicadores de realización y de resultado con metas para el fin del período. Este sistema, además de servir para realizar un seguimiento de la Estrategia de Comunicación (los indicadores se deben cuantificar periódicamente), permite comprobar el grado de avance de la Estrategia en términos de realización y resultado, a través de la comparativa entre la ejecución y las metas determinadas. Sin embargo, no todos los actores implicados han facilitado sus correspondientes datos, al no ser un requisito obligatorio en la reglamentación comunitaria, lo que ha limitado el análisis
- La metodología establecida 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” combina diferentes técnicas de investigación, cuestión que hace que se pueda disponer de información, tanto cuantitativa como cualitativa, lo que facilita el ejercicio de evaluación.
- Los objetivos de la Estrategia de Comunicación han sido definidos de forma adecuada, el público objetivo se encuentra claramente identificado, al igual que los agentes que intervienen en su ejecución. Ello ha permitido aplicar las técnicas de investigación más adecuadas para cada uno de los agentes.
- Los cuestionarios destinados a la Autoridad de Gestión, Organismo Intermedio y Órganos Gestores y/o Beneficiarios no se consideran adecuados para la realización de una evaluación final, sino que son propios para la realización de una evaluación intermedia. Además, hay preguntas que no son claras y generan dudas a los participantes.
- El cuestionario establecido para los Órganos Gestores y/o Beneficiarios incluye preguntas propias de los Organismos Intermedios, cuestión que genera dudas al responder a las preguntas a los destinatarios del cuestionario.
- El cuestionario definido para la encuesta a la ciudadanía está más orientado a actuaciones ejecutadas con FEDER, asimismo, tras la realización de un pretest, se advierte la necesidad de hacer una redacción más comprensible.
- Por último, poner de manifiesto que no se han encontrado condicionantes y/o limitaciones que hayan impedido el normal desarrollo de los trabajos de evaluación de la Estrategia de Comunicación del Programa Operativo de Empleo, Formación y Educación FSE 2014-2020.

2. Análisis del seguimiento y aplicación de las recomendaciones realizadas en la evaluación Intermedia de 2019

En este epígrafe se recogen las recomendaciones efectuadas en el Informe de Evaluación Intermedia de la Estrategia de Comunicación del Programa Operativo FSE de Empleo Formación y Educación 2014-2020 (2019), así como el tratamiento que se les ha dado.

Tabla 3 Recomendaciones emitidas en el informe de evaluación intermedia y su aplicación

Recomendación	¿Ha sido atendida?		Observaciones
	Sí	No	
Revisar el enfoque de la Estrategia de Comunicación			
La consecución de los objetivos finales de la Estrategia de Comunicación del POEFE queda limitada, fundamentalmente, por la reducida cantidad de acciones enfocadas a la difusión y comunicación de los resultados del FSE, frente al esfuerzo en comunicar las obligaciones y requerimientos de ICV.		✘	No procede. Así se acordó en la Red GERIP y fue aprobada en el Comité de Seguimiento.
La Estrategia de Comunicación es continuista con respecto a la del período 2007-2013, estimándose conveniente modificar su enfoque de la Estrategia para que su orientación sea más cercana a la comunicación y no tan vinculada al cumplimiento de requisitos normativos, con una mayor integración de una visión de comunicación.		✘	No procede. Así se acordó en la Red GERIP y fue aprobada en el Comité de Seguimiento.
Se recomienda, así mismo, valorar un posible rediseño de la Estrategia que facilite el seguimiento y la medición de los avances realizados en el logro de los objetivos, definiendo para ello una vinculación de las medidas previstas con los objetivos específicos, así como con los resultados e impactos esperados.		✘	No procede. La Estrategia está diseñada conforme a la recomendación
Fomentar el desarrollo de medidas ICV con impacto a la ciudadanía			

Recomendación	¿Ha sido atendida?		Observaciones
	Sí	No	
<p>Teniendo en cuenta el perfil del público destinatario de las operaciones del POEFE, se recomienda potenciar el desarrollo de actuaciones utilizando las tecnologías de la información y las comunicaciones como canal de comunicación que permite acceder a un número mayor de población, con un menor coste.</p>		✘	<p>No procede.</p> <p>No se puede predeterminar que todos los beneficiarios tienen acceso a las nuevas tecnologías. Se recuerda la existencia de brecha digital, que afecta a todos los tramos de edad de la población y que se requiere de los importantes esfuerzos que se realizan en alfabetización digital. Por estos motivos y para garantizar la eficacia de la Estrategia de Comunicación, hay que trabajar con otros canales de comunicación, aunque sean más costosos o más antiguos.</p>
<p>Se propone, además, ampliar la comunicación que se hace de los resultados del FSE de forma conjunta por parte de la Autoridad de Gestión, reforzando la realización de campañas a nivel global del Fondo Social Europeo ejecutadas por la Autoridad de Gestión y dirigidas a la ciudadanía (campañas comprensibles y adaptadas al público destinatario), que servirían como apoyo a los Organismos Intermedios a la hora de conseguir los objetivos de la Estrategia y los resultados del Programa Operativo.</p>	✔		<p>Se vienen realizando.</p>
Desarrollar medidas utilizando los cursos de formación como canal de comunicación			
<p>Los cursos de formación en los que participan las personas destinatarias del Programa Operativo constituyen en excelente canal para informar, comunicar y hacer visible entre la ciudadanía el papel que desempeña el Fondo Social Europeo.</p>	✔		

Recomendación	¿Ha sido atendida?		Observaciones
	Sí	No	
Dada la orientación del POEFE, se recomienda reforzar el desarrollo de actuaciones de comunicación adicionales a las que se realizan en la actualidad (colocación de carteles, referencias al Fondo, utilización del emblema y del lema del Fondo en la documentación que se entrega, etc.), de manera que aumente el grado de conocimiento del FSE y se garantice que las personas que asisten a formación cofinanciada por el FSE sean conscientes de ello. Algunas posibles actuaciones podrían ser la construcción de un listado de contactos con datos de los asistentes para enviarles información sobre convocatorias o ayudas en el marco del Programa, o el visionado de vídeos promocionales de FSE a lo largo del curso, por ejemplo.			
Reforzar la coordinación entre agentes implicados en la información, comunicación y visibilidad			
<p>A pesar de que el grado de conocimiento y cumplimiento de las obligaciones de información, comunicación y visibilidad es alto a todos los niveles, se observa que aún es necesario avanzar en los niveles de compromiso e implicación de Organismos Intermedios y de entidades beneficiarias para desarrollar en mayor medida actuaciones de comunicación.</p> <p>Se recomienda, en este sentido y bajo la coordinación de la Autoridad de Gestión, poner en marcha medidas dirigidas a conseguir mayor concienciación por parte de todos los equipos de las distintas entidades gestoras del Programa que puedan desarrollar actividades de comunicación, de manera que se impulse la participación de</p>			Ya se hace, precisamente por este motivo hay un alto grado de conocimiento y cumplimiento de las obligaciones de información y comunicación.

Recomendación	¿Ha sido atendida?		Observaciones
	Sí	No	
todos en la ejecución de la Estrategia más allá del cumplimiento de obligaciones en la materia. Para ello podría ser recomendable impulsar el trabajo en red y habilitar espacios de intercambio de experiencias y conocimiento entre agentes del Fondo Social Europeo, además de intensificar el seguimiento del avance en el desarrollo de las medidas de comunicación.			
Ampliar las vías para la distribución de instrucciones y orientaciones			
Comité de Seguimiento (ampliación del horario actual o del tiempo dedicado a la comunicación).		✘	No procede. El Comité de Seguimiento no es un foro para distribuir instrucciones y orientaciones. No obstante, en todos los Comités de Seguimiento hay un punto específico de comunicación, donde se expone las actuaciones que se han realizado en materia de información y comunicación, las que se tienen previstas y otros temas vinculados. Hasta el momento, se ha expuesto los temas asociados sin problemas de limitaciones temporales.
Sitio Web de la UAFSE, incluyendo nuevos contenidos específicos de comunicación.	✔		Se actualiza periódicamente.
Actualización de bases de datos de contactos.	✔		Se actualiza periódicamente.
Creación de un grupo de trabajo de comunicación o una red de personas responsables de comunicación de FSE.	✔		Están integrados en la Red GERIP.
Introducir mejoras en el sistema de seguimiento			

Recomendación	¿Ha sido atendida?		Observaciones
	Sí	No	
Incrementar la frecuencia de recopilación, al menos una vez al año todos los años.	✓		Se recogen al menos una vez al año.
Fomentar el registro de datos de todas las tipologías de indicadores.		✗	No procede. Los datos se registran en aquellas actividades que se generan.
Realizar una mejor estimación de los indicadores de realización y resultado, así como de los montantes estimados, partiendo del análisis de las ejecuciones alcanzadas.		✗	No procede. Las estimaciones fueron realizadas a partir de los resultados obtenidos en el período de programación 2007-2013, tal y como se sugiere.
Desarrollar una herramienta informática de apoyo, sencilla, compatible con excel y que permita la carga masiva.		✗	No procede. Ya se desarrolló una aplicación de seguimiento, aunque ésta no permitía la carga masiva.
Distribución de instrucciones claras y directas (en reuniones, en grupos de trabajo o en Comités).		✗	No procede. Ya se realiza periódicamente cuando hay algo que comunicar a través de correo electrónico.
Realizar una revisión de la calidad y coherencia de los datos anualmente, así como una integración de datos acumulados.	✓		Se realiza una depuración de los datos.
Consolidar el protocolo para la gestión de las Buenas Prácticas			
Definir criterios claros y comunes, y difundirlos.	✓		En la Red GERIP, al inicio del período de programación, se definieron los criterios para que una actuación fuera considerada como buena práctica.
Llevar un registro para controlar la presentación de proyectos por Organismo Intermedio y/o beneficiario, e informar de la situación a cada participante al menos una vez al año.	✓		Se realiza desde el inicio del período.

Recomendación	¿Ha sido atendida?		Observaciones
	Sí	No	
Coordinar con los responsables de gestión de los Programas en la propia Autoridad de Gestión, para agilizar la validación de los proyectos propuestos.	✓		
Diseñar un modelo de ficha justificativa común.	✓		El modelo de ficha fue diseñado y todos los casos de buenas prácticas se presentan bajo este formato.
Potenciar la difusión de las Buenas Prácticas como medio para facilitar la visibilidad de los resultados del POEFE.	✓		Se hacen presentaciones periódicas de los casos de buenas prácticas en distintos foros.
Reforzar la integración del principio de Igualdad de Oportunidades			
Expresar medidas específicamente dirigidas a facilitar el acceso a contenidos de personas con discapacidad audiovisual.	✓		Ya está definido en la Estrategia de Comunicación
Recoger orientaciones concretas sobre el estilo de comunicación igualitario y no discriminatorio.	✓		El Instituto de la Mujer elaboró la "Guía para incorporar el enfoque de Género en la Información y Comunicación de los Fondos Estructurales y de Inversión Europeos (2014-2020)".
Explicitar el compromiso de que se procurará favorecer la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres mediante las acciones de publicidad y comunicación contenidas en el mismo.	✓		Ya se establece en la Estrategia de Comunicación. Además, para que una actuación sea considerada como Buena Práctica ha de cumplir con este principio horizontal. Asimismo, se recuerda que las Buenas Prácticas constituyen el hilo conductor de la Estrategia de Comunicación, tal y como se aprobó en la Red GERIP.
Introducir mejoras en el sistema de verificación			

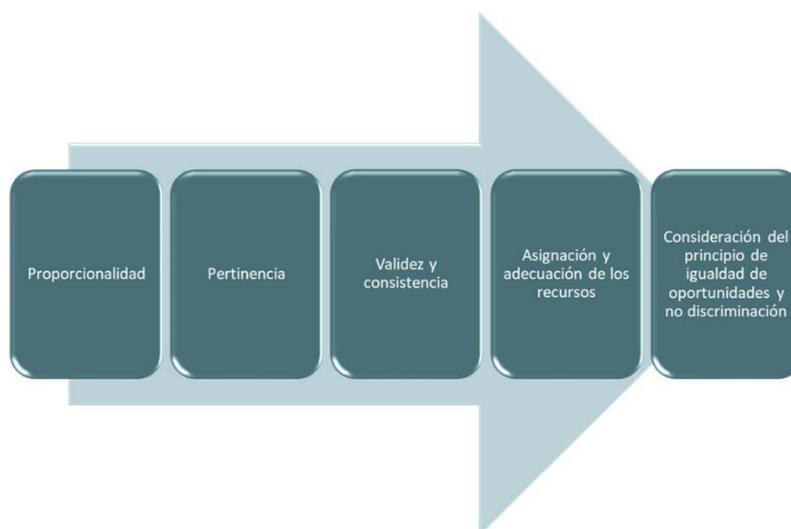
Recomendación	¿Ha sido atendida?		Observaciones
	Sí	No	
Se recomienda revisar la pregunta número de 3 de la lista general empleada por la Autoridad de Gestión para la realización del “Control de Calidad de las verificaciones de gestión realizadas, conforme el art. 125 del RDC, efectuadas por el Organismo Intermedio”, cuya interpretación puede generar dudas. En el caso del FSE, los beneficiarios han de atender las obligaciones recogidas en el anexo XII del Reglamento (UE) 1303/2013, con independencia del importe de la ayuda, por lo que en el FSE no existen umbrales que motivan el cumplimiento de la comunicación bajo soportes específicos, como pudiera ocurrir en el FEDER.			<p>No procede.</p> <p>Los Órganos Gestores y/o Beneficiarios muestran un alto conocimiento de sus obligaciones en materia de información y comunicación, con lo cual no debe dar a confusión dicha pregunta.</p> <p>Por otra parte, no es comparable el FSE con el FEDER.</p>

La mayoría de las recomendaciones que se han realizado en el Informe de Evaluación Intermedia elaborado en 2019 o ya se estaban aplicando o no proceden su aplicación, tal y como se expone en la tabla anterior.

3. Análisis de la programación de la Estrategia de Comunicación

Para llevar a cabo el correspondiente análisis de la Estrategia de Comunicación del Programa Operativo de Empleo, Formación y Educación FSE 2014-2020 se han tenido en cuenta los criterios establecidos en la “Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de las Estrategias de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER y del Fondo Social Europeo 2014-2020”.

Ilustración 3 Criterios para el análisis de la programación de la Estrategia de Comunicación



Fuente: Elaboración propia a partir de la “Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de las Estrategias de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER y del Fondo Social Europeo 2014-2020”.

3.1 Pertinencia de la Estrategia de Comunicación

El análisis de la Estrategia de Comunicación del Programa Operativo de Empleo, Formación y Educación FSE 2014-2020 pretende conocer el grado de cumplimiento de las exigencias definidas en el Reglamento de Disposiciones Comunes en relación con el diseño y contenido de la Estrategia, así como la incorporación de las recomendaciones llevadas a cabo en la Evaluación Intermedia realizada en 2019 y las orientaciones emitidas por la Comisión Europea para la definición, seguimiento y ejecución de la misma.

El Reglamento de Disposiciones Comunes establece en su Anexo XII el contenido que deben tener las Estrategias de Comunicación, en este sentido, se valora de forma positiva la Estrategia de Comunicación del Programa Operativo de Empleo, Formación y Educación FSE 2014-2020 por lo que se refiere a su alcance y contenido en cuanto a las obligaciones normativas establecidas en materia de información y comunicación.

La Estrategia de Comunicación del Programa Operativo de Empleo, Formación y Educación FSE 2014-2020 presenta en su conjunto un carácter continuista con respecto a los Planes de Comunicación diseñados en el período de programación 2007-2013 motivado, principalmente,

por los buenos resultados obtenidos en las evaluaciones anteriores en cuanto a las directrices seguidas en materia de **pertinencia**, así como porque la normativa en materia de información y comunicación en el período 2014-2020 es, en su mayoría, una continuación de las prácticas desarrolladas durante el período 2007-2013. A este carácter continuista también se añade el deseo de impulsar mejoras vinculadas con determinadas novedades en los Reglamentos.

Además, las medidas definidas en la Estrategia de Comunicación muestran una clara conexión con los objetivos definidos, asimismo, se ha segmentado el público objetivo y se han diseñado medidas específicas para cada grupo destinatario. También, se ha establecido un sistema de seguimiento y evaluación de la Estrategia de Comunicación. Por consiguiente, y en función de lo expuesto, se considera el contenido de la Estrategia de Comunicación adecuado, en la medida que contiene todos los elementos exigidos y es conforme a éstos.

Por otra parte, se observa la incorporación de elementos adicionales, mejorando el contenido de la Estrategia de Comunicación e incrementando la calidad de la programación, fomentando la eficacia de la Estrategia de Comunicación mediante la definición de herramientas y canales de comunicación. Se garantiza la calidad del sistema de seguimiento con la definición de indicadores de comunicación, detección de casos de buenas prácticas y a través de la elaboración de informes de seguimiento, revisión de la Estrategia de Comunicación y presentación de las actuaciones de comunicación ante los Comités de Seguimiento del Programa Operativo.

Por su parte, el intercambio de conocimientos y experiencias de las personas responsables de comunicación de las Autoridades de Gestión y de las regiones en la Red GERIP supone una mejora en la coordinación de la Estrategia de Comunicación.

En cuanto a las redes europeas INFORM (FEDER-FSE) e INIO (FSE) constituyen el referente comunitario en materia de comunicación, cuyo objetivo es reunir a las personas responsables de comunicación de los Programas Operativos de los Estados miembros para:

- Compartir experiencias.
- Identificar formas de mejorar la calidad de las actividades de comunicación.
- Concienciar a los potenciales beneficiarios y a la ciudadanía en general de los beneficios de las intervenciones comunitarias.
- Mejorar la visibilidad de los proyectos de la Unión Europea.
- Intercomunicar las redes nacionales existentes.
- Apoyar la creación de nuevas redes.

Todos estos aspectos son observables en la Estrategia de Comunicación del Programa Operativo de Empleo, Formación y Educación FSE 2014-2020, donde las Buenas Prácticas constituyen el eje vertebrador de la estrategia, dando lugar a una Estrategia de Comunicación orientada a resultados; donde, además, se personaliza la comunicación, facilitando los datos de contacto de las personas responsables de comunicación, aunque la información no se encuentra actualizada.

Por lo que respecta a las acciones de evaluación, por primera vez se incluyen evaluaciones (intermedia y final) en los Planes Específicos de Evaluación del Programa Operativo, dotando a la comunicación de una relevancia destacada de la cual no había gozado hasta el momento.

Por su parte, mediante el sistema de seguimiento definido en la Estrategia de Comunicación y con el compromiso adquirido por todos los actores implicados de recopilar y proporcionar datos de forma regular, se fortalece el sistema de indicadores diseñado y se facilita la difusión de los resultados que se van obteniendo con la ejecución de las medidas de comunicación.

En consecuencia, se puede observar en la Estrategia de Comunicación del Programa Operativo de Empleo, Formación y Educación FSE 2014-2020 que se han tenido presentes las prioridades establecidas en las redes europeas de INFORM e INIO en materia de comunicación, en cuanto a transparencia, cooperación entre redes, intercambio de experiencias y buenas prácticas. Apreciándose, por tanto, pertinencia en la Estrategia de Comunicación.

3.2 Validez y consistencia interna de la Estrategia de Comunicación

El análisis de validez y consistencia interna que se lleva a cabo en este apartado examina, por una parte, el grado de coherencia entre los objetivos de la Estrategia de Comunicación y las medidas puestas en marcha en cuanto a si responden adecuadamente a estos objetivos, es decir, si las acciones emprendidas contribuyen al cumplimiento de dichos objetivos, o lo que es lo mismo, el **nivel de consistencia**.

Por otra parte, el **nivel de validez** se evalúa en función de si las medidas de la Estrategia de Comunicación dan respuesta a las necesidades de cada uno de los grupos destinatarios previstos.

En el análisis del contenido de la Estrategia de Comunicación se aprecia que el capítulo tercero se organiza en objetivos, grupos destinatarios, contenido de las medidas de información y comunicación, actuaciones a desarrollar por parte de los beneficiarios y fórmulas previstas para ayudar a los mismos en sus actuaciones de comunicación y herramientas a utilizar.

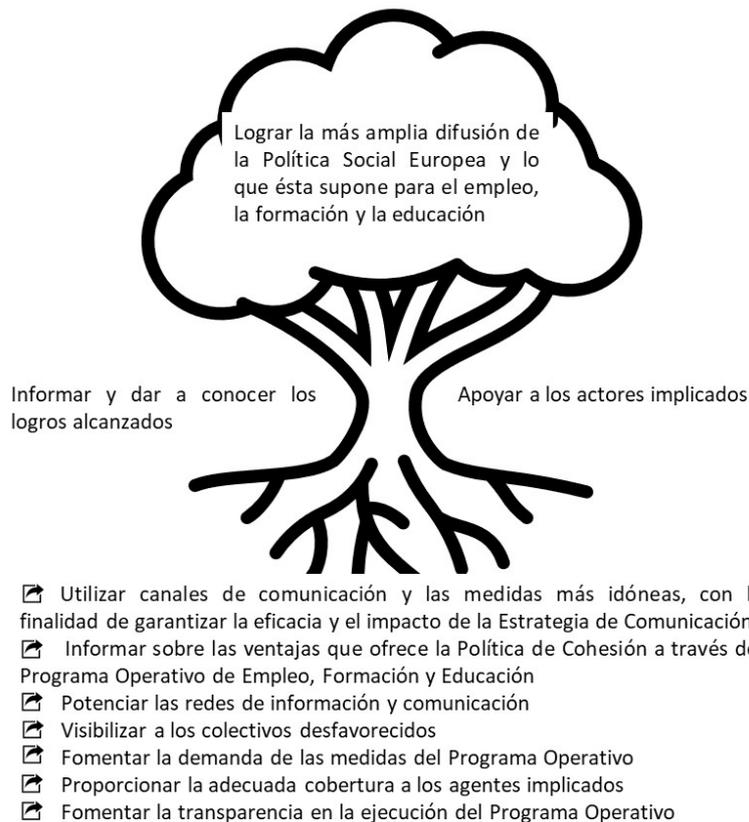
En este sentido, los criterios que se han tenido en cuenta para la definición de los objetivos finales o globales de comunicación incluyen la consideración de los siguientes aspectos que propugna el *Libro Blanco sobre una Política Europea de Comunicación*:

- El grado de conocimiento actual que tiene la población en general sobre la Política de Cohesión y los Fondos Estructurales.
- Los beneficiarios últimos de las inversiones previstas en el Programa Operativo.
- El grado de transparencia alcanzado en la gestión y ejecución de las actuaciones cofinanciadas.
- Los nuevos métodos de comunicación para difundir los mensajes a transmitir con relación a la Unión Europea y la Política de Cohesión.

- Las prioridades que la Unión Europea promueve con mayor intensidad, como refuerzo de la comunicación con el conjunto de la ciudadanía.

En este marco, se ha definido un árbol de objetivos inspirado en los principios propugnados por el *Libro Blanco sobre una Política Europea de Comunicación*, donde se ha diseñado un objetivo estratégico, dos objetivos generales y siete objetivos específicos.

Ilustración 4 Árbol de objetivos



Fuente: Elaboración propia a partir de la Estrategia de Comunicación del Programa Operativo de Empleo, Formación y Educación FSE 2014-2020.

Estos objetivos diseñados tienen presente los criterios de transparencia, concienciación pública y coordinación.

Por su parte, en la Estrategia de Comunicación se han definido 32 medidas de información y comunicación; 27 están orientadas a cumplir con el objetivo general de informar y dar a conocer los logros alcanzados y 9 persiguen contribuir al objetivo general de apoyar a los actores implicados¹.

¹ Hay medidas que contribuyen al logro de ambos Objetivos Generales.

Dado que todas las medidas definidas en la Estrategia de Comunicación contribuyen a alcanzar, al menos, un objetivo general y cada objetivo general es atendido por varias medidas, se puede considerar que el diseño de la Estrategia de Comunicación es **consistente**.

Además, la Estrategia de Comunicación establece siete grupos diferenciados de destinatarios de estas actividades, con características y necesidades diferentes, de manera que requieren formas y canales de comunicación distintos, adaptados y accesibles.

Ilustración 5 Grupos destinatarios de la Estrategia de Comunicación



Fuente: Elaboración propia a partir de información de la Estrategia de Comunicación del Programa Operativo de Empleo, Formación y Educación FSE 2014-2020.

En la Estrategia de Comunicación se han definido 23 medidas dirigidas a los potenciales beneficiarios, 17 a los beneficiarios públicos y privados, 23 a los colectivos diana, 20 a la ciudadanía, 19 a los medios de comunicación, 9 a la Administraciones y autoridades y 9 a Europa.

Como consecuencia de que cada una de las medidas definidas en la Estrategia de Comunicación se dirigen a un grupo destinatario y todos los grupos destinatarios disponen de medidas orientadas específicamente a ellos, puede considerarse que la Estrategia es **válida**.

El análisis efectuado ha permitido contrastar que las acciones emprendidas en el marco de estas líneas de actuación están favoreciendo la consecución de los objetivos y se atienden a los distintos grupos destinatarios y que, por tanto, la estructura permite asegurar un grado de coherencia adecuada en cuanto a validez y consistencia interna. Esta conclusión se sustenta a través de los siguientes aspectos:

- La lógica de intervención prevista en la Estrategia que se refleja en objetivos finales e instrumentales y líneas de acción posibilita que cada medida se pueda asociar, en primera instancia a los objetivos instrumentales y, de forma global a los objetivos últimos o finales de visibilidad y transparencia.
- Todos los objetivos instrumentales están cubiertos por, al menos, una de las medidas previstas a través de la concreción de las actividades enmarcadas en las diversas líneas de acción y todas las medidas están, a su vez, enfocadas en mayor o menor medida al cumplimiento al cumplimiento de los objetivos últimos o finales.
- Las medidas que contempla la Estrategia permiten llegar a todos los grupos destinatarios que se han definido.
- Las herramientas a utilizar permiten articular con éxito la lógica de intervención de la Estrategia de Comunicación del Programa Operativo de Empleo, Formación y Educación FSE 2014-2020.

3.3 Asignación y adecuación de los recursos destinados

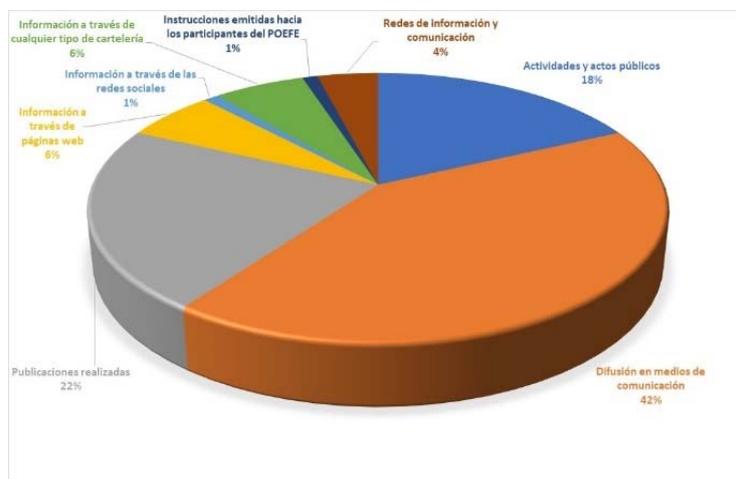
En el período de programación 2014-2020 se ha producido un incremento de la carga de trabajo en materia de comunicación con mayores exigencias a satisfacer. Esto supone la necesidad de dedicar una mayor dotación de recursos humanos y materiales al área de la comunicación con relación al período de programación 2007-2013.

En cuanto a los recursos financieros, la Estrategia de Comunicación del Programa Operativo de Empleo, Formación y Educación FSE 2014-2020 ha definido un **presupuesto indicativo** de 34.947.600 euros² para llevar a cabo las medidas definidas en la Estrategia de Comunicación. Este presupuesto representa un 0,99% de la ayuda del Programa Operativo, por encima del 0,3%, mínimo consensuado para la política de comunicación por Estrategia.

En la Estrategia de Comunicación se ha desagregado el presupuesto indicativo por tipos de actividad, apreciándose que se han destinado una mayor dotación a aquellas actividades que por sus características requieren de un mayor gasto.

² Por lo que respecta a las actuaciones de información y comunicación a desarrollar por la Autoridad de Gestión, éstas son recogidas en esta Estrategia de Comunicación. Su coste no se ha incluido en este presupuesto para evitar duplicidades, han sido presupuestadas en la Estrategia de Comunicación del Programa Operativo de Asistencia Técnica FSE 2014-2020.

Gráfico 3 Distribución del presupuesto indicativo por tipo de actividad



Fuente: Elaboración propia a partir de la Estrategia de Comunicación del Programa Operativo de Empleo, Formación y Educación FSE 2014-2020.

Además, el logro de los resultados e impactos esperados de la aplicación de la Estrategia de Comunicación está directamente relacionado con el hecho de disponer de unos adecuados recursos humanos y técnicos. El aumento de obligaciones en materia de comunicación e información ha dado lugar a un incremento de la carga de trabajo en esta área.

En cuanto a los **medios humanos**, la Estrategia de Comunicación recoge en su apartado 4.2 las personas responsables de información y comunicación, así como sus datos de contacto.

La **Autoridad de Gestión del FSE** dedica una sola persona al desarrollo y seguimiento de las actuaciones de información, comunicación y visibilidad del FSE, bajo la dirección de la responsable de comunicación. A pesar de que su experiencia es adecuada, no cuenta con los medios humanos de apoyo suficientes para asegurar, con garantías, el cumplimiento de todas las responsabilidades asumidas por la UAFSE. Este equipo es responsable de todos los Programas Operativos plurirregionales de FSE, de los Programas regionales y, además, de las obligaciones de comunicación del período 2021-2027.

Con respecto a la composición y experiencia de los recursos humanos implicados en la ejecución de actuaciones de comunicación, y conforme a las opiniones vertidas en las entrevistas y cuestionarios, los Organismos Intermedios consideran, en términos generales, que sus equipos son adecuados para el desempeño de sus actuaciones en materia información, comunicación y visibilidad. Además, en ocasiones, se procede a la contratación de asistencias técnicas para el desarrollo de determinados trabajos más especializados, que requieren de una profesionalización.

Por lo que se refiere a los **medios técnicos y materiales**, en un principio estaba previsto que la Autoridad de Gestión utilizara como aplicación informática de seguimiento INFOCO 2014, pero hubo una serie de problemas técnicos que no pudieron ser solventados, como consecuencia de esta circunstancia se diseñaron unas hojas de cálculo para la recogida de la información

cuantitativa, con la misma estructura y contenido que INFOCO 2014, y así poder efectuar el seguimiento. Estas hojas de cálculo deben ser cumplimentadas periódicamente por los responsables de comunicación.

Además, se ha elaborado toda una serie de recursos adicionales, que proporcionan soluciones adecuadas para el cumplimiento de las obligaciones de comunicación. Se destaca las siguientes:

- Instrucciones sobre las obligaciones que deben cumplir los Órganos Gestores/Beneficiarios Públicos con relación a la normativa de aplicación en materia de información y comunicación de los Fondos Europeos.
- Material divulgativo para apoyar la difusión del FSE, con información del contenido de las actuaciones del Programa y de las oportunidades de financiación de los distintos Fondos Públicos (carteles, folletos, trípticos, etc.) dirigidos a los beneficiarios potenciales del Programa y la ciudadanía.
- Manuales de normas y procedimientos del FSE para facilitar la realización de las actividades de los Órganos Gestores/Beneficiarios Públicos.
- Base de datos de Buenas Prácticas de Actuación cofinanciada para que la Comisión Europea, las Autoridades de Gestión (FSE) de los Programas Operativos, los Organismos Intermedios, los Beneficiarios públicos y privados y la ciudadanía puedan acceder a los mejores proyectos cofinanciados con FSE.
- Materiales accesibles para personas con discapacidad. Utilización de subtítulos en los audiovisuales, la adaptación de los productos digitales a los distintos tamaños de pantalla, la utilización de tipos de letra que estén concebidas para lectores con discapacidad visual en las publicaciones electrónicas, el empleo de programas de lectura de texto (TTS) y la adecuación de los sitios web.
- Instrucciones sobre las obligaciones que deben cumplir los Órganos Gestores/Beneficiarios Públicos conforme a la normativa de aplicación en materia de información y comunicación de FSE.

En resumen, la dotación financiera se considera adecuada, se aprecia una insuficiencia de recursos humanos en la Autoridad de Gestión para llevar a cabo las medidas definidas en la Estrategia de Comunicación y, en cuanto a los medios técnicos, en principio, se consideran adecuados para realizar el seguimiento de las actividades de comunicación.

3.4 Consideración del Principio de Igualdad de Oportunidades

La consideración del Principio de Igualdad de Oportunidades está presente en la Estrategia de Comunicación, ya que ésta, entre otros aspectos, está orientada a garantizar la disposición de una información adecuada y transparente sobre el Programa Operativo de Empleo, Formación y Educación FSE 2014-2020, evitando cualquier tipo de barreras para acceder a la misma.

En la Estrategia de Comunicación se establece que las medidas de información y comunicación deben atender al cumplimiento de los objetivos establecidos y en función del público objetivo, en este sentido deben ser:

- Adaptadas: El público destinatario tiene que recibir la información en función de sus necesidades de forma clara, completa y coherente.
- Accesibles: Las medidas deberán utilizar los canales de comunicación y soportes más adecuados para cada grupo destinatario.

También hay que destacar que, la Estrategia de Comunicación, ha tenido en cuenta la Prioridad Horizontal mediante:

- Empleo de un lenguaje inclusivo y no sexista.
- Definición de canales de comunicación y medidas de información que lleguen a todos los grupos destinatarios.
- Diseño de medidas para dar visibilidad de la importancia de la contribución de la Unión Europea en la igualdad de oportunidades, no discriminatorias e inclusivas.

Además, en la definición de los criterios obligatorios para que una actuación pueda ser considerada como buena práctica, se encuentra la contribución de ésta al principio horizontal de igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres.

En cuanto al sistema de indicadores de comunicación, hay dos indicadores, “número de asistentes” y “números de usuarios/as” que se podrían desagregar por sexo, cuestión que no se realiza por la complejidad que puede ser el conteo de asistentes a los eventos, así como los usuarios de redes sociales. No obstante, sí que se lleva a cabo esta desagregación por sexo en los indicadores de impacto relacionados con la ciudadanía, obteniéndose los datos globales y por hombres y mujeres, así como por tramos de edad.

En conclusión, en la elaboración de la Estrategia de Comunicación del Programa Operativo de Empleo, Formación y Educación FSE 2014-2020 se ha tenido en consideración el cumplimiento del Principio Horizontal de Igualdad de Oportunidades entre Hombres y Mujeres.

4. Análisis de la aplicación de las medidas de información y publicidad

De acuerdo con lo definido en la “Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de las Estrategias de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER y del Fondo Social Europeo 2014-2020”, el estudio de la aplicación de las medidas de información y comunicación se ha llevado a cabo, en este Informe de Evaluación Final, mediante el análisis de los siguientes elementos:

- Avance en la ejecución de las medidas: ejecución de indicadores y análisis particularizado para cada uno de los distintos actores involucrados en la Estrategia de Comunicación.
- Integración de las actividades de información y comunicación en los Informes Anuales de Ejecución: verificación de la inclusión de dicha información en los distintos Informes.
- Repercusión de los sistemas de seguimiento en la calidad de la ejecución de las medidas: estimación sobre si la Estrategia de Comunicación ha incrementado la calidad en la ejecución de las medidas.

Ilustración 6 Fases del análisis de la aplicación de las medidas de información y publicidad



Fuente: Elaboración propia a partir de la “Guía de Seguimiento y Evaluación de las Estrategias de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER y del Fondo Social Europeo 2014-2020”.

4.1 Avance de la ejecución de las medidas

En la Estrategia de Comunicación del Programa Operativo de Empleo, Formación y Educación FSE 2014-2020 se han definido las siguientes medidas, atendiendo los criterios de transparencia, concienciación y coordinación:

- Medida 1.1: Dar a conocer los objetivos del Programa Operativo de Empleo, Formación y Educación y las oportunidades de financiación que ofrece, mediante noticias en prensa, páginas web, redes sociales, ruedas de prensa, etc.
- Medida 1.2: Facilitar información sobre la publicación e inicio de convocatorias de ayuda, mediante la publicación en los correspondientes Boletines Oficiales, páginas web, redes sociales, anuncios en prensa, etc.

- Medida 1.3: Los Organismos Intermedios garantizarán que dentro de las páginas asociadas al Programa Operativo se hará mención expresa sobre las responsabilidades de los beneficiarios en materia de información y comunicación, es decir, informar al público sobre la ayuda obtenida, así como los requisitos establecidos en el Reglamento (UE) nº 1303/2013.
- Medida 1.4: La Autoridad de Gestión y los Organismos Intermedios facilitarán herramientas a los beneficiarios para el cumplimiento de las obligaciones en materia de información y comunicación, entre otras cosas, mediante el asesoramiento para el adecuado cumplimiento de los requisitos exigidos.
- Medida 1.5: Descripción de los procedimientos utilizados para seleccionar operaciones de financiación y los plazos correspondientes.
- Medida 1.6: Poner a disposición de los beneficiarios potenciales los contactos a nivel nacional, regional o local que puedan facilitar información sobre el Programa Operativo.
- Medida 1.7: Informar sobre las obligaciones que se adquieren en materia de información y comunicación al ser beneficiario.
- Medida 1.8: Informar a los beneficiarios de que la aceptación de la financiación implica la aceptación de su inclusión en la lista de beneficiarios.
- Medida 1.9: Medidas de seguimiento.
- Medida 1.10: Medidas de impacto.
- Medida 1.11: Publicación de los criterios de selección de las operaciones.
- Medida 2.1: Organizar al menos un acto de difusión importante en el que se dé publicidad al lanzamiento del Programa Operativo de Empleo, Formación y Educación.
- Medida 2.2: Organizar un evento anual de carácter informativo en el que se den a conocer las oportunidades de financiación y se presenten las estrategias seguidas y los avances del Programa.
- Medida 2.3: Exponer el emblema de la Unión Europea en las instalaciones de la Autoridad de Gestión.
- Medida 2.4: Hacer una publicación electrónica con la lista de operaciones y actualizarla cada seis meses como mínimo.
- Medida 2.5: Destacar operaciones del Programa Operativo en la página web de la Autoridad de Gestión, a la que podrá acceder a través del portal único de la Autoridad de Gestión.
- Medida 2.6: Actualizar la información sobre la ejecución del Programa Operativo, sus principales logros, en el portal único de la Autoridad de Gestión.

- Medida 2.7: Inclusión en las páginas web de los Organismos Intermedios de toda la información necesaria para facilitar la accesibilidad al Programa.
- Medida 2.8: Realizar campañas divulgativas de las medidas incluidas en el Programa Operativo.
- Medida 2.9: Celebración del Día de Europa (9 de mayo).
- Medida 2.10: Utilización de los medios de comunicación para informar sobre determinadas actividades del Programa Operativo, con especial interés para la ciudadanía: difusión de noticias, notas de prensa, reportajes, etc.
- Medida 2.11: Organizar seminarios, jornadas y conferencias para dar a conocer actividades concretas del Programa.
- Medida 2.12: Convocatoria de ruedas de prensa para informar a la opinión pública cuestiones relacionadas con eventos concretos o la difusión de determinadas actividades del Programa.
- Medida 2.13: Convocatoria de ruedas de prensa tras los Comités de Seguimiento.
- Medida 2.14: Utilización de las redes sociales para comunicar y difundir actividades concretas del Programa. Creación de una cuenta de Facebook para el Programa Operativo.
- Medida 2.15: Selección y recopilación de casos de buenas prácticas.
- Medida 2.16: Utilización del lema que se venía utilizando en el período 2007-2013: “El FSE invierte en tu futuro”.
- Medida 2.17: Al finalizar el período de programación, se organizará un acto público para dar a conocer los resultados del Programa Operativo.
- Medida 3.1: Elaboración de metodologías de trabajo.
- Medida 3.2: Realización de reuniones, jornadas, seminarios con la finalidad de poner en común obligaciones en materia de información y comunicación.
- Medida 3.3: Elaboración de documentos de orientaciones e instrucciones específicas en la materia.
- Medida 3.4: Participación en redes temáticas.

Todas las medidas de información y comunicación previstas en la Estrategia de Comunicación han sido realizadas o se están ejecutando en la actualidad, a excepción de la Medida 2.17: “Al finalizar el período de programación, se organizará un acto público para dar a conocer los resultados del Programa Operativo”, al estar prevista su realización a la finalización del Programa Operativo.

En consecuencia, la totalidad de los grupos destinatarios de la Estrategia de Comunicación han sido atendidos a través de las actuaciones desarrolladas, apreciándose coherencia entre las actividades desarrolladas y las medidas planificadas.

A priori, se realiza una valoración positiva de la ejecución de las medidas de información y comunicación, se puede apreciar una importante actividad de comunicación a lo largo del período objeto de evaluación y todas las medidas, o están finalizadas o a punto de terminar, como se ha puesto de manifiesto, tal y como corresponde por encontrarnos a término del período de programación 2014-2020.

Por lo que se refiere al análisis de las actividades de información y comunicación, éste se centra en el análisis de información cualitativa presentada en los distintos Comités de Seguimiento.

1. Transparencia

Medida 1.1: La Autoridad de Gestión y algunos Organismos Intermedios han dado a conocer los objetivos del Programa Operativo de Empleo, Formación y Educación FSE 2014-2020 y las oportunidades de financiación que ofrece, mediante noticias en prensa, páginas web, redes sociales, ruedas de prensa, etc. (Fundación Biodiversidad -Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico-, Instituto de Salud Carlos III -Ministerio de Ciencia e Innovación-, Instituto Social de la Marina -Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones-, Dirección General de Desarrollo Rural y Política Forestal -Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación-, Ministerio de Educación y Formación Profesional, Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de España, Fundación Escuela de Organización Industrial, Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de España).

<https://www.fundacion-biodiversidad.es/es/economia-y-empleo-verde/proyectos-propios/red-emprenderverde>

<https://www.eoi.es/es/empresas/emprendedores/espacios-coworking>

<https://www.todofp.es/inicio.html>

[https://www.isciii.es/QueHacemos/Financiacion/Seguimiento/Cofinanciacion Union Europea /Paginas/Fondos-Estructurales-\(FEDER-FSE\).aspx](https://www.isciii.es/QueHacemos/Financiacion/Seguimiento/Cofinanciacion Union Europea /Paginas/Fondos-Estructurales-(FEDER-FSE).aspx)

<http://www.educacionyfp.gob.es/mc/fse/presentacion.html>



Medida 1.2: Algunos organismos han facilitado información sobre la publicación e inicio de convocatorias de ayuda, mediante la publicación en los correspondientes Boletines Oficiales, páginas web, redes sociales, anuncios en prensa, etc. Todos los Organismos que publicaron en el BOE las convocatorias de ayudas han hecho referencia a la cofinanciación por el FSE. (Agencia Estatal de Investigación -Ministerio de Ciencia e Innovación-, Fundación Escuela de Organización Industrial, Fundación Instituto Cameral para la Creación y Desarrollo de la Empresa., Instituto de Salud Carlos III -Ministerio de Ciencia e Innovación-, Dirección General de Desarrollo Rural y Política Forestal -Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación-, Servicio Público de Empleo Estatal -Ministerio de Trabajo y Economía Social- Fundación Biodiversidad -Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico, Instituto Social de la Marina -Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones- Entidad Pública Empresarial RED.ES - Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital). Ejemplos:

<https://www.eoi.es/es/espacios-coworking>

<https://www.eoi.es/es/empresas/pymes>

<http://incyde.org/informacion-fse>

<http://www.incyde.org/convocatorias>

www.isciii.es



Para un mejor entendimiento de las convocatorias algunos organismos como La Fundación Biodiversidad -Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico- ha editado de forma digital infografías o un vídeo tutorial de las convocatorias que están disponibles en las landings y también se han distribuido en redes sociales y correos electrónicos.

Medida 1.3: Algunos Organismos Intermedios han hecho el seguimiento de la mención expresa sobre las responsabilidades de los beneficiarios en materia de información y comunicación, es decir, informar al público sobre la ayuda obtenida, así como los requisitos establecidos en el Reglamento (UE) nº 1303/2013 (Agencia Estatal de Investigación -Ministerio de Ciencia e Innovación-, Dirección General de Desarrollo Rural y Política Forestal -Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación-, Fundación Biodiversidad -Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico, Instituto de Salud Carlos III -Ministerio de Ciencia e Innovación-).

La Dirección General de Cooperación Autonómica y Local- Ministerio de Política Territorial- publica en su web un documento de preguntas frecuentes (FAQs), con el fin de informar y aclarar las dudas de las Entidades Beneficiarias en la ejecución de las operaciones.

Medida 1.4: La Autoridad de Gestión y algunos Organismos Intermedios (Agencia Estatal de Investigación -Ministerio de Ciencia e Innovación-, Instituto Social de la Marina -Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones-, Ministerio de Educación y Formación Profesional, Fundación Biodiversidad -Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico-,

Medida 1.10: Realización de evaluaciones de la Estrategia de Comunicación para medir el impacto de las medidas efectuadas.

Medida 1.11: En el portal único de la Autoridad de Gestión se han publicado los criterios de selección de las operaciones.

https://www.mites.gob.es/uafse/ficheros/properativos/poefe/po/cso_repro2021_poefe.pdf

2. Concienciación

Medida 2.2: La Autoridad de Gestión, todas las anualidades, ha convocado al Comité de Seguimiento del Programa Operativo y ha organizado los Encuentros Anuales donde se han dado a conocer los avances del Programa, así como la Estrategia de Comunicación del mismo.

Medida 2.3: El emblema de la Unión Europea está expuesto en las instalaciones de la Autoridad de Gestión. La bandera de la UE permanece izada de manera permanente delante de su sede durante todo el año. También algunos Organismos Intermedios (Fundación Biodiversidad - Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico-, Fundación Escuela de Organización Industrial) tienen el emblema de la UE en sus instalaciones, así como en todo el material de difusión que realizan, además del uso del lema “El FSE invierte en tu futuro”.

Medida 2.4.: La Autoridad de Gestión ha elaborado una publicación electrónica con la lista de operaciones del Programa Operativo que se ha publicado en la web en un formato adecuado que permite clasificar, consultar, extraer y comparar los datos establecidos en el Reglamento. Estos datos son actualizados cada seis meses.

Medida 2.5.: En la página web de la Autoridad de Gestión se han destacado las operaciones del Programa Operativo.

<http://www.mites.gob.es/uafse/es/listado-operaciones/index.htm>

Medida 2.6: Hay información sobre el Programa Operativo en el portal web único de la Autoridad de Gestión.

<http://www.mites.gob.es/uafse/es/portal-unico/poefe/index.htm>

<http://www.mites.gob.es/uafse/es/po-completo/poefe/index.htm>

<http://www.mites.gob.es/uafse/es/properativos/poefe/index.htm>

Medida 2.7: En las páginas web de los Organismos Intermedios se ofrece toda la información necesaria para facilitar la accesibilidad al Programa (Agencia Estatal de Investigación -Ministerio de Ciencia e Innovación-, Instituto Social de la Marina -Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones-, Dirección General de Cooperación Autonómica y Local -Ministerio de Política Territorial-, Fundación Escuela de Organización Industria, Fundación Biodiversidad -Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico-, Dirección General de Desarrollo Rural y Política Forestal -Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación-, Servicio Público de Empleo Estatal -Ministerio de Trabajo y Economía Social-, Instituto de Salud Carlos III – Ministerio de

Ciencia e Innovación-, Fundación Instituto Cameral para la Creación y Desarrollo de la Empresa, Ministerio de Educación y Formación Profesional).

<http://fundacion-biodiversidad.es/es/economia-empleo-verde>

<http://www.educacionyfp.gob.es/mc/fse/presentacion.html>

www.incyde.org/autoempleo-y-consolidacion-empresarial

<https://incyde.org/plan-recuperacion-empleo-creacion-empresas>

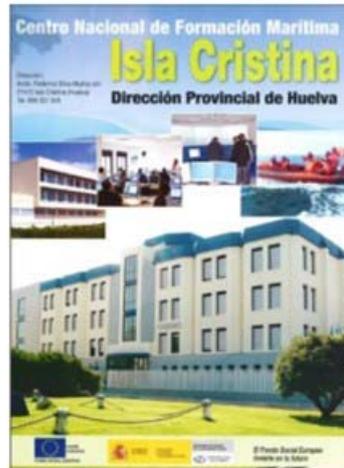
<http://www.seg->

[social.es/wps/portal/wss/internet/Trabajadores/TrabajadoresMar/29482/2427/50361](http://www.seg-social.es/wps/portal/wss/internet/Trabajadores/TrabajadoresMar/29482/2427/50361)

Medida 2.8: Algunos Organismos Intermedios han realizado campañas divulgativas en los medios de comunicación, con el objeto de difundir a la ciudadanía los logros, avances y resultados de las acciones emprendidas, o incluso de sensibilizar a la población. (Fundación Escuela de Organización Industrial, Fundación Biodiversidad -Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico-, Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de España, Fundación Escuela de la Organización Industrial) Algunos incluso tienen medios propios como la “Revista Mar” (Instituto Social de la Marina -Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones-). La Fundación Escuela de Organización Industrial ha organizado la Campaña 12 RETOS INDUSTRIA 4.0. Por otra parte, la Fundación Biodiversidad -Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico ha realizado la Campaña de difusión Mentoring Empreverde 2019. Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de España destaca la continuación de la Campaña “Quiero Ser Mi Propia Jefa”, que comenzó en 2018 (#QuieroSerMiPropiaJefa) y la realización de 297 acciones de difusión.

Ilustración 7 Ejemplos de actuaciones de comunicación. Medida 2.8





BAMIO E ISLA CRISTINA, CENTROS DE GASTO INDEPENDIENTE

Formación 2020

Se está a disposición de todos los interesados el nuevo Plan Anual de Formación profesional marítima, pesquera y sanitaria que el Instituto Social de la Marina ofrece a los trabajadores y trabajadoras del mar y también a los demandantes de empleo en el sector.



Centro Nacional de Huelva

Los interesados deben formalizar una inscripción para cada tipo de curso, salvo como mínimo, que podrán categorizarse de la propia web de la Dirección Social o bien acercándose a las Direcciones Provinciales o locales del IMI, según el sistema de gestión que se utilice, así como recibir orientación sobre cada formación específica. Cabe recordar que los cursos no continúan gratis de riesgo sino al cobrarse el curso con los requisitos para ser beneficiario.

Los planes de formación se elaboran conjuntamente elaborando las peticiones del sector. Tras un desarrollo en el ámbito de curso de formación, el pasado año debido a retrasos en el proceso de contratación, para 2020, el IMI se inicia la oferta de todos los cursos de actualización y actualización de conocimientos, así como la oferta de cursos de formación que continúan en el mercado laboral nuestro país.

Se mantiene la programación de los cursos básicos de embarcar y formación de seguridad, o sea, náutica que sigue habiendo oferta de los cursos generacionales en inglés.

CENTROS NACIONALES

Como importante resultado, desde el 1 de enero entre el funcionario de Huelva, se han generado los cursos nacionales de formación profesional marítima, pesquera y sanitaria.

El IMI se inicia la oferta de todos los cursos de actualización y actualización de conocimientos, así como la oferta de cursos de formación que continúan en el mercado laboral nuestro país.

Se mantiene la programación de los cursos básicos de embarcar y formación de seguridad, o sea, náutica que sigue habiendo oferta de los cursos generacionales en inglés.

Los interesados deben formalizar una inscripción para cada tipo de curso, salvo como mínimo, que podrán categorizarse de la propia web de la Dirección Social o bien acercándose a las Direcciones Provinciales o locales del IMI, según el sistema de gestión que se utilice, así como recibir orientación sobre cada formación específica. Cabe recordar que los cursos no continúan gratis de riesgo sino al cobrarse el curso con los requisitos para ser beneficiario.

Los planes de formación se elaboran conjuntamente elaborando las peticiones del sector. Tras un desarrollo en el ámbito de curso de formación, el pasado año debido a retrasos en el proceso de contratación, para 2020, el IMI se inicia la oferta de todos los cursos de actualización y actualización de conocimientos, así como la oferta de cursos de formación que continúan en el mercado laboral nuestro país.

Se mantiene la programación de los cursos básicos de embarcar y formación de seguridad, o sea, náutica que sigue habiendo oferta de los cursos generacionales en inglés.

Los interesados deben formalizar una inscripción para cada tipo de curso, salvo como mínimo, que podrán categorizarse de la propia web de la Dirección Social o bien acercándose a las Direcciones Provinciales o locales del IMI, según el sistema de gestión que se utilice, así como recibir orientación sobre cada formación específica. Cabe recordar que los cursos no continúan gratis de riesgo sino al cobrarse el curso con los requisitos para ser beneficiario.

Los planes de formación se elaboran conjuntamente elaborando las peticiones del sector. Tras un desarrollo en el ámbito de curso de formación, el pasado año debido a retrasos en el proceso de contratación, para 2020, el IMI se inicia la oferta de todos los cursos de actualización y actualización de conocimientos, así como la oferta de cursos de formación que continúan en el mercado laboral nuestro país.

Se mantiene la programación de los cursos básicos de embarcar y formación de seguridad, o sea, náutica que sigue habiendo oferta de los cursos generacionales en inglés.

Los interesados deben formalizar una inscripción para cada tipo de curso, salvo como mínimo, que podrán categorizarse de la propia web de la Dirección Social o bien acercándose a las Direcciones Provinciales o locales del IMI, según el sistema de gestión que se utilice, así como recibir orientación sobre cada formación específica. Cabe recordar que los cursos no continúan gratis de riesgo sino al cobrarse el curso con los requisitos para ser beneficiario.

Los planes de formación se elaboran conjuntamente elaborando las peticiones del sector. Tras un desarrollo en el ámbito de curso de formación, el pasado año debido a retrasos en el proceso de contratación, para 2020, el IMI se inicia la oferta de todos los cursos de actualización y actualización de conocimientos, así como la oferta de cursos de formación que continúan en el mercado laboral nuestro país.

Se mantiene la programación de los cursos básicos de embarcar y formación de seguridad, o sea, náutica que sigue habiendo oferta de los cursos generacionales en inglés.

Los interesados deben formalizar una inscripción para cada tipo de curso, salvo como mínimo, que podrán categorizarse de la propia web de la Dirección Social o bien acercándose a las Direcciones Provinciales o locales del IMI, según el sistema de gestión que se utilice, así como recibir orientación sobre cada formación específica. Cabe recordar que los cursos no continúan gratis de riesgo sino al cobrarse el curso con los requisitos para ser beneficiario.

Los planes de formación se elaboran conjuntamente elaborando las peticiones del sector. Tras un desarrollo en el ámbito de curso de formación, el pasado año debido a retrasos en el proceso de contratación, para 2020, el IMI se inicia la oferta de todos los cursos de actualización y actualización de conocimientos, así como la oferta de cursos de formación que continúan en el mercado laboral nuestro país.

Se mantiene la programación de los cursos básicos de embarcar y formación de seguridad, o sea, náutica que sigue habiendo oferta de los cursos generacionales en inglés.

Los interesados deben formalizar una inscripción para cada tipo de curso, salvo como mínimo, que podrán categorizarse de la propia web de la Dirección Social o bien acercándose a las Direcciones Provinciales o locales del IMI, según el sistema de gestión que se utilice, así como recibir orientación sobre cada formación específica. Cabe recordar que los cursos no continúan gratis de riesgo sino al cobrarse el curso con los requisitos para ser beneficiario.

Los interesados deben formalizar una inscripción para cada tipo de curso, salvo como mínimo, que podrán categorizarse de la propia web de la Dirección Social o bien acercándose a las Direcciones Provinciales o locales del IMI, según el sistema de gestión que se utilice, así como recibir orientación sobre cada formación específica. Cabe recordar que los cursos no continúan gratis de riesgo sino al cobrarse el curso con los requisitos para ser beneficiario.

Los planes de formación se elaboran conjuntamente elaborando las peticiones del sector. Tras un desarrollo en el ámbito de curso de formación, el pasado año debido a retrasos en el proceso de contratación, para 2020, el IMI se inicia la oferta de todos los cursos de actualización y actualización de conocimientos, así como la oferta de cursos de formación que continúan en el mercado laboral nuestro país.

Se mantiene la programación de los cursos básicos de embarcar y formación de seguridad, o sea, náutica que sigue habiendo oferta de los cursos generacionales en inglés.

Los interesados deben formalizar una inscripción para cada tipo de curso, salvo como mínimo, que podrán categorizarse de la propia web de la Dirección Social o bien acercándose a las Direcciones Provinciales o locales del IMI, según el sistema de gestión que se utilice, así como recibir orientación sobre cada formación específica. Cabe recordar que los cursos no continúan gratis de riesgo sino al cobrarse el curso con los requisitos para ser beneficiario.

Los planes de formación se elaboran conjuntamente elaborando las peticiones del sector. Tras un desarrollo en el ámbito de curso de formación, el pasado año debido a retrasos en el proceso de contratación, para 2020, el IMI se inicia la oferta de todos los cursos de actualización y actualización de conocimientos, así como la oferta de cursos de formación que continúan en el mercado laboral nuestro país.

Se mantiene la programación de los cursos básicos de embarcar y formación de seguridad, o sea, náutica que sigue habiendo oferta de los cursos generacionales en inglés.

Los interesados deben formalizar una inscripción para cada tipo de curso, salvo como mínimo, que podrán categorizarse de la propia web de la Dirección Social o bien acercándose a las Direcciones Provinciales o locales del IMI, según el sistema de gestión que se utilice, así como recibir orientación sobre cada formación específica. Cabe recordar que los cursos no continúan gratis de riesgo sino al cobrarse el curso con los requisitos para ser beneficiario.

Los planes de formación se elaboran conjuntamente elaborando las peticiones del sector. Tras un desarrollo en el ámbito de curso de formación, el pasado año debido a retrasos en el proceso de contratación, para 2020, el IMI se inicia la oferta de todos los cursos de actualización y actualización de conocimientos, así como la oferta de cursos de formación que continúan en el mercado laboral nuestro país.

Se mantiene la programación de los cursos básicos de embarcar y formación de seguridad, o sea, náutica que sigue habiendo oferta de los cursos generacionales en inglés.



El Ministerio de Defensa destaca un ejemplar impreso de la Revista de Aeronáutica y Astronáutica donde aparece publicado el artículo sobre: "Herramientas de financiación europeas para la formación de personal militar de tropa y marinería".

Ilustración 8 Imagen de la Revista Aeronáutica y Astronáutica



La Fundación Escuela de Organización Industrial destaca 45 acciones de difusión, la mayoría Campañas de difusión, campañas on line, campañas en Redes Sociales, etc. Como la de “Emprendedoras para el cambio POEFE ed. 2”.

Por otra parte, la Fundación Biodiversidad -Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico, en 2020, en el marco del Programa Empleaverde, ha realizado tres campañas de comunicación e información relacionadas con el Programa Operativo:

- Campaña de difusión del servicio de altas Constituye #TuEmpresaVerde de la Red emprenderverde.
- Campaña de difusión de la convocatoria 2020 del Programa empleaverde subvención MEJORA.
- Campaña de difusión de la convocatoria 2020 del Programa empleaverde para la contratación de personas desempleadas.

La Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de España destaca la puesta en marcha de la campaña ‘Ya que te gusta elegir, elige FP Dual’ para sensibilizar e informar a la sociedad en general sobre los beneficios de la Formación Profesional Dual y mejorar así la empleabilidad de los jóvenes. Además de su difusión a la sociedad española en general, se está llevando a cabo una campaña en redes sociales, como Facebook e Instagram, para dar a conocer a los jóvenes los beneficios de esta modalidad formativa.

Vídeo https://www.youtube.com/watch?v=zHGhQDtc_Gc

Ilustración 9 Banners en Redes Sociales



En 2020 se ha hecho difusión del nuevo programa +45, con el objetivo de mejorar las oportunidades de inserción laboral a personas de entre 45 y 60 años, optimizando sus habilidades y competencias en el ámbito digital.

También se ha continuado con la Campaña Quiero Ser Mi Propia Jefa, que comenzó en 2018 con el objetivo principal de dar difusión al Programa de Apoyo Empresarial a las Mujeres y orientar la atención del público objetivo hacia los canales digitales destinados a su difusión. Para ello se ha dado continuidad a los contenidos inspiradores que identificaran la motivación que tiene una mujer al emprender su propio negocio. El hashtag #QuieroSerMiPropiaJefa está presente en las creatividades, banners, vídeos, infografías y folletos destinados a la difusión del Programa.

Ilustración 10 Ejemplos de actuaciones de comunicación



Ilustración 11 Reportaje sobre emprendimiento femenino



Ilustración 12 Reportaje sobre emprendimiento femenino en prensa

OPRECIDO POR CÁMARA DE COMERCIO DE ESPAÑA

Así es como estas cinco mujeres han conseguido alcanzar el éxito empresarial

Casi 5.000 emprendedoras han recibido el apoyo del Programa PAEM de la Cámara de Comercio de España y el Instituto de las Mujeres para crear proyectos de éxito, con la colaboración del Fondo Social Europeo, una iniciativa que fomenta la creación y consolidación de empresas lideradas por mujeres.



Ara Sanja
«Educar a niños y adolescentes en responsabilidad e igualdad»

U de la vida de esta mujer emprendedora es el ejemplo de cómo se puede hacer un negocio con sentido social, en este caso, enseñar a los niños y adolescentes a ser responsables y a actuar con igualdad.

Paula Suárez
«Aliviar sufrimiento y molestias era necesario»

Paula Suárez es un ejemplo de cómo se puede hacer un negocio con sentido social, en este caso, enseñar a los niños y adolescentes a ser responsables y a actuar con igualdad.

Española Diana
«No basta con tener «las», hay que aprender a desplegarlas»

Española Diana es un ejemplo de cómo se puede hacer un negocio con sentido social, en este caso, enseñar a los niños y adolescentes a ser responsables y a actuar con igualdad.

Rosalba Fernández
«Tener una mano amiga que te guíe y te reconforte es vital»

Rosalba Fernández es un ejemplo de cómo se puede hacer un negocio con sentido social, en este caso, enseñar a los niños y adolescentes a ser responsables y a actuar con igualdad.

Asteria María Muñoz
«Abandoné el sector financiero para buscar mi vocación»

Asteria María Muñoz es un ejemplo de cómo se puede hacer un negocio con sentido social, en este caso, enseñar a los niños y adolescentes a ser responsables y a actuar con igualdad.

«Tenía la necesidad de contacto humano y de servir a la gente»

«Los niños descubren lo fácil de forma divertida»

20 años

Esfuerzo, ilusión y resiliencia para alcanzar el éxito empresarial

En nuestro país, cerca de 5.000 emprendedoras han recibido el apoyo del Programa PAEM de la Cámara de Comercio de España y el Instituto de las Mujeres, con la colaboración del Fondo Social Europeo, para poner en marcha sus proyectos. Un programa que apuesta por la creación y consolidación de empresas lideradas por mujeres.

BUENEDIA STUDIO | 05/12/2021 | 19:57h



Medida 2.9: La Autoridad de Gestión ha celebrado el Día de Europa (9 de mayo).

<https://www.mites.gov.es/uafse/es/noticias/dia-europa-2021/index.htm>

Medida 2.10: Muchos Organismos Intermedios han utilizado a los medios de comunicación para informar sobre determinadas actividades desarrolladas en el marco del Programa Operativo, como convocatorias, jornadas, encuentros cursos, talleres, etc., en algunos casos con la elaboración de notas de prensa (Agencia Estatal de Investigación -Ministerio de Ciencia e Innovación- Fundación Escuela de Organización Industrial, Fundación Biodiversidad -Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico-, Fundación Instituto Cameral para la Creación y Desarrollo de la Empresa, Instituto de Salud Carlos III -Ministerio de Ciencia e Innovación-, Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de España, Fundación Escuela de Organización Industrial). Destacan las 246 acciones de difusión de la Fundación Instituto Cameral para la Creación y Desarrollo de la Empresa y 256 de Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de España.

Algunos ejemplos:

La Opinión 'Rumbo al cambio' para descubrir tu objetivo profesional y de vida: <https://www.laopiniondemalaga.es/opinion/2019/04/06/rumbo-cambio-descubrir-objetivo-profesional/1080045.html>

Nota de prensa relacionada con el Programa de la Fundación Escuela de Organización Industrial "12 Retos de la Industria 4.0" o las noticias en prensa y medios digitales de Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de España:



<https://www.mincotur.gob.es/es-es/gabineteprensa/notasprensa/2020/documents/200214%20np%2012%20retos.pdf>

Ilustración 13 Noticia en prensa sobre el apoyo empresarial a las mujeres

La Nueva España
PAÍS: España
PÁGINAS: 44
TARIFA: 1975 €
AREA: 400 CM² - 38%

FRECUENCIA: Diario
O.J.D.: 35927
E.G.M.: 271000
SECCIÓN: INDUSTRIA

31 Mayo, 2019

La Cámara de Comercio impulsa un programa de apoyo empresarial a las mujeres

Bajo el lema "Quiero ser mi propia jefa", la entidad ovetense realiza esta iniciativa para fomentar la capacidad de emprender entre las mujeres

Diada, Paula FERNÁNDEZ: "Quiero ser mi propia jefa". Bajo este lema, el Programa de Apoyo Empresarial a las Mujeres (PAEM) -del que forma parte la Cámara de Comercio de Oviedo- es una iniciativa nacional de promoción y apoyo a la actividad empresarial de las mujeres, que cuenta con 20 años de actividad y es el más importante de nuestro país.

Este programa está dirigido a pequeñas mujeres que ya tienen una idea, proyecto o negocio, tanto si se encuentran en el inicio, como si están en fases de desarrollo o consolidación. El objetivo es fomentar la capacidad de emprender de las mujeres, proporcionándoles la información necesaria sobre financiación, oportunidades de autoempleo, trámites administrativos que tienen que realizar, los roles empresariales que existen, las publicaciones es-



Imagen de archiva Carlos Parcerisas, presidente de la Cámara de Comercio, con las integrantes de la asociación Empresa y Mujer. (14/05/2019)

pecializadas que pueden leer y las direcciones de interés a las que pueden dirigirse. El programa cuenta con el apoyo financiero del Fondo Social Europeo, del Instituto de la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades y de la Cámara de Comercio de Oviedo. En 2018 el número de mujeres que participaron a través de la Cámara de Comercio de Oviedo fue de 344, de las cuales 62

proyectos en marcha su negocio. Durante el proceso se analiza cada plan de negocio, la posible viabilidad, al tiempo que las emprendedoras tienen la oportunidad de recibir orientación sobre nuevas tecnologías, áreas del negocio o distintas herramientas financieras.

Una vez que los técnicos de la Cámara de Comercio de Oviedo han analizado que el proyecto es económicamente viable las mujeres pueden recibir un crédito que les ayude a montar su negocio. La financiación, en este caso proviene de Macrobank, perteneciente a Carabank. El importe máximo del crédito es de 23.000 euros con un tipo de interés del 5,50%. La financiación podrá cubrir incluso hasta el 100% del proyecto y, para amortizarlo, las emprendedoras cuentan con un plazo máximo de seis años, con un período de carencia de seis meses optativos.

El programa también cuenta con asesoramiento en internet a través de la página web empresarias.comara.es. El perfil de la mujer que se acoge a este programa es el de una emprendedora, entre 24 y 54 años, con conocimientos técnicos y prácticos sobre el sector en el que va a desempeñar su labor, pero sin tener experiencia previa en gestión empresarial.

https://www.lespanol.com/invertia/empresas/20191219/fp-dual-despunta-espana-jovenes-matriculados/453204768_0.html

La Opinión 'Rumbo al cambio' PARA descubrir tu objetivo profesional y de vida:

<https://www.laopiniondemalaga.es/opinion/2019/04/06/rumbo-cambio-descubrir-objetivo-profesional/1080045.html>

<https://www.mincotur.gob.es/es-es/gabineteprensa/notasprensa/2020/documents/200214%20np%2012%20retos.pdf>

Ilustración 14 Noticia en prensa sobre la FP Dual

DIARIO DE NAVARRA
PAÍS: España
PÁGINAS: 27
TARIFA: 2475 €
AREA: 267 CM² - 32%

FRECUENCIA: Diario
O.J.D.: 37320
E.G.M.: 142000
SECCIÓN: NAVARRA

21 Noviembre, 2019

La FP Dual presenta una tasa de inserción laboral del 70%

El 87% de las empresas navarras no encuentran los perfiles profesionales para sus ofertas laborales

La I Feria Virtual de FP Dual de Navarra reunió ayer a más de 200 participantes




La Formación Profesional Dual tiene una tasa de inserción laboral del 70%, así lo ha señalado Francisco Bertrán, responsable de la Fundación Bertrán y Presidente de la Fundación Promoción de la Formación Profesional Dual, organizada por el Gobierno de Navarra, la Cámara de Comercio de Navarra y el Servicio de Empleo de Navarra, Javier Zubizarreta, en una rueda de prensa celebrada ayer en la I Feria Virtual de Formación Profesional Dual, organizada por el Gobierno de Navarra, la Cámara de Comercio de Navarra y el Servicio de Empleo de Navarra.

El responsable de Formación Profesional de la Cámara de Comercio de Navarra, Javier Zubizarreta, ha sido el encargado de presentar la FP Dual en "absolutamente todas las empresas navarras", ya que el 87% de las empresas navarras no encuentran los perfiles profesionales que necesitan para sus ofertas laborales.

Por lo tanto, las empresas que necesitan a tener en los próximos años emprendedoras a FP representan el 13% del total de las empresas navarras. "Si queremos dar respuesta a estas necesidades que tenemos por la FP Dual, debemos tener en cuenta que el 87% de las empresas navarras no encuentran los perfiles profesionales que necesitan para sus ofertas laborales", dijo Zubizarreta.

En 2018 el número de mujeres que participaron a través de la Cámara de Comercio de Oviedo fue de 344, de las cuales 62



Medida 2.11: Algunos Organismos Intermedios (Dirección General de Cooperación Autonómica y Local -Ministerio de Política Territorial-, Fundación Biodiversidad -Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico-, Instituto de Salud Carlos III -Ministerio de Ciencia e Innovación-, Fundación Escuela de Organización Industrial, Entidad Pública Empresarial RED.ES -Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital-, Agencia Estatal de Investigación -Ministerio de Ciencia e Innovación- Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de España, Ministerio de Educación y Formación Profesional) han organizado seminarios, jornadas y conferencias para dar a conocer actividades concretas del Programa.

Destacan los 43 actos públicos organizados por la Fundación Escuela de Organización Industrial y la realización también de 4 webinars sobre el servicio de Mentoring de la Fundación Biodiversidad -Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico- y 150 actividades y actos públicos desarrollados por Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de España y el conjunto de red de Cámaras. También destacan los Campeonatos nacionales SpainSkills 2019 (Ministerio de Educación y Formación Profesional) y la Jornada sobre “El papel de la Agencia Estatal de Investigación -Ministerio de Ciencia e Innovación-) en la gestión de Fondos Estructurales y de Inversión Europeos (FEDER y FSE)”.

Ilustración 15 Actos públicos. Campeonatos Nacionales de *SpainSkills*



Los Campeonatos Nacionales de *SpainSkills 2019* tuvieron lugar en marzo de 2019 en el Recinto Ferial de Ifema en Madrid, como parte de las Acciones de calidad en Formación Profesional del sistema educativo español (“CALIDAD”):

<https://spain-skills.es/competiciones/nacional/spainskills-madrid-2019>

Ilustración 16 Acto público. FP Dual



https://www.elespanol.com/invertia/20210310/encuentro-fp-dual-espanol-vision-marcha-covid-19/561444374_0.html

V Encuentro FP Dual: Una visión tras el nuevo plan en marca y la COVID-19

17 de marzo 2021

Ilustración 17 Foro. El Emprendimiento femenino



https://cincodias.elpais.com/cincodias/2021/12/20/companias/1640027616_701335.html

Foro El emprendimiento femenino, clave para el desarrollo social y económico español 21 de diciembre 2021



https://www.elconfidencial.com/empresas/2021-06-23/emprendimiento-femenino-financiacion-mujeres-bra_3143627/

Ilustración 18 Jornada. Romper la brecha de género en emprendimiento



Ilustración 19 Feria virtual de Empleo y Emprendimiento



Feria Virtual de empleo y emprendimiento realizada por la Cámara de Ciudad Real

19 de noviembre 2021

Medida 2.12. Algunos organismos han convocado ruedas de prensa para informar a la opinión pública sobre eventos concretos o para difundir determinadas actividades del Programa Operativo.

Medida 2.14: Algunos Organismos Intermedios han utilizado las redes sociales para comunicar y difundir actividades concretas del Programa Operativo, como actuaciones formativas, encuentros, etc. Algunos han utilizado, incluso, más de una red social (Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de España, Fundación Escuela de Organización Industrial, Fundación Biodiversidad -Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico-, Fundación Instituto Cameral para la Creación y Desarrollo de la Empresa).

Ilustración 20 Ejemplos. Páginas webs, redes sociales



Campaña en redes sociales del programa España Emprende: #EmprendemosContigo:



<https://twitter.com/FundacionINCYDE>



<https://twitter.com/eoi>

<https://www.facebook.com/eoi.edu>

<https://es-es.facebook.com/emprenderverde/>

<https://www.youtube.com/user/Biodiversidad>

También se han utilizado otras como Instagram.

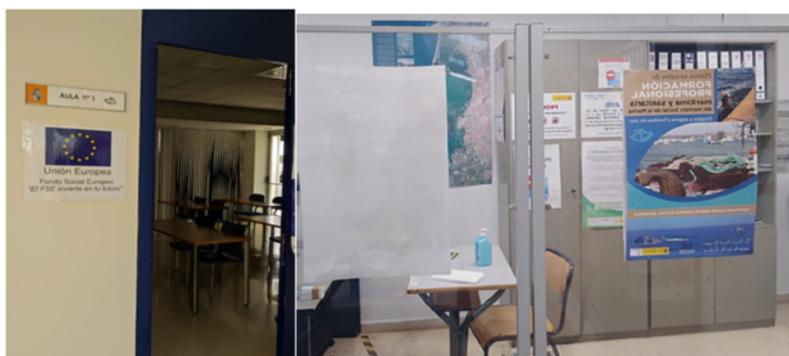
Medida 2.15: Se han presentado casos de Buenas Prácticas.

<http://www.mites.gov.es/uafse/es/buenas-practicas/index.htm>

Medida 2.16: Muchos Organismos Intermedios insertan el emblema y el lema acordado para el FSE en la documentación y material divulgativo, para que resalte el valor añadido del mismo y de la UE. (Dirección General de Cooperación Autonómica y Local -Ministerio de Política Territorial-, Fundación Escuela de Organización Industrial, Fundación Biodiversidad -Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico-, Instituto Social de la Marina -Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones-, Dirección General de Desarrollo Rural y Política Forestal -Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación-, Instituto de Salud Carlos III -Ministerio de Ciencia e Innovación-, Ministerio de Educación y Formación Profesional).

Ilustración 21 Ejemplos. Medida 2.16





3. Coordinación

Medida 3.1: Se han elaborado metodologías de trabajo. Algún Organismo Intermedio (Dirección General de Desarrollo Rural y Política Forestal -Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación -, Servicio Público de Empleo Estatal -Ministerio de Trabajo y Economía Social-, Fundación Biodiversidad -Ministerio para la Transición Ecológica y de Reto Demográfico-), además se han elaborado Manuales de procedimiento.

Medida 3.2: Se han realizado jornadas de trabajo con otros agentes que intervienen como gestores del FSE, para la puesta en común de obligaciones, actuaciones, métodos de gestión, etc. (Fundación Biodiversidad -Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico-, Instituto Social de la Marina -Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones-, Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de España, Dirección General de Cooperación Autonómica y Local -Ministerio de Política Territorial-).

Medida 3.3: Desde la Autoridad de Gestión y algunos Organismos Intermedios se han dado instrucciones para facilitar el cumplimiento de las obligaciones en materia de información y comunicación (Agencia Estatal de Investigación -Ministerio de Ciencia e Innovación-, Instituto de Salud Carlos III -Ministerio de Ciencia e Innovación-, Ministerio de Educación y Formación Profesional, Fundación Biodiversidad -Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico- Instituto Social de la Marina -Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones-, Fundación Escuela de Organización Industrial). El Servicio Público de Empleo Estatal -Ministerio de Trabajo y Economía Social- ha hecho cartas individualizadas.

Destaca la Guía para la utilización de la página web empleaverde para la difusión de los proyectos beneficiarios de la Fundación Biodiversidad -Ministerio para la Transición Ecológica y

el Reto Demográfico-, o las instrucciones del Instituto de Salud Carlos III -Ministerio de Ciencia e Innovación-.

https://www.isciii.es/QueHacemos/Financiacion/Seguimiento/Cofinanciacion_Union_Europea/Paginas/Comunicaci%C3%B3n.aspx

Otros ejemplos son la actualización del Documento técnico sobre el procedimiento para el intercambio de información entre el Ministerio de Educación y Formación Profesional y las Comunidades Autónomas y el Ministerio de Educación y Formación Profesional y la Tesorería General de la Seguridad Social para los indicadores relativos al Fondo Social Europeo; o la adecuación de las Instrucciones de justificación económica de diferentes convocatorias de contratos predoctorales para la formación de doctores (Agencia Estatal de Investigación-Ministerio de Ciencia e Innovación-).

Medida 3.4: Se han seguido convocando las redes GERIP e INIO, tanto por la Autoridad de Gestión como por la Comisión Europea.

Estas actuaciones se complementan con las desarrolladas por la UAFSE, en el marco de la Estrategia de Comunicación del Programa de Asistencia Técnica (POAT) y que se detallan en los correspondientes Informes Anuales de Ejecución y que han sido analizadas en la Evaluación Final de la Estrategia de Comunicación del Programa Operativo de Asistencia Técnica FSE 2014-2020.

Hasta el momento se ha analizado la ejecución de la Estrategia de Comunicación del Programa Operativo de Empleo, Formación y Educación FSE 2014-2020, aunque no se ha encontrado información para su estudio de la medida 2.1 y 2.13.

Se puede observar que los actores implicados han contribuido en la ejecución de la Estrategia de Comunicación con mayor o menor intensidad. Se aprecia, asimismo, una importante labor de comunicación y visibilización de las actuaciones realizadas en el marco del Programa Operativo.

Además, hay que analizar, por su importancia, al ser una obligación recogida en la reglamentación comunitaria, la “**lista de operaciones**” En el el Anexo XII del Reglamento de Disposiciones Comunes (UE) nº 1303/2013 se recogen los campos obligatorios que ha de contener, información que se debe facilitar en formato xml, excel o pdf y debe estar disponible en el portal web único de la Autoridad de Gestión. En este sentido, es importante recordar que esta obligación corresponde a las Autoridades de Gestión, en el caso que nos ocupa, es la Unidad Administradora del FSE quien tiene que garantizar que exista esta lista, con sus correspondientes campos, tal y como se establece en el Reglamento, con una actualización semestral. Siendo responsabilidad de los Órganos Gestores, que el contenido de la información sea correcta y completa.

En el Portal Web Único de la Autoridad de Gestión de FSE se ha podido consultar la lista de operaciones del Programa Operativo de Empleo, Formación y Educación FSE 2014-2020 en formato excel, con una actualización semestral, pero se observa que todos los campos están en castellano. Sin embargo, en Anexo XII se dice: “[...] Los títulos de los campos de datos se

facilitarán también en al menos otra lengua oficial de la Unión [...]”, no teniéndose en cuenta esta obligación reglamentaria.

Por lo que se refiere al contenido de la información, ésta es clara y entendible, facilitando a cualquier interesado conocer las operaciones ejecutadas, su coste, así como el período en que se ha realizado, aunque no se cumplimenta el campo correspondiente al código postal, tal ausencia se motiva por la dificultad de encuadrar territorialmente las actuaciones, ya que hay actuaciones que se desarrollan en varios territorios de forma simultánea.

Por su parte, a lo largo del período de programación, se han presentado los siguientes casos de Buenas Prácticas³:

- Programa European Coworkings. Fundación Escuela de Organización Industrial.
- Red de Espacios Cowrking. Fundación Escuela de Organización Industrial.
- Green Circular Day. Fundación Biodiversidad. Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico.
- “Programa Digitalxborden – Digitalización para Internacionalización” Fundación Escuela de Organización Industrial.
- Acto “Comprometidos con el empleo verde”. Fundación Biodiversidad. Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico.
- Programa “Repuebla en verde”. Fundación Biodiversidad. Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico.
- Estrategia Digital del Programa de Apoyo Empresarial a las Mujeres (Programa PAEM) con la campaña “Quiero ser mi propia jefa”. Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de España.
- Labs empreverde. Fundación Biodiversidad. Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico.
- “El Destino empleo verde: Agroecología y huertos urbanos”. Fundación Biodiversidad. Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico.
- Programa de Apoyo Empresarial a las Mujeres. Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de España.
- Proyecto DIFICULTA. Fundación ONCE.
- Programas de Desarrollo de Negocio Digital y Asesoramiento PYME COVID-19. Fundación escuela de Organización Industrial-

³ Información recogida de los Informes Anuales de Ejecución.

- Rumbo al cambio: Centro Penitenciario Alhaurín de la Torre. Fundación Instituto Cameral de Creación y Desarrollo de la Empresa.
- Programa 45+. Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de España.
- Andalucía emprede'20. Fundación Instituto Cameral de Creación y Desarrollo de la Empresa.
- Canarias emprede'20. Fundación Instituto Cameral de Creación y Desarrollo de la Empresa.
- Rumbo al cambio 2021: Fabricando nuevas realidades. Fundación Instituto Cameral de Creación y Desarrollo de la Empresa.
- Programas de Desarrollo de Negocio Digital – Castilla-La Mancha. Fundación Escuela de Organización Industrial.
- Andalucía emprede'21. Fundación Instituto Cameral de Creación y Desarrollo de la Empresa.

En resumen, se observa que todas las medidas se han ejecutado o están a punto de ser finalizadas. La lista de operaciones se actualiza periódicamente, ofreciendo una información clara y entendible. Y se han mostrado los logros del Programa Operativo a través de la presentación de casos de Buenas Prácticas.

4.2 Integración de las actividades de información y publicidad en los Informes Anuales de Ejecución

En el Reglamento de Disposiciones Comunes (UE) nº 1303/2013 se establece las siguientes obligaciones para el período de programación 2014-2020:

- ✓ Facilitar información al Comité de Seguimiento, al menos una vez al año, sobre los avances de la aplicación de la Estrategia de Comunicación, el análisis de los resultados, así como las actividades de información y comunicación que se prevea efectuar en el siguiente año (artículo 110.1.c).
- ✓ El Comité de Seguimiento deberá examinar y aprobar la Estrategia de Comunicación y toda modificación de ésta (artículo 110.2.d).
- ✓ En los Informes Anuales Ampliados de 2017 y 2019 se expondrán y evaluarán los resultados de las medidas de información y publicidad de los Fondos aplicadas conforme a la Estrategia de Comunicación (artículo 111.4b).

A tenor de estas obligaciones establecidas en dicho Reglamento, en el seno de la Red GERIP se acordó la información que se debería incluir en los Informes Anuales de Ejecución, así como la información a presentar en los Comités de Seguimiento. La cual se detalla a continuación:

- ✓ **Anexo de Comunicación:** Se acordó que este documento debería tener una estructura y contenido similar a la que se facilitaba en el periodo de programación 2007-2013, es

decir los indicadores de comunicación (en valores absolutos y relativos), un breve comentario sobre la ejecución de éstos e información sobre las actuaciones más destacadas, así como, una descripción del cumplimiento de las obligaciones reglamentarias, es decir, Portal Web Único, lista de operaciones y la celebración de un acto anual de cierta relevancia.

- ✓ **Avance de la Estrategia de Comunicación:** Documento en el que se incluye un listado de las actividades en materia de comunicación que está previsto realizar en el siguiente año, así como, posibles cambios de la Estrategia de Comunicación, los cuales serán comunicados en el Comité de Seguimiento para su aprobación.
- ✓ **Informe para la ciudadanía:** Este informe se presenta junto con cada Informe Anual de Ejecución. Es un resumen del Informe Anual de Ejecución elaborado para que la ciudadanía tenga conocimiento de lo que se ha realizado en la correspondiente anualidad.

Esta decisión adoptada en la Red GERIP se valora de forma positiva, dado que dota de homogeneidad el seguimiento de la Estrategia de Comunicación y recoge rigurosamente los avances experimentados en la ejecución, permitiendo la adopción, si fuera preciso, de medidas correctoras para mejorar el desempeño de las mismas.

Aunque, genera una serie de obligaciones extraordinarias que el Reglamento de Disposiciones Comunes no establece y conlleva que los equipos de comunicación tengan que efectuar unas tareas añadidas que, a pesar de esta circunstancia se valoran de forma positiva.

Los Informes Anuales de Ejecución han ido acompañados todos los años por un informe para la ciudadanía, dónde se ha puesto de manifiesto las realizaciones efectuadas durante la anualidad, fomentando la transparencia y la comunicación.

Este informe ha ido evolucionando conforme ha ido avanzando el período de programación, es decir, en las primeras anualidades se ponía de manifiesto cuestiones relativas a la programación y organización del Programa Operativo y a medida que la programación iba avanzando el informe iba incluyendo más contenidos.

Sin embargo y a pesar de disponer el Programa Operativo de un número importante de Organismos Intermedios y Beneficiarios, se debería intentar hacer un documento menos extenso y más visual, más amable para la ciudadanía.

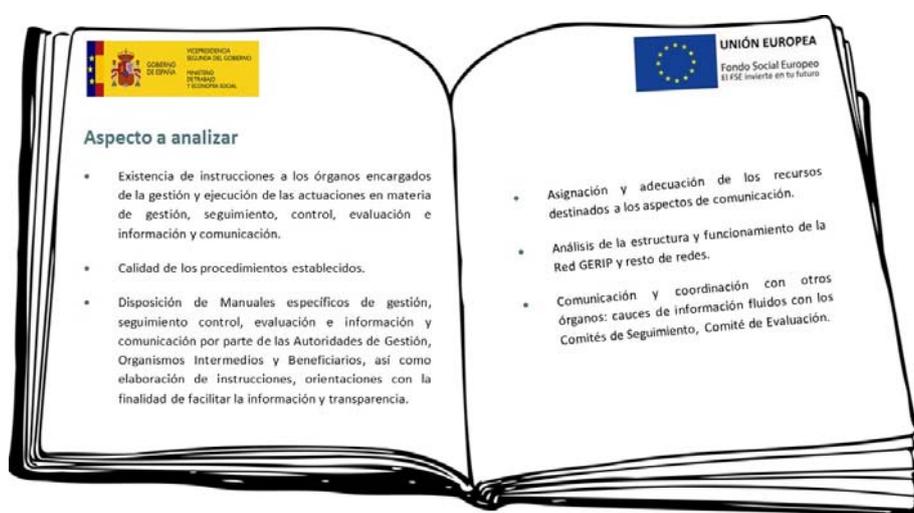
Por su parte, en los Informes Anuales de Ejecución de los años 2017 y 2019 se dio cumplimiento al epígrafe 12.2 Resultados de las medidas de información y publicidad de los Fondos aplicados conforme a la estrategia de comunicación.

Además, en todas las reuniones de los Comités de Seguimiento se incluye un punto en el orden del día destinado a la comunicación del Programa Operativo, donde se da cuenta de las realizaciones acometidas y de las actividades previstas para la próxima anualidad, como las posibles modificaciones que pudieran ser necesario realizar en la Estrategia de Comunicación.

4.3 Repercusión de los sistemas de seguimiento en la calidad de la ejecución de las medidas

El conocimiento de los procesos de la puesta en marcha y aplicación de los Programas Operativos y su Estrategia de Comunicación puede ayudar a identificar factores de éxito u obstáculos cuya consideración es decisiva para comprender los niveles de realización alcanzados, así como los resultados e impactos globales. Con frecuencia, la eficacia de las actuaciones en información y comunicación se explica no sólo por la mayor o menor bondad de la Estrategia de Comunicación, sino por el proceso de implantación o ejecución de ésta.

Ilustración 22 Estructura del análisis de los sistemas de seguimiento en la calidad de la ejecución de las medidas



Fuente: Elaboración propia a partir de la "Guía de Seguimiento y Evaluación de las Estrategias de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER y del Fondo Social Europeo 2014-2020".

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

Dentro de la Estrategia de Comunicación se han diseñado tres medidas específicas en este sentido:

- Medida 3.1: Elaboración de metodologías de trabajo.
- Medida 3.2: Realización de reuniones, jornadas, seminarios con la finalidad de poner en común obligaciones en materia de información y comunicación.
- Medida 3.3: Elaboración de documentos de orientaciones e instrucciones específicas en la materia.

Por su parte, la Autoridad de Gestión ha elaborado instrucciones para coordinar y homogeneizar las tareas de comunicación, como las orientaciones para la elaboración de los Informes Anuales de Ejecución, las Estrategias de Comunicación, la selección de buenas prácticas, etc.

Se han realizado jornadas de trabajo con otros agentes que intervienen como gestores del FSE, para la puesta en común de obligaciones, actuaciones, métodos de gestión, etc.

Desde la Autoridad de Gestión se han dado instrucciones para facilitar el cumplimiento de las obligaciones en materia de información y comunicación. La mayoría relacionadas con el uso del emblema.

Además, se destacan las siguientes metodologías y guías prácticas elaboradas:

- Guía para la utilización de la página web empleaverde para la difusión de los proyectos beneficiarios de la Fundación Biodiversidad -Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico-, o las instrucciones del Instituto de Salud Carlos III -Ministerio de Ciencia e Innovación-.
- Documento técnico sobre el procedimiento para el intercambio de información entre el Ministerio de Educación y Formación Profesional y las Comunidades Autónomas y el Ministerio de Educación y Formación Profesional y la Tesorería General de la Seguridad Social para los indicadores relativos al Fondo Social Europeo.
- Adecuación de las Instrucciones de justificación económica de diferentes convocatorias de contratos predoctorales para la formación de doctores (Agencia Estatal de Investigación- Ministerio de Ciencia e Innovación-).

Calidad de los procedimientos establecidos.

El sistema de seguimiento definido para medir el grado de eficacia de la ejecución se basa en el suministro periódico de información sobre las actividades acometidas por los diferentes actores responsables de la información y comunicación (Autoridades de Gestión, Organismos Intermedios, Órganos Gestores/Beneficiarios), lo que permite elaborar los indicadores de realización y resultado definidos en la Estrategia de Comunicación. Asimismo, en la Estrategia de Comunicación se establece la metodología a emplear para cuantificar cada uno de los indicadores.

El sistema propuesto es continuista con el período de programación anterior, al haber demostrado su bondad, lo que es adecuado para poder efectuar un seguimiento de las actividades efectuadas.

No obstante, no todos los Organismos Intermedios, Órganos Gestores y/o Beneficiarios han remitido periódicamente la información solicitada, lo que dificulta las tareas de seguimiento, al menos, de una forma cuantitativa.

Por lo que se refiere a la evaluación de comunicación, la metodología utilizada es también continuista con respecto al período de programación anterior. Se ha definido una evaluación intermedia con la finalidad de mejorar la aplicación de la Estrategia de Comunicación y una evaluación final dirigida a facilitar recomendaciones de aplicación en el período de programación 2021-2027, aunque la fecha prevista para realizar esta evaluación final es

posterior a las tareas de programación del nuevo período. A pesar de este desfase temporal, en este informe se emitirá recomendaciones para el período 2021-2027.

El procedimiento definido es positivo, sin embargo, para poder mejorar la calidad del sistema es necesario que se faciliten los indicadores de realización y resultado y mantener actualizada la información que se incluye en el Portal Web Único, ya que esta información es necesaria, al menos, para poder realizar los distintos ejercicios de evaluación.

Asimismo, el sistema de verificación se valora de forma positiva. Este procedimiento se ha adaptado correctamente para tener en cuenta todas las obligaciones en materia de información y comunicación, no habiéndose detectado incidencias reseñables, ni ha habido ninguna corrección financiera derivada del incumplimiento de la normativa en materia de información y comunicación, cuestión que se valora de forma positiva.

Por último, en lo referente a la coordinación entre los distintos actores implicados, se observa un contacto periódico y constante entre los diferentes organismos. La responsable de comunicación de la Autoridad de Gestión solventa todas las dudas que pudieran surgir en esta materia, así como en los contenidos que deben incluir el material de comunicación, además de participar en jornadas formativas, cuando así es requerida, valorándose de forma positiva.

Disposición de Manuales específicos de gestión, seguimiento, control, evaluación e información y comunicación por parte de las Autoridades de Gestión, Organismos Intermedios y Beneficiarios, así como elaboración de instrucciones, orientaciones con la finalidad de facilitar la información y transparencia.

La capacidad de gestión, seguimiento, control, evaluación y comunicación de los Organismos Intermedios es un elemento importante que influye sobre el impacto de los Fondos Estructurales y de Inversión Europeos. Por ello, la calidad del proceso de implementación de las actuaciones es fundamental para asegurar una transposición correcta de las medidas. A este fin se quiere contribuir con la elaboración y distribución de Manuales.

A lo largo de todo el período de programación, la Autoridad de Gestión ha ido transmitiendo información e instrucciones a los Organismos Intermedios. Por su parte, en la Estrategia de Comunicación se diseñó una medida específica en este sentido, concretamente la Medida 3.3: Elaboración de documentos de orientaciones e instrucciones específicas en la materia.

En cuanto a evaluación se refiere, se destacan los siguientes documentos:

- Plan Estratégico Nacional de Evaluación del FSE 2014-2020.
- Plan de Evaluación Específico del Programa Operativo de Empleo, Formación y Educación 2014-2020.

Estos Planes de Evaluación, incorporan por primera vez las evaluaciones de la Estrategia de Comunicación, cuestión que demuestra la importancia que desde la Autoridad de Gestión se está dando a las tareas de información y comunicación, valorándose, en consecuencia, de forma positiva.

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

Como ya se ha puesto de manifiesto con anterioridad, en el período de programación 2014-2020 se ha incrementado la carga de trabajo en materia de comunicación, lo que implica dedicar mayor dotación de recursos humanos y materiales a esta área.

Las personas responsables en materia de comunicación se identifican en el apartado 4.2 de la Estrategia de Comunicación.

Asimismo, como ya se ha indicado en el apartado 3.3 de este Informe de Evaluación Final, la dotación de recursos humanos es insuficiente en el caso de la Autoridad de Gestión para acometer todas las obligaciones aprobadas en la Red GERIP.

En cuanto al montante financiero asignado a la Estrategia de Comunicación, se remite al apartado 3.3 de este Informe de Evaluación.

En conclusión, y en términos generales, se considera adecuados los recursos asignados a la Estrategia de Comunicación, aunque con ciertos matices, ya que son necesarias mejoras en la dotación de personal para intentar cumplir plenamente con las obligaciones impuestas en esta materia en la Red GERIP.

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

En el período de programación 2007-2013 se constituyó la Red GERIP, dada la eficacia que mostró, además de ser considerada como ejemplo de Buena Práctica, se decidió que se mantuvieran en el período de programación 2014-2020.

Esta Red está contribuyendo de forma positiva a la correcta ejecución, gestión y seguimiento de la Estrategia de Comunicación y a la materialización de las prioridades estratégicas de la Unión Europea en materia de información y comunicación.

La Red GERIP está constituida por las Autoridades de Gestión del FEDER y del FSE y las personas responsables de comunicación de los Organismos Intermedios regionales.

Hasta el momento, en las reuniones mantenidas de la Red GERIP se ha debatido, trabajado y consensuado metodologías como aquellas relacionadas con los indicadores de comunicación, criterios para considerar un proyecto una buena práctica, contenido de los Informes Anuales de Ejecución, diseño del Informe a la Ciudadanía, pautas metodológicas para acometer las evaluaciones, etc., garantizándose una absoluta coordinación entre los actores implicados y una homogenización en las tareas a desarrollar. Además, establece un puente informativo entre los participantes de la Red española y las Redes europeas INFORM (FEDER-FSE) e INIO (FSE). Estas redes europeas confortan un espacio apropiado para el intercambio de experiencias, buenas prácticas, con personas responsables de comunicación de la Comisión Europea y otros Estados miembros.

Por su parte, se destacan las siguientes redes en las cuales se participa:

- Red de I+D+i: La Red de Políticas Públicas de I+D+i se constituyó en noviembre de 2010, en el Marco Estratégico Nacional de Referencia de España 2007-2013, como uno de los principales mecanismos de coordinación multinivel de las actuaciones públicas de I+D+i. La Red se ha configurado como un instrumento esencial para generar sinergias entre las actuaciones públicas de I+D+i regionales y nacionales, la Política Regional Europea y la Estrategia "Europa 2020".
- Red de lucha contra el abandono temprano de la educación y la formación. La Red se constituyó en el año 2008, con el fin de conseguir de manera conjunta entre sus participantes un marco de intercambio de experiencias, buenas prácticas y orientaciones en materia de abandono escolar temprano. En este sentido, a lo largo del período 2007-2013, la Red ha tratado de detectar experiencias exitosas en la materia, analizar y profundizar en los aspectos laborales que conlleva el abandono escolar, elaborar propuestas para responsables políticos y fomentar la Formación Profesional en España. Asimismo, se ha fomentado a través de la misma la colaboración con autoridades educativas a nivel nacional y regional para prevenir el abandono (por ejemplo, orientadores para formación ocupacional, reconocimiento de la experiencia profesional adquirida para convalidar créditos en formación profesional...).
- Red de Inclusión Social, donde se pretende favorecer la cooperación entre Administraciones creando redes y foros de intercambio con el fin de mejorar la inclusión social, para promover vías de cooperación entre las administraciones públicas y las entidades de acción social, en materia de inclusión social (especialmente la inclusión activa, eje central de la inserción en el mercado laboral); el intercambio de buenas prácticas, y el análisis del impacto de las aportaciones del FSE en la mejora de la inclusión social.
- Red de Políticas de Igualdad entre mujeres y hombres en los Fondos Comunitarios entre cuyas funciones se encuentra la de apoyar y asesorar a sus miembros para conseguir la integración de la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres en todas las fases de ejecución de los Fondos, entre las que se encuentra la comunicación. Por ello, la Red, junto a sus miembros, ha de velar por que no se incluyan mensajes discriminatorios, sexistas o contrarios a los principios, valores y derechos constitucionales. Se presentará especial atención a la erradicación de conductas favorecedoras de situaciones de desigualdad para las mujeres en todos los medios de comunicación social. Se tendrá muy presente siempre el principio de igualdad de género en la organización de actos informativos, en los procedimientos, herramientas y metodologías utilizados o creados ad hoc, así como en las actividades formativas y seminarios.

La valoración que se hace del funcionamiento de estas Redes es positiva, los temas tratados son relevantes y los acuerdos alcanzados se valoran de forma positiva, ya que permiten dar homogeneidad y coordinación a la actividad desarrollada al amparo de los distintos Programas

Operativos. Esta homogeneidad y coordinación facilita que el mensaje llegue de una forma más efectiva a la ciudadanía.

Sin embargo, los Organismos Intermedio, Órganos Gestores y/o Beneficiarios del Programa Operativo de Empleo, Formación y Empleo FSE 2014-2020 no forman parte de ninguna red de comunicación, hecho que hace que no dispongan de información directa sobre metodologías aprobadas y no se les brinda la oportunidad de poder participar en los debates o de poder aportar su experiencia en materia de comunicación.

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

Los **Comités de Seguimiento**, se reúnen al menos una vez al año, en ellos, entre otras cuestiones, se exponen las actuaciones en materia de comunicación realizadas durante la anualidad, se ponen de manifiesto el grado de ejecución de la Estrategia de Comunicación a través de información cualitativa de las ejecuciones realizadas; si fuera el caso, se plantean posibles modificaciones de la Estrategia, se comparten casos de buenas prácticas y se hace una previsión de las actuaciones a acometer en la próxima anualidad. Valorándose de forma positiva.

Así se permite que, tanto las entidades involucradas en la gestión, seguimiento y ejecución del Programa Operativo tenga conocimiento del avance de la Estrategia de Comunicación, como los agentes económicos y sociales y otras entidades que participan en los Comités de Seguimiento puedan conocer las actividades que se están desarrollando para dar a conocer el Programa Operativo y la Política de Cohesión. Comunicación que se valora positivamente.

Asimismo, la Comisión Europea participa en estas reuniones, lo que permite que pueda efectuar una supervisión de las actividades realizadas en materia de información y comunicación, cumpliéndose, así, con las obligaciones comunitarias establecidas. La Comisión Europea, en los Comités de Seguimiento, debe valorar los avances realizados, participar en la aprobación de las posibles modificaciones de la Estrategia de Comunicación e informa a los asistentes de las actividades de comunicación que se están realizando a nivel europeo. Se efectúa una valoración positiva.

Por su parte, el **Comité de Evaluación**, es el principal instrumento de coordinación establecido en el marco de los Programas Operativos, con el fin de orientar la actividad de evaluación, desarrollar capacidad de evaluación y servir de plataforma común para el intercambio de conocimiento, experiencias y buenas prácticas. En todas sus reuniones hay un punto en el orden del día dedicado a la comunicación.

También, se destaca la importancia dada a la comunicación al integrar en todos los Planes de Evaluación las evaluaciones de las Estrategias de Comunicación (intermedia y final). Hecho que se valora de forma positiva.

Los resultados de las evaluaciones de comunicación son expuestos tanto en los Comités de Seguimiento como en el Comité de Evaluación. Además, esta información se incorpora a los



Informes Anuales de Ejecución y es publicada en el Portal Web Único de la Autoridad de Gestión de FSE.

Asimismo, hay que destacar los **Actos Anuales vinculados con la comunicación**. Desde la Unidad Administradora del Fondo Social Europeo, todos los años ha realizado un acto para celebrar el Día de Europa, acto en el que ha habido participación de los órganos gestores/beneficiarios del FSE y de la ciudadanía, exponiéndose ejemplos de actuaciones realizadas. Además, en 2018 se realizó el III Foro de FSE en el cual, además del debate de metodologías de trabajo se efectuaron presentaciones de casos de Buenas Prácticas por parte de los órganos gestores/beneficiarios. En 2019, se celebró el IV Foro de FSE con el mismo formato que el anterior. En 2020 tuvo lugar, de forma telemática, el acto “20 años de alianzas: La Europa inclusiva que queremos”. Se valora de forma adecuada la actividad, el contenido y la participación.

Por último, en los **Encuentros Anuales con la Comisión**, también se destina un punto en el orden del día a la comunicación, en el cual se da a conocer las actuaciones que se están desarrollando y se presentan casos de Buenas Prácticas, cuestión que pone de manifiesto la importancia que se les confiere a las actividades de información y comunicación, valorándose de forma positiva.

5. Verificación de la inclusión de la información y publicidad en las actuaciones de verificación y control del Fondo Social Europeo

En este epígrafe, se pretende valorar si la información y comunicación se ha observado también tanto en la verificación como en el control. Para ello, 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 propone realizar un examen de los siguientes aspectos:

- La inclusión en los procedimientos de control de las operaciones de la aplicación de las obligaciones en materia de información y comunicación en la elaboración de convocatorias, en la contratación, etc.
- Integración y formalización de preguntas relativas al cumplimiento de las obligaciones en materia de información y comunicación en los check-list utilizados para el cumplimiento del artículo 125.5 del Reglamento (UE) nº 1303/2013.

Por lo que respecta al primer apartado, ninguna operación podrá ser cofinanciada si no hace referencia a los Fondos Europeos, puesto que es una exigencia establecida en la reglamentación comunitaria y la aplicación para poder certificar las distintas operaciones no permite introducir operaciones que no cumplan este requisito. No obstante, se han examinado documentación asociada, escogida de forma aleatoria y se ha podido comprobar que en todos los casos se hace mención a la cofinanciación europea.

En cuanto a las listas de comprobación definidas, se ha extraído las siguientes preguntas relacionadas con la información y comunicación:

Tabla 4 Lista de verificación. Información y Comunicación

Tipo / ámbito	Pregunta
Solicitud de reembolso:	¿Facilita el beneficiario información para comprobar el cumplimiento de todas las medidas de información y comunicación reconociendo el apoyo de los Fondos a la operación en función de lo dictado en el Anexo XII del Reglamento (UE) 2303/2013?
Criterios de selección de operaciones:	¿Están previstas/se llevan a cabo medidas de I+C de conformidad con el Plan de Comunicación, buscan la mayor cobertura mediática recurriendo a diferentes formas y métodos de comunicación al nivel adecuado?
	Cuando la solicitud de financiación es posterior al inicio de la operación, ¿se han tenido adecuadamente en cuenta la normativa en materia de información y comunicación? (Están reflejados los logos y emblemas de la Unión Europea en la documentación, publicidad, etc.).

Tipo / ámbito	Pregunta
Subvenciones:	¿Se ha realizado la información sobre la Cofinanciación Comunitaria?
Proyectos:	¿Se ha informado a los Beneficiarios de que la aceptación de la financiación implica la aceptación de su inclusión en una lista de beneficiarios que se hará pública?
	Si la contribución pública total de la operación supera los umbrales establecidos en la norma de aplicación, ¿el Beneficiario ha colocado un cartel en el enclave de las operaciones durante la ejecución de las mismas?
	¿Se ha verificado que las partes que intervienen en la operación han sido informadas de la financiación del Fondo Social Europeo?
	Se ha verificado que consta la referencia a la cofinanciación del Fondo Social Europeo en: <ul style="list-style-type: none"> • Normativa Reguladora: Bases reguladoras y convocatoria, expediente de gasto y anuncios de licitación y adjudicación, contrato, convenio, encomienda de gestión, instrumento financiero. • En 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?
	Sí ha habido contrataciones, ¿se ha verificado que consta la referencia a la cofinanciación del Fondo Social Europeo en: <ul style="list-style-type: none"> • Pliegos 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 del contrato se materializase en algún tipo de documento, ¿se hace referencia a la cofinanciación del Fondo Social Europeo?
Control in situ:	¿Se cumple o se ha cumplido, en su caso, durante el desarrollo de la operación con la normativa de información y publicidad?
	¿Se ha verificado que las partes que intervienen en la operación han sido informadas de la financiación del Fondo Social Europeo?
	¿Se ha verificado que consta la referencia a la cofinanciación del Fondo Social Europeo en:

Tipo / ámbito	Pregunta
	<ul style="list-style-type: none"> • Normativa reguladora: Bases reguladoras y convocatorias, 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: <ul style="list-style-type: none"> ✓ 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: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Pliegos 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 servicios, si el objeto del contrato se materializase en algún tipo de documento, ¿se hace referencia a la cofinanciación del Fondo Social Europeo? <ul style="list-style-type: none"> ✓ En su caso, ¿se conservan pruebas de ello: fotos, vídeos, folletos, anuncios...?

Fuente: Elaboración propia a partir de documentación de verificación y control del FSE.

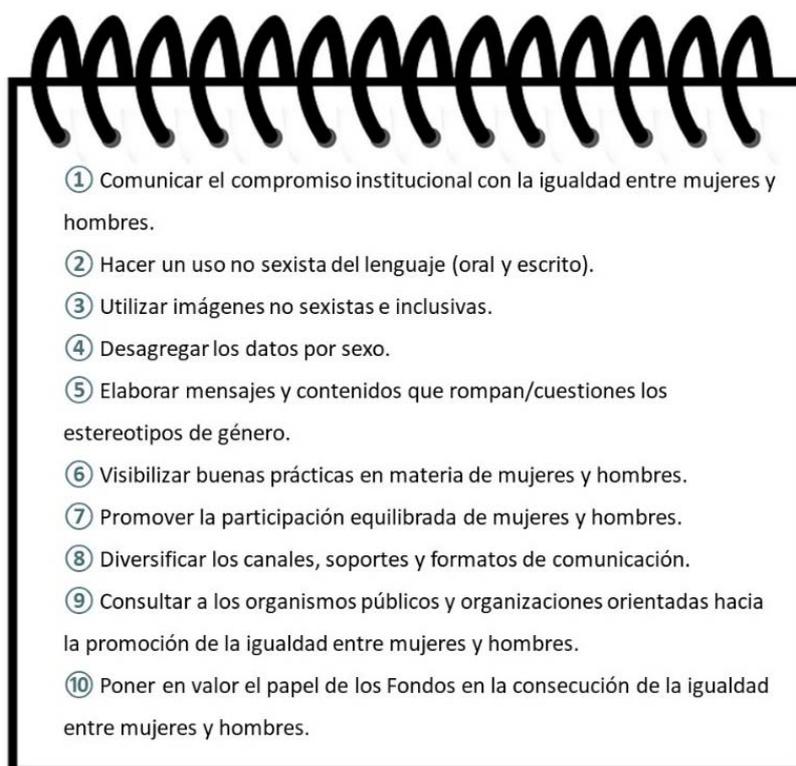
En conclusión, se puede apreciar la gran preocupación por parte de las Autoridades de Verificación y Control en cuanto a información y comunicación se refiere, teniendo la comunicación muy presente en su trabajo de verificación.

6. Incorporación del Principio de Igualdad de Oportunidades en las medidas de información y publicidad

El objetivo de este apartado es evaluar la contribución de los distintos Fondos Estructurales a la consecución del principio de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres y la no discriminación.

Desde la Red de Políticas de Igualdad se elaboró la “Guía para incorporar el enfoque de género en la información y comunicación de los Fondos Estructurales y de Inversión Europeos” en la cual se establece un decálogo para aplicar este principio de forma correcta.

Ilustración 23 Decálogo para aplicar el enfoque de género a la información y comunicación de los Fondos Estructurales y de Inversión Europeos



Fuente: Instituto de las Mujeres. Ministerio de Igualdad.

Se propone un análisis en base a dos niveles, un primer nivel más general con el que poder comprobar la inclusión en la Estrategia de Comunicación del Programa Operativo de Empleo, Formación y Educación FSE 2014-2020 del principio de igualdad de oportunidades y no discriminación y, un segundo nivel más concreto, donde comprobar la incorporación de este principio en las distintas actuaciones efectuadas en materia de información y comunicación en el marco del Programa Operativo.

Estrategia de Comunicación.

Este primer nivel de análisis general se realiza directamente sobre la propia Estrategia de Comunicación del Programa Operativo de Empleo, Formación y Educación FSE 2014-2020, puesto que el grado de incorporación del principio de igualdad de oportunidades y no discriminación en las distintas acciones ejecutadas puede ser influenciado por la importancia que se le haya dado en ésta.

De forma general, el principio de igualdad se ha tenido presente de manera transversal a lo largo del documento de la Estrategia de Comunicación. Y en particular, entre los grupos destinatarios de la Estrategia de Comunicación, concretamente, entre los beneficiarios potenciales se encuentra el organismo de promoción de la igualdad de oportunidades y no discriminación, mujeres en situación de especial vulnerabilidad. Asimismo, dentro de los grupos destinatarios se incluyen a mujeres del ámbito rural (apartado 3.2 de la Estrategia de Comunicación). Además, entre los criterios definidos en la medida 2.5. para que una actuación sea considerada como buena práctica se ha incluido el siguiente: “[...] consideración de los criterios horizontales de igualdad de oportunidades y no discriminación, así como responsabilidad social y sostenibilidad ambiental [...]”.

Conforme a lo expuesto, se observa una buena adecuación del principio de igualdad de oportunidades y no discriminación en la Estrategia de Comunicación.

Medidas de información y publicidad de actuaciones cofinanciadas.

Además de lo mencionado anteriormente, es necesario ver la secuenciación establecida entre lo determinado en la Estrategia de Comunicación y las medidas específicas que se han realizado en materia de información y comunicación.

En la Red GERIP se puso de manifiesto la importancia de tratar la igualdad de oportunidades y no discriminación como un principio transversal, incluyendo un apartado específico a tal fin en los ejercicios de evaluación y obteniendo información desagregada por sexo en los indicadores de impacto externo, es decir, en el grado de conocimiento de los Fondos Europeos por parte de la ciudadanía y, más concretamente, del FSE.

Además, se mantuvieron debates para desagregar por sexo los indicadores de resultado que hacen referencia a personas (número de asistentes), pero se llegó a la conclusión de la imposibilidad de registrar esta información en INFOCO 2014. Se debería valorar la posibilidad de introducir datos desagregados por sexo de aquellos indicadores que se refieren a personas en la aplicación informática de seguimiento que se elabore para el período de programación 2021-2027.

También se han realizado campañas dirigidas hacia las mujeres y se han presentado casos de buenas prácticas de actuaciones diseñadas para y por las mujeres⁴.

⁴ Para más información, véase el apartado 4.1 y el epígrafe 8 de este Informe de Evaluación.

Ilustración 24 Lista de comprobación para verificar la incorporación de género en la comunicación de los Fondos Estructurales y de Inversión Europeos

Nº	Preguntas de verificación	Sí	No	Nº	Preguntas de verificación	Sí	No
1	¿Se ha comunicado el compromiso institucional de incorporar la perspectiva de género en los objetivos estratégicos y en las diferentes líneas de actuación?	✓		6	¿Se han destacado y presentado públicamente buenas prácticas en materia de igualdad de mujeres y hombres o proyectos protagonizados por mujeres o con un aporte destacado por parte de las mujeres?	✓	
	¿Se han comunicado mensajes institucionales en pro de la igualdad entre mujeres y hombres?	✓			7	¿Se ha fomentado la participación equilibrada y en condiciones de igualdad de mujeres y hombres en la información y comunicación, ya sea en toma de decisiones o en contenidos?	✓
2	¿Se ha utilizado un uso no sexista del lenguaje, evitando el masculino genérico y utilizando alternativas al mismo?	✓		8		¿Se dedican espacios informativos y de comunicación dando protagonismo tanto a hombres como a mujeres?	✓
3	¿Las imágenes utilizadas rompen o cuestionan estereotipos sexistas sin asociar a hombres y a mujeres a comportamientos o profesiones estereotipados?	✓			9	¿Se han diversificado los canales de información y comunicación de manera que el mensaje llegue tanto a mujeres como a hombres?	✓
	¿Las imágenes utilizadas visibilizan a mujeres y hombres de forma equilibrada, en posiciones similares, como sujetos de acción y como modelos de referencia?	✓		10		¿Se tiene en cuenta, a la hora de elegir los canales y soportes de la información y comunicación, los posibles impactos en hombres y mujeres?	✓
4	¿Las imágenes reflejan a hombres y mujeres en su diversidad?	✓			9	¿Se ha tenido en cuenta, a la hora de elegir el soporte u otro, los usos y costumbres de mujeres y hombres?	✓
	¿Se han recogido los datos desagregados por sexo?		✗	10		¿Se ha consultado a Organismos de Igualdad o a la Red de Políticas de Igualdad entre Mujeres y Hombres en los Fondos Comunitarios?	✓
5	¿Se acompañan los datos cuantitativos de un análisis con enfoque de género que identifique posibles brechas de género?	✓			9	¿Se ha acudido a Organismos de Igualdad o a la Red de Políticas de Igualdad entre Mujeres y Hombres en los Fondos Comunitarios como transmisoras de la información del Programa Operativo?	✓
	¿Se han empleado mensajes que fomentan la ruptura de estereotipos y roles sexistas?	✓		10		¿Se ha puesto en valor el papel de los Fondos EIE en la consecución de la igualdad de mujeres y hombres?	✓
5	¿Se han utilizado mensajes que promueven la igualdad entre mujeres y hombres?	✓					

Fuente: Elaboración propia a partir de información proporcionada por el Instituto de las Mujeres. Ministerio de Igualdad.

7. Análisis del impacto: logros y desafíos de las actividades en materia de información y publicidad

Para acometer el impacto de la Estrategia de Comunicación hay que proceder al análisis de los indicadores diseñados al efecto y definidos en la Guía Metodológica. Estos indicadores se obtienen mediante el análisis de las respuestas alcanzadas en las entrevistas realizadas a los Órganos Gestores y/o Beneficiarios y en la encuesta efectuada a la ciudadanía, siguiendo las preguntas definidas en los cuestionarios de los Anexos 4 y 5, respectivamente, de la citada Guía.

Según se establece en la Guía Metodológica y en la propia Estrategia de Comunicación, los indicadores de impacto son cinco: los tres primeros (I1, I2 e I3) se pueden considerar de “impacto interno” al referirse a los implicados directamente en la gestión de los Programas Operativos y los dos últimos (I4 e I5) de “impacto externo” relativos a la ciudadanía.

A continuación, se recogen a título recapitulativo los valores base, que hacen referencia al valor alcanzado en la Evaluación Final del Plan de Comunicación del período 2007-2013, los valores obtenidos en la Evaluación Intermedia efectuada en 2019, los valores logrados en este informe de Evaluación Final y los valores meta establecidos en la Estrategia de Comunicación.

Tabla 5 Indicadores de impacto de la Estrategia de Comunicación del Programa Operativo de Empleo, Formación, Educación FSE 2014-2020

Indicador de impacto	Base	Meta	2019	2023
1. Grado de conocimiento de las obligaciones	93%	95%	92,6%	92,3%
2. Tasa de satisfacción	62%	73%	84,2%	65,1%
3. Tasa de utilidad de las actuaciones	63%	71%	84,7%	67,9%
4. Grado de conocimiento de los distintos Fondos	General	s.d	s.d	s.d
	FSE	55%	60%	55,3%
5. Grado de conocimiento del papel desempeñado por la Unión Europea	62%	70%	70,8%	79,4%

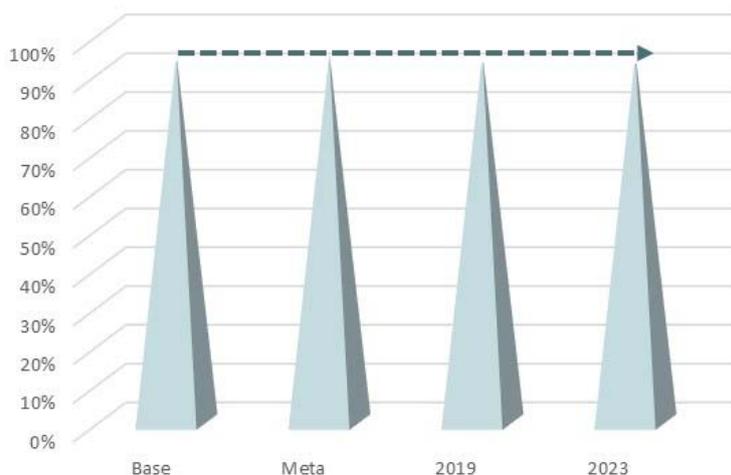
Fuente: Elaboración propia. (s.d): Sin dato.

Para calcular los indicadores de impacto interno se ha facilitado un cuestionario a los Órganos Gestores y/o Beneficiarios, según se establece en la Guía Metodológica, habiendo respondido el 75%. Hay que tener en cuenta el nivel de respuesta alcanzado, ya que puede afectar en la representatividad de los valores obtenidos.

Impacto interno: conocimiento, satisfacción y utilidad manifestada por parte de los Órganos Gestores

El indicador 1 (I1) mide el grado de conocimiento de las obligaciones existentes en la programación, gestión, seguimiento, control, evaluación e información y publicidad. Este grado de conocimiento se extrae del análisis de las respuestas obtenidas de los cuestionarios facilitados a los Órganos Gestores y/o Beneficiarios en las preguntas efectuadas acerca del conocimiento de las obligaciones existentes en cada una de las parcelas referidas a la gestión de los Fondos. El porcentaje obtenido es de un 92,3%, porcentaje muy similar al logrado en la evaluación intermedia de 2019 (92,6%), pero por debajo de la meta establecida (95%) y cercano al valor base (93%)

Gráfico 4 Grado de conocimiento de las obligaciones (I1)

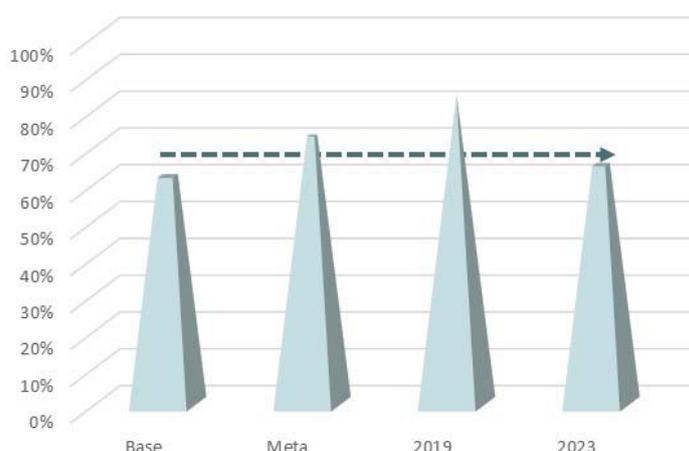


Fuente: Elaboración propia.

El indicador 2 (I2) recoge la tasa de satisfacción que indica la valoración de los Órganos Gestores y/o Beneficiarios respecto a la información facilitada. Esta tasa de satisfacción se obtiene tras el análisis a las respuestas a las preguntas 3 y 14 del cuestionario realizado a Órganos Gestores y/o Beneficiarios, teniendo en cuenta la valoración de 1 a 4, que se hacen en cuanto a la adecuación de la duración, el número de participantes de la sesión o evento, así como si dicha sesión satisface las expectativas de los participantes.

El resultado obtenido es una tasa de satisfacción de un 65,1%, valor superior al obtenido en el período 2007-2013 (valor base), que se situaba en un 62%, e inferior a la meta establecida (73%) y el valor obtenido en el ejercicio de evaluación efectuado en el año 2019 (84,2%).

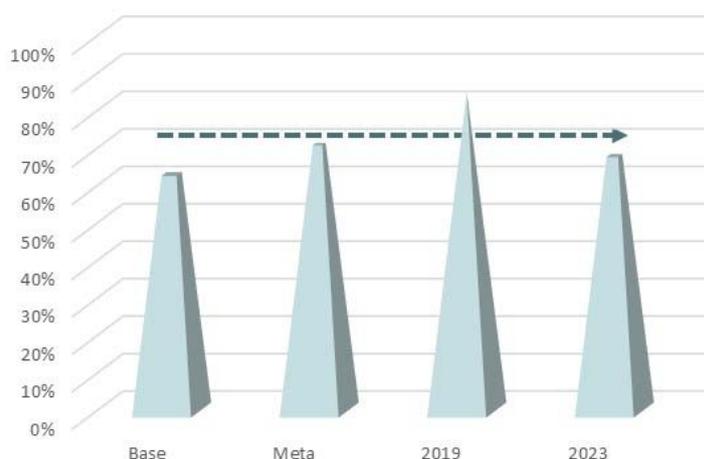
Gráfico 5 Tasa de satisfacción (I2)



Fuente: Elaboración propia.

El indicador 3 (I3) es la tasa de utilidad de las actuaciones de formación e información recibidas por los Órganos Gestores y/o Beneficiarios. Esta tasa también se calcula con las respuestas obtenidas del cuestionario, de las preguntas 3 y 14, pero en este caso se tiene en cuenta la valoración de si la información presentada ha servido para adecuar y/o actualizar los conocimientos de los Fondos y/o su aplicación, si los contenidos presentados son de utilidad práctica y si la sesión o evento es una herramienta adecuada para informar/formar sobre los Fondos. La tasa de utilidad obtenida es de un 67,9%, siendo superior a la tasa del período anterior, la cual fue de un 63%. Aunque inferior a la meta establecida, la cual se sitúa en un 71% y al valor obtenido en el Informe de Evaluación Intermedia (84,7%).

Gráfico 6 Tasa de utilidad (I3)



Fuente: Elaboración propia.

Los valores de los indicadores asociados al impacto interno no han alcanzado las metas establecidas y muestran valores inferiores a los alcanzados en la evaluación efectuada en 2019.

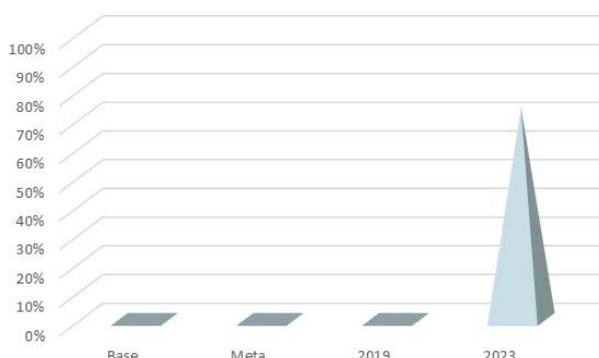
Si bien, esto puede ser como consecuencia de un cambio en la metodología en el cálculo de los indicadores, ya que el equipo evaluador de 2019 no establece en el Informe de Evaluación Intermedia su método de cálculo y en la Guía Metodológica especifica las preguntas del cuestionario que hay que utilizar, pero no determina cómo se deben calcular estos indicadores. Aunque, puede ser una consecuencia del período de pandemia, donde, en un principio, se redujeron las actividades asociadas a estos indicadores.

Impacto externo: conocimiento por parte de la ciudadanía.

La medición del impacto de la Estrategia de Comunicación del Programa Operativo de Empleo, Formación y Educación FSE 2014-2020 en la ciudadanía, basado en el análisis de los indicadores relativos a la población, muestra resultados muy positivos.

El 73,7% de la población encuestada pone de manifiesto conocer que España recibe dinero de la Unión Europea para contribuir al progreso económico y social del país (I4). Por sexo, estos valores se distribuyen en un 76,7% para los hombres y un 70,9% entre las mujeres; por grupos de edad, destaca el de 20 a 24 por ser el intervalo de edad con menor conocimiento (54%) y el de 45 a 54 años, por ser tramo de edad con mayor conocimiento (79,7%).

Gráfico 7 Grado de conocimiento de los Fondos Europeos (I4)⁵



Fuente: Elaboración propia.

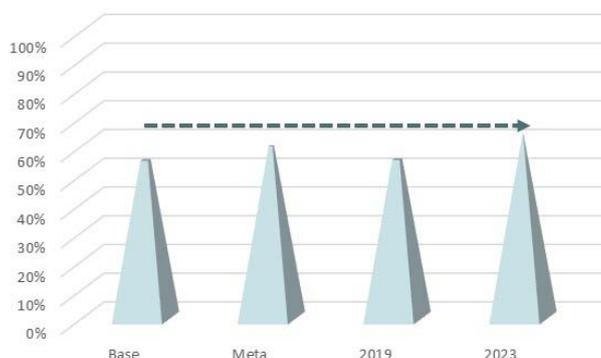
Estos valores disminuyen considerablemente al preguntar a la ciudadanía por el grado de conocimiento del FSE, así un 64,9% manifiesta conocerlo. Este valor es superior a la meta establecida, la cual se situaba en un 60%, el valor de partida (55%) y el valor logrado en 2019 (55,3%).

Por sexo no se observan diferencias, siendo el grado de conocimiento de los hombres de un 65,3%, frente al 64,6% de las mujeres. Por tramos de edad, al igual que en el caso anterior, destaca el intervalo de edad que abarca desde los 20 a los 24 años, con un grado de

⁵ En la Estrategia de Comunicación no se establecieron ni dato de referencia del período anterior, ni valor meta. Por su parte, en la Evaluación Intermedia realizada en 2019 no se recogió el correspondiente dato.

conocimiento de un 54,5%. En los demás intervalos de edad no se aprecian importantes desviaciones, situándose todos los tramos de edad entre el 65% y el 67%.

Gráfico 8 Grado de conocimiento del FSE (I4)



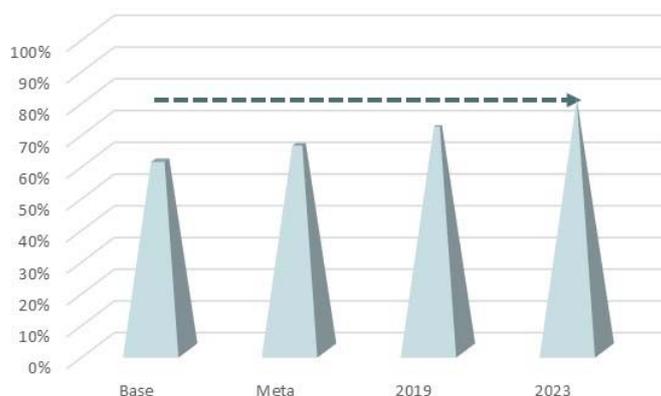
Fuente: Elaboración propia.

Al preguntar a las personas encuestadas por el conocimiento de actuaciones concretas ejecutadas con los Fondos Europeos, se destacan, por orden de importancia, formación y empleo (62,33%), ayudas a empresas (61,90%) y actuaciones para luchar contra la exclusión social y/o personas con discapacidad (52,60%).

De todas las herramientas y/o canales de comunicación utilizados para dar a conocer a la ciudadanía la contribución de la Unión Europea en el progreso económico y social de España, se aprecia que son más efectivos los anuncios en prensa, radio, televisión (63,14%), a través de internet (47,98%), mediante carteles, posters en la calle (44,51%).

El último indicador de impacto establecido en la “Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de las Estrategias de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER y del Fondo Social Europeo 2014-2020” es el grado de conocimiento del papel desempeñado por la Unión Europea (I.5).

Gráfico 9 Grado de conocimiento del papel desempeñado por la Unión Europea (I5)



Fuente: Elaboración propia.



El valor de partida se establecía en un 62%, en la Estrategia de Comunicación, se fijó un objetivo del 70% y en 2023, tras la encuesta realizada, se ha obtenido un valor de un 79,4%, superior al valor de 2019, que se situaba en un 70,8%.

El grado de conocimiento mostrado por los hombres es de un 79,7% y el de las mujeres de un 79%. Por tramos de edad, los valores son muy similares en todos los intervalos, destacándose el grado de conocimiento del grupo de 20 a 24 con un 85,3%.

Se destaca muy especialmente la valoración que realiza la ciudadanía española del papel que juegan los Fondos Europeos en el desarrollo del país, así, el 10,3% de los encuestados consideran el papel de los Fondos es absolutamente crucial, para el 23,3% es muy beneficioso y positivo para el 45,8%.

8. Conclusiones y recomendaciones: propuesta de medidas a adoptar

En este apartado se recogen las conclusiones que se derivan del proceso de evaluación, así como una serie de recomendaciones encaminadas a mejorar la aplicación de las medidas de la Estrategia de Comunicación y el cumplimiento de los objetivos de ésta. Es preciso aclarar que se extraen los principales elementos, pero esto no implica que sea un compendio de la evaluación completa, por lo que se remite a cada uno de los apartados para conocer los detalles del análisis efectuado. Las principales conclusiones y recomendaciones que se presentan a continuación mantienen el orden de análisis y la estructura del Informe de Evaluación.

CONCLUSIONES

Se ha realizado una evaluación pluralista, de implementación e impacto, donde la metodología de evaluación es continuista del período de programación 2007-2013, habiendo sido suficientemente contrastada, al haberse utilizado en varios ciclos de evaluación (intermedia y final del período de programación 2007-2013 e intermedia en el período 2014-2020). Además, dispone de los elementos necesarios para evaluar la Estrategia de Comunicación.

La “Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de la Estrategia de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER y del Fondo Social Europeo 2014-2020” junto con las reflexiones y decisiones consensuadas en la red de comunicación GERIP han aportado un amplio y diverso conjunto de criterios que permiten llevar a cabo una evaluación exhaustiva, al mismo tiempo que otorgan elementos suficientes para el seguimiento de la Estrategia.

Los criterios de evaluación se han visto reforzados en el período de programación 2014-2020 con la inclusión de nuevas herramientas como el enfoque de fortalecer la comunicación para la presentación de casos de Buenas Prácticas; la estructura de la página web; el Portal Web Único; lista de operaciones; asistencia a las reuniones de la Red GERIP, considerándose una multiplicidad de herramientas, tanto de tipo cuantitativo como cualitativo, que permiten concluir que el sistema de seguimiento es adecuado y conforme a los objetivos en materia de información y comunicación.

En cuanto a las herramientas de evaluación y más concretamente aquellas que engloban los cuestionarios para obtener información cuantitativa y cualitativa, en algunas ocasiones, se aprecia dificultades para comprender lo que se está preguntando. El cuestionario referido a Órganos Gestores y/o Beneficiarios incluye algunas preguntas propias del Organismo Intermedio, que genera confusión al destinatario del cuestionario. Además, los formatos elaborados son más propios para la recogida de información de una evaluación intermedia que final. Asimismo, el cuestionario diseñado para la ciudadanía está más orientado a actuaciones cofinanciadas con FEDER y tras realizar un pretest ha sido necesario su adaptación para que fuera comprensible por parte de las personas encuestadas.

Se observa una lógica de intervención en la Estrategia de Comunicación al apreciarse una jerarquización, basada en la siguiente secuencia:



En cuanto a los recursos financieros, la Estrategia de Comunicación del Programa Operativo de Empleo, Formación y Educación FSE 2014-2020 ha definido un presupuesto indicativo de 343.947.600 euros para llevar a cabo las medidas definidas en la Estrategia de Comunicación. Este presupuesto representa un 0,99% de la ayuda del Programa Operativo, muy por encima del 0,3%, mínimo consensuado para la política de comunicación por Estrategia.

Por lo que respecta a los medios humanos, la Estrategia de Comunicación recoge en su apartado 4.2 las personas responsables de información y comunicación, así como sus datos de contacto.

La Autoridad de Gestión del FSE dedica una sola persona al desarrollo y seguimiento de las actuaciones de información, comunicación y visibilidad del FSE, bajo la dirección de la responsable de comunicación. A pesar de que su experiencia es adecuada, no cuenta con los medios humanos de apoyo suficientes. Este equipo es responsable de todos los Programas Operativos plurirregionales de FSE, de los Programas regionales y, además, de las obligaciones de comunicación del período 2021-2027.

Por lo que se refiere a la composición y experiencia de los recursos humanos implicados en la ejecución de actuaciones de comunicación, y conforme a las opiniones vertidas, los Organismos Intermedios consideran, en términos generales, que sus equipos son adecuados para el desempeño de sus actuaciones en materia información, comunicación y visibilidad. Además, en ocasiones, se procede a la contratación de asistencias técnicas para el desarrollo de determinados trabajos más especializados, que requieren de una profesionalización.

Por lo que se refiere al Portal Web Único, se puede consultar toda la información actualizada del Programa Operativo de Empleo, Formación y Educación FSE 2014-2020. Sin embargo, no se encuentra actualizada la base de datos de buenas prácticas de actuaciones cofinanciadas.

En el Portal Web Único de la Autoridad de Gestión de FSE se ha podido consultar la lista de operaciones del Programa Operativo de Empleo, Formación y Educación FSE 2014-2020 en formato excel, con una actualización semestral, pero se observa que todos los campos están en castellano. Sin embargo, en Anexo XII se especifica que: “[...] Los títulos de los campos de datos se facilitarán también en al menos otra lengua oficial de la Unión [...]”, no teniéndose en cuenta esta obligación reglamentaria.

En cuanto al contenido de la información, ésta es clara y entendible, facilitando a cualquier interesado conocer las operaciones ejecutadas, su coste, así como el período en que se ha realizado.

Junto con los Informes Anuales de Ejecución se ha elaborado un informe de avance de la Estrategia donde se pone de manifiesto lo que se ha realizado en la anualidad por medida y quiénes lo han realizado, dando a conocer las actuaciones de información y comunicación llevadas a cabo en cada anualidad.

Los Informes Anuales de Ejecución han ido acompañados todos los años por un informe para la ciudadanía, dónde se ha puesto de manifiesto las realizaciones efectuadas durante la anualidad, fomentando la transparencia y la comunicación.

Este informe ha ido evolucionando conforme ha ido avanzando el período de programación, es decir, en las primeras anualidades se ponía de manifiesto cuestiones relativas a la programación y organización del Programa Operativo y a medida que la programación iba avanzando el informe iba incluyendo más contenidos.

Se han facilitado instrucciones para la gestión y ejecución de las actuaciones en materia de gestión, seguimiento, control, evaluación e información y comunicación.

La Red GERIP, los temas debatidos en sus reuniones y los acuerdos alcanzados están contribuyendo a lograr una coordinación y homogeneización de las actividades de comunicación a nivel nacional.

Las Redes europeas INFORM e INIO confortan un espacio apropiado para el intercambio de experiencias, buenas prácticas, con personas responsables de comunicación en la Comisión Europea y otros Estados miembros.

Se han establecido cauces de información fluida en los Comités de Seguimiento y en los Comités de Evaluación.

La Autoridad de Gestión organiza y celebra una actividad informativa importante anual en la que se promueven las oportunidades y las estrategias seguidas y se presentan ejemplos de actuaciones cofinanciadas.

Los procesos de verificación y control del artículo 125 tienen en cuenta la normativa en materia de comunicación, se han incluido preguntas específicas en las listas de comprobación para la verificación del cumplimiento de la normativa en materia de información y comunicación. Estos listados permiten verificar que las acciones ejecutadas han contemplado las obligaciones en materia de información y publicidad establecidas en la Estrategia de Comunicación.

Con respecto al principio de igualdad de oportunidades y no discriminación, se ha observado una aplicación correcta en el marco de la programación de la Estrategia de Comunicación. Sin embargo, no es posible abordar un análisis con enfoque de género de las actividades de comunicación llevadas a cabo al no desagregarse por sexo los indicadores referentes a personas.

Se valora de forma positiva el impacto de las distintas medidas diseñadas para comunicar, informar y dar visibilidad a las actuaciones ejecutadas en el marco del Programa Operativo de Empleo, Formación y Educación FSE 2014-2020.

Ilustración 25 Impacto de la Estrategia de Comunicación del Programa Operativo de Empleo, Formación y Educación FSE 2014-2020



Fuente: Elaboración propia.

RECOMENDACIONES

A tenor de las conclusiones extraídas tras el ejercicio de evaluación, cuyas principales conclusiones han sido expuestas con anterioridad, se sugiere una serie de recomendaciones, que pueden ser un punto de partida y considerarse como lecciones aprendidas para su aplicación en el próximo período de programación 2021-2027, cumpliendo así una de las finalidades de esta Evaluación Final.

Metodología

- Efectuar una revisión de los cuestionarios definidos en la Guía Metodológica para que sean comprensibles por parte de los usuarios de éstos y sean acordes al ámbito temporal de los distintos ejercicios de evaluación.

Información disponible

- Facilitar información desagregada por sexo de aquellos indicadores referentes a personas.

Seguimiento y evaluación

- Que todos los actores implicados en el Programa Operativo, al menos, presente un caso de Buena Práctica y sea difundida en el foro más conveniente, para dar a conocer los logros alcanzados.

Coordinación y simplificación

- Proponer en las redes europeas en las que se participa que se aúne el mensaje de comunicación del apoyo financiero de la UE en una marca única, sin diferencias por fondos, de forma que fuese más reconocible por la ciudadanía. Es decir, plantear el uso único del emblema de la UE, como logo de referencia y que la cita del fondo se haga, si se ve conveniente, a la hora de presentar actuaciones.
- Elaborar en el período de programación 2021-2027 una herramienta informática que se descargará del portal único de la Autoridad de Gestión, mediante la cual los beneficiarios, si lo estiman oportuno, podrán elaborar sus elementos de comunicación (placas, carteles, información en documentos, etc.) conforme a las exigencias reglamentarias, que facilite el cumplimiento de las obligaciones en materia de comunicación.
- Facilitar y/o elaborar una guía práctica de aplicación de las obligaciones en materia de comunicación, que facilite el cumplimiento de las obligaciones establecidas en el período de programación 2021-2027.
- Establecer plantillas y modelos de material informativo que facilite su elaboración.
- Elaborar un manual con la metodología de cuantificación y seguimiento de los indicadores de realización, resultado e impacto.
- Elaborar documentos más concisos y más visuales, por ejemplo, informe para la ciudadanía.
- Establecer instrucciones claras y formatos y/o plantillas para elaborar los casos de Buenas Prácticas.
- No establecer obligaciones en materia de información y comunicación más allá de las establecidas por la reglamentación comunitaria.
- Realizar actuaciones de formación periódicas en materia de información y comunicación destinadas a los Organismos Intermedios, Órganos Gestores y/o Beneficiarios.
- Llevar a cabo actuaciones de comunicación destinadas a los medios de comunicación para concienciarles de la necesidad de informar sobre las actuaciones cofinanciadas con Fondos Europeos.
- Fomento de la realización de reuniones on line y/o híbridas para facilitar la asistencia y la participación de los interesados.
- Establecer una red de comunicación para los Órganos Gestores y/o Beneficiarios de los Programas Plurirregionales.
- Efectuar una comunicación más directa con el beneficiario a través de foros, congresos, jornadas, ferias.

Recursos humanos y técnicos

- Crear en la Autoridad de Gestión una unidad y/o equipo de comunicación adecuado a las obligaciones establecidas en la materia, confiriendo a la comunicación la importancia que tiene.
- Elaborar una aplicación que permita el seguimiento de las actuaciones de comunicación e introducir, periódicamente, información que facilite poder efectuar un análisis cuantitativo de las realizaciones efectuadas.
- Redactar un manual para el uso de la aplicación de seguimiento de los indicadores de comunicación.

ANEXO I: Encuesta a la ciudadanía

Para poder obtener los indicadores de impacto externos, es decir, los que afectan a la ciudadanía, en la Red GERIP se acordó que cada Estrategia de Comunicación regional debería de hacer encuestas telefónicas a la ciudadanía, aplicando el sistema CATI (Computer Assisted Telephone Interviewing), con un determinado nivel de confianza, error de muestreo y margen de error. En el caso de los Programas Operativos plurirregionales, en lugar de realizar dichas encuestas telefónicas, deberían utilizar la totalidad de las encuestas efectuadas en cada una de las regiones.

Tabla 6 Unidades en la muestra teórica y estimaciones del error de muestreo

		Error de muestro ($p=q=0,5$)	Margen de error
	Unidades en la muestra	En porcentaje	Confianza 95%
TOTAL	16.000	0,49	0,98
Andalucía	2.690	0,96	1,93
Aragón	534	2,16	4,33
Asturias (Principado de)	743	1,83	3,67
Balears (Illes)	522	2,19	4,38
Canarias	982	1,60	3,19
Cantabria	487	2,27	4,53
Castilla y León	608	2,03	4,06
Castilla La Mancha	1.169	1,46	2,92
Cataluña	913	1,65	3,31
Comunidad Valenciana	760	1,81	3,63
Extremadura	943	1,63	3,26
Galicia	852	1,71	3,43
Madrid (Comunidad de)	853	1,71	3,42
Murcia (Región de)	1.023	1,56	3,13
Navarra (Comunidad Foral de)	490	2,26	4,52
País Vasco	588	2,06	4,12
Rioja (La)	470	2,31	4,61
Ceuta	680	1,92	3,83
Melilla	693	1,90	3,80

Fuente: Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de las Estrategias de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER y del Fondo Social Europeo 2014-2020.

Tabla 7 Ficha técnica. Encuesta a la ciudadanía

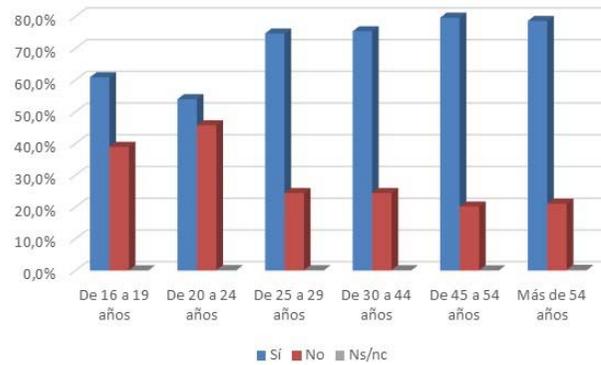
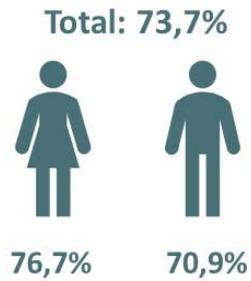
FICHA TÉCNICA DE LA ENCUESTA A LA CIUDADANÍA	
Objetivo:	Poder cuantificar los indicadores de impacto relacionados con la ciudadanía.
Universo:	39.526.789 habitantes de España de 16 años en adelante.
Muestra:	16.000 habitantes de España de 16 años en adelante.
Ámbito territorial:	España
Error de muestreo:	±0,49%
Procedimiento de muestreo:	Muestreo aleatorio, simple, estratificado.
Estimación de proporciones:	(p=q=0,5).
Margen de error:	0,98%
Nivel de confianza:	95%
Instrumento de recolección de datos:	Cuestionario con preguntas cerradas.
Recogida de la información:	Encuesta telefónica, aplicando el sistema CATI (Computer Assisted Telephone Interviewing).
Fechas de trabajo de campo:	Del 14 de noviembre de 2022 al 29 de marzo de 2023.
Duración media de la entrevista:	0:03:97

A continuación, se muestran las preguntas realizadas en la encuesta, así como los resultados obtenidos en términos globales, desagregado por sexo y por intervalos de edad.

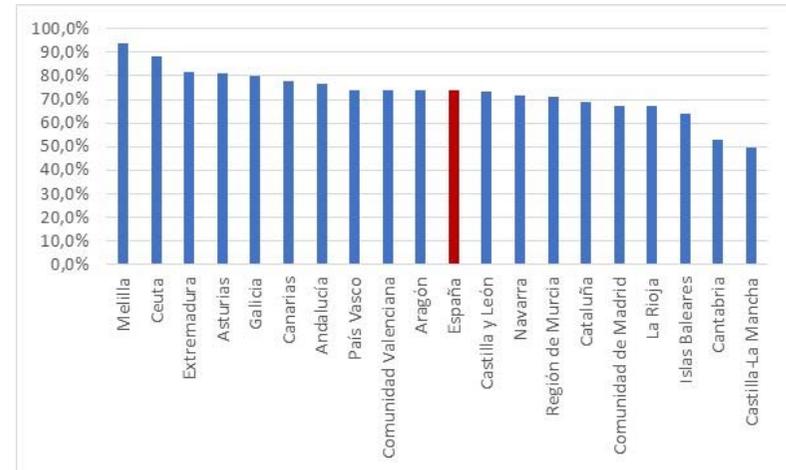
Pregunta 1: ¿Sabe usted que España recibe dinero de la Unión Europea para contribuir a su progreso económico y social?

Gráfico 11 Grado de conocimiento por región. Pregunta 1

Gráfico 10 Datos obtenidos. Pregunta 1



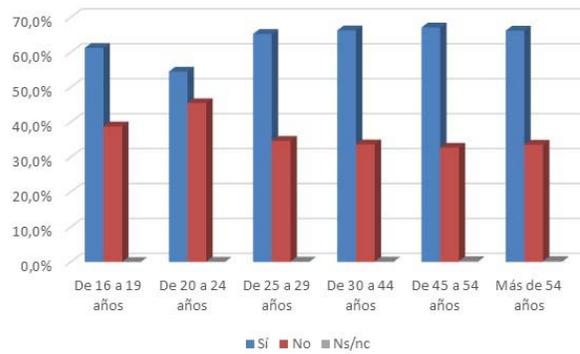
Fuente: Elaboración propia.



Fuente: Elaboración propia.

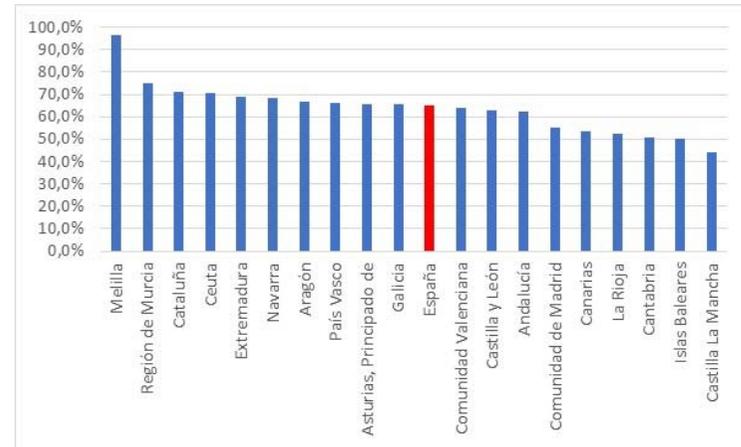
Pregunta 2: ¿Ha oído hablar del FSE?

Gráfico 12 Datos obtenidos. Pregunta 2



Fuente: Elaboración propia.

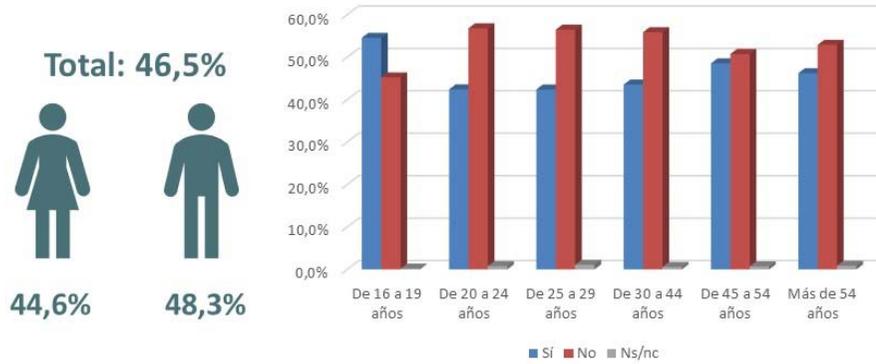
Gráfico 13 Grado de conocimiento por región. Pregunta 2



Fuente: Elaboración propia.

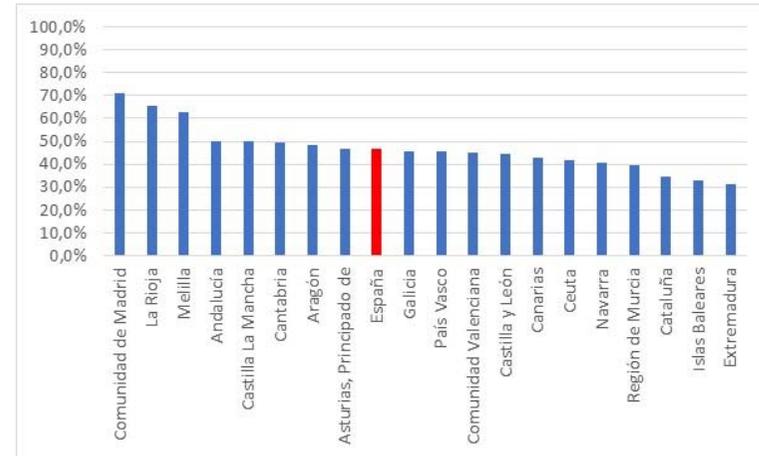
Pregunta 3-1: ¿Conoce usted o ha visto algún proyecto o inversión que se haya realizado con financiación europea en España relativo a Investigación, Desarrollo e Innovación y Sociedad de la Información?

Gráfico 14: Datos obtenidos. Pregunta 3-1



Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 15 Grado de conocimiento por región. Pregunta 3-1

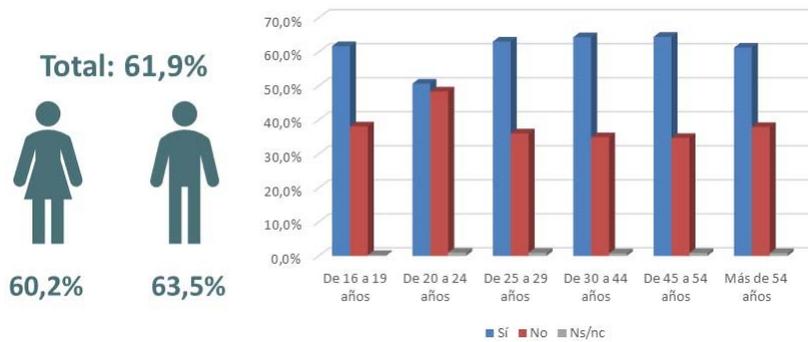


Fuente: Elaboración propia.

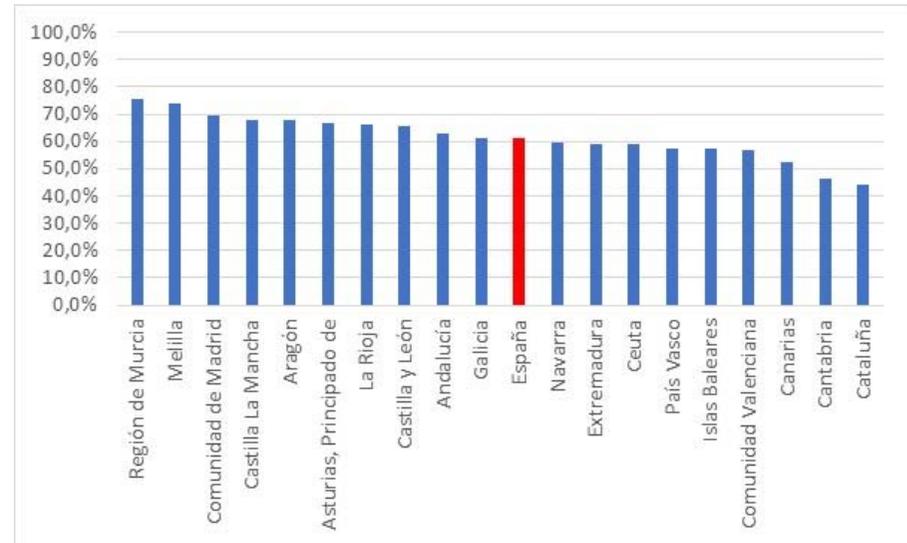
Pregunta 3-2: ¿Conoce usted o ha visto algún proyecto o inversión que se haya realizado con financiación europea en España relativo a ayudas a las empresas?

Gráfico 17 Grado de conocimiento por región. Pregunta 3-2

Gráfico 16 Datos obtenidos. Pregunta 3-2



Fuente: Elaboración propia.

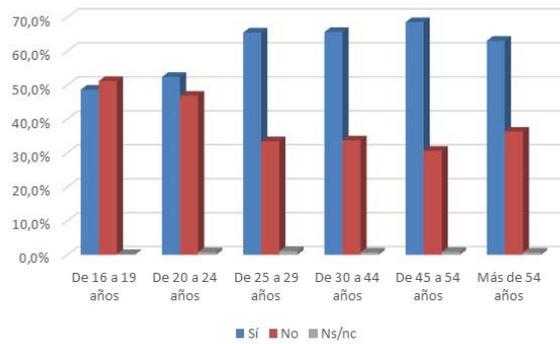


Fuente: Elaboración propia.

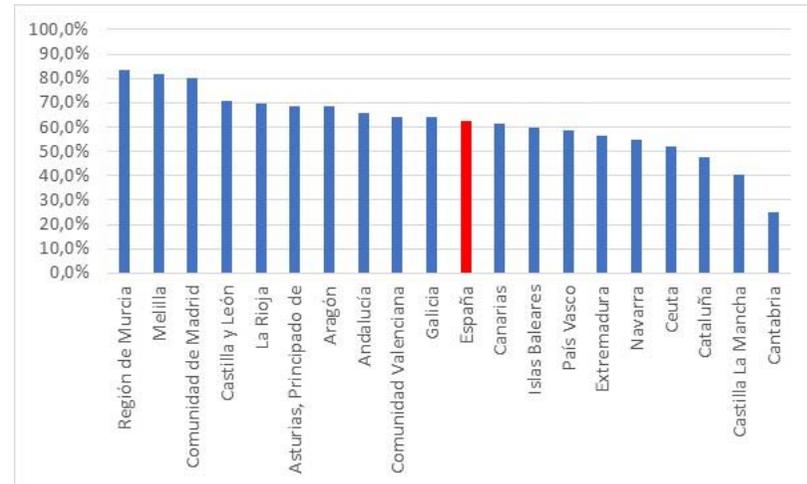
Pregunta 3-3: ¿Conoce usted o ha visto algún proyecto o inversión que se haya realizado con financiación europea en España relativo a Formación y Empleo?

Gráfico 19 Grado de conocimiento por región. Pregunta 3-3

Gráfico 18 Datos obtenidos. Pregunta 3-3



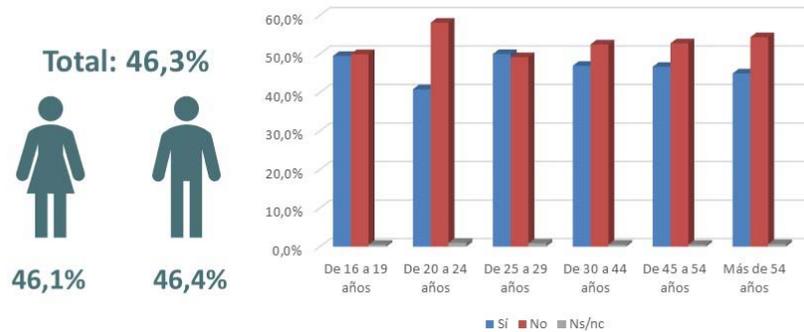
Fuente: Elaboración propia.



Fuente: Elaboración propia.

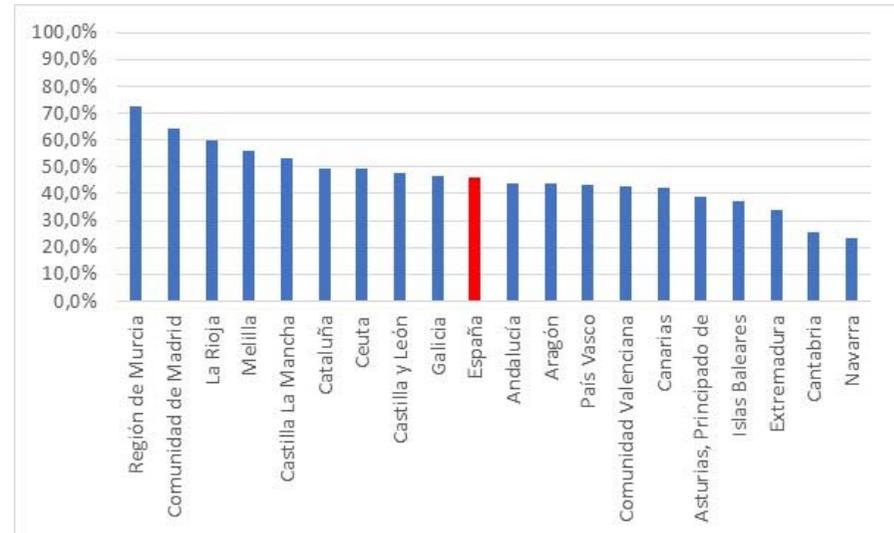
Pregunta 3-4: ¿Conoce usted o ha visto algún proyecto o inversión que se haya realizado con financiación europea en España relativo a ayudas para disminuir las desigualdades sociales entre mujeres y hombres?

Gráfico 20 Datos obtenidos. Pregunta 3-4



Fuente: Elaboración propia.

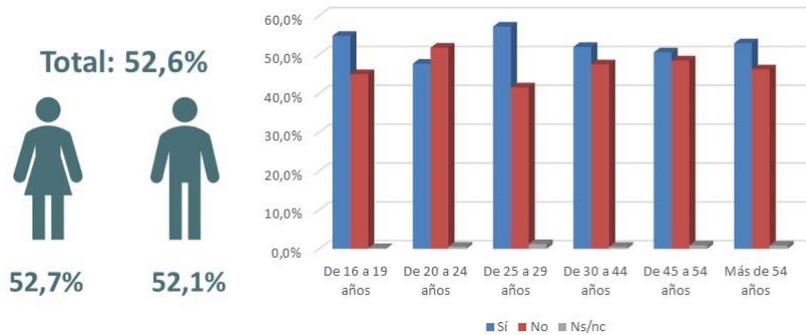
Gráfico 21 Grado de conocimiento por región. Pregunta 3-4



Fuente: Elaboración propia.

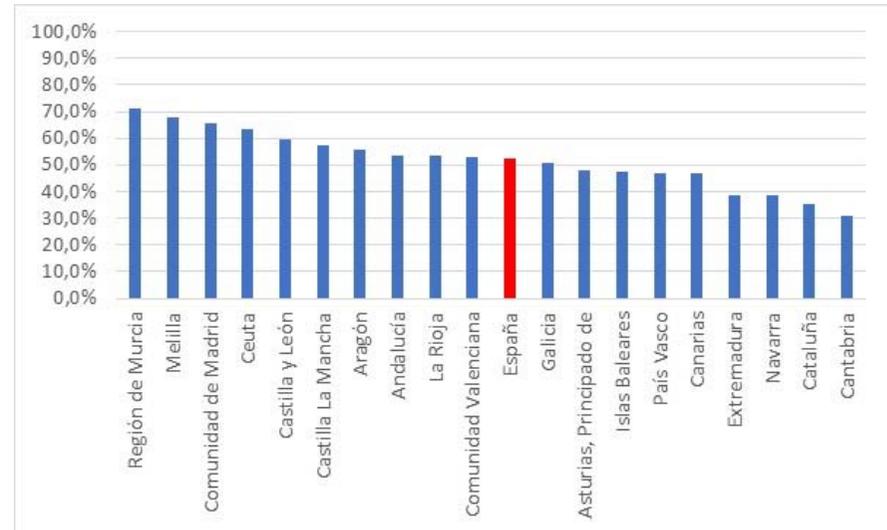
Pregunta 3-5: ¿Conoce usted o ha visto algún proyecto o inversión que se haya realizado con financiación europea en España relativo a ayudas para luchar contra la exclusión a personas con discapacidad?

Gráfico 22 Datos obtenidos. Pregunta 3-5



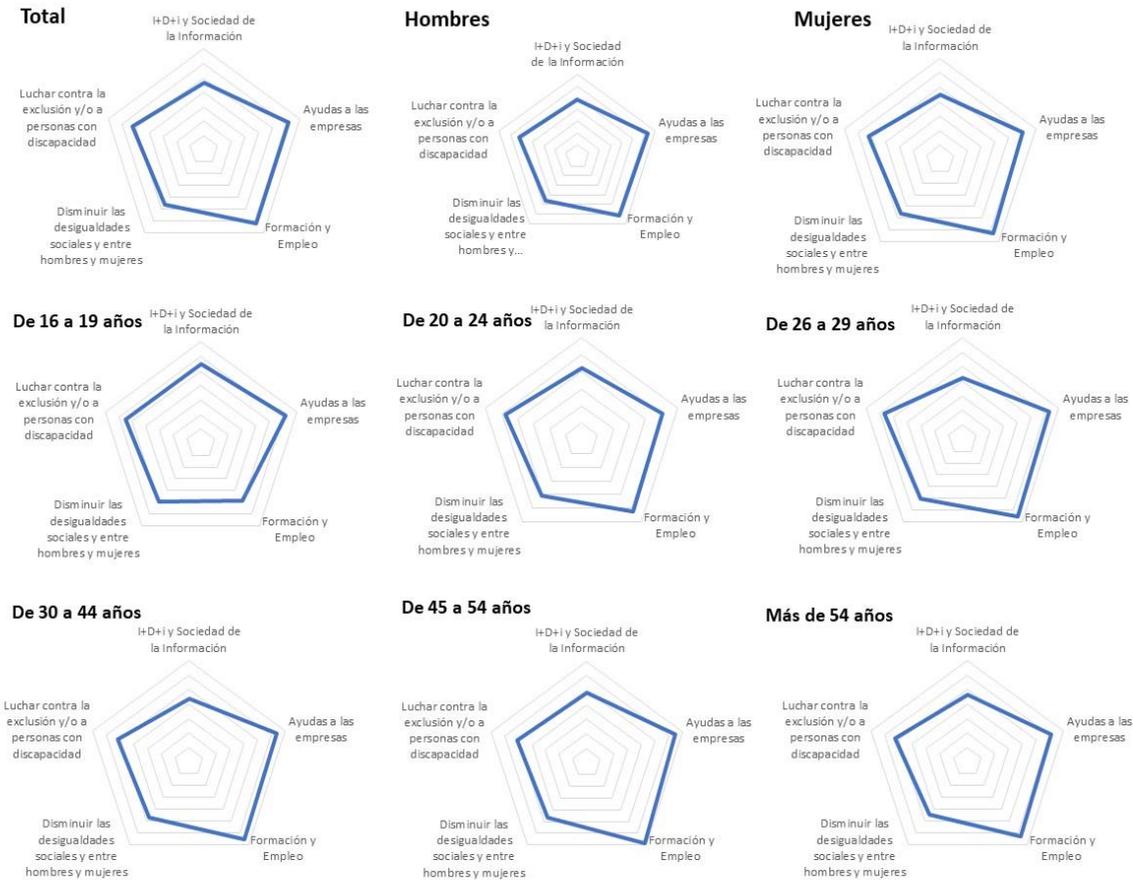
Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 23 Grado de conocimiento por región. Pregunta 3-5



Fuente: Elaboración propia.

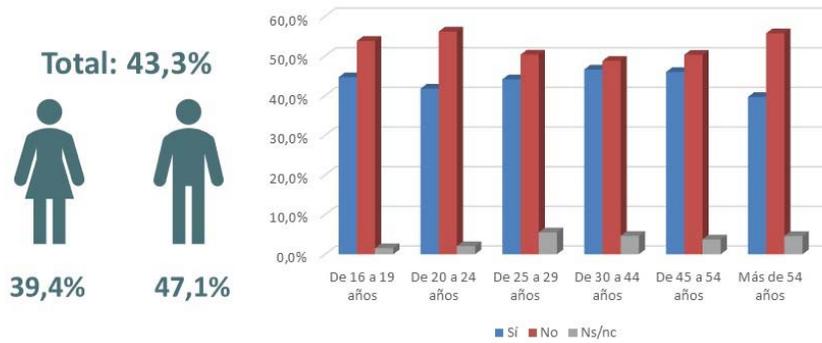
Gráfico 24 Resumen datos obtenidos. Pregunta 3



Fuente: Elaboración propia.

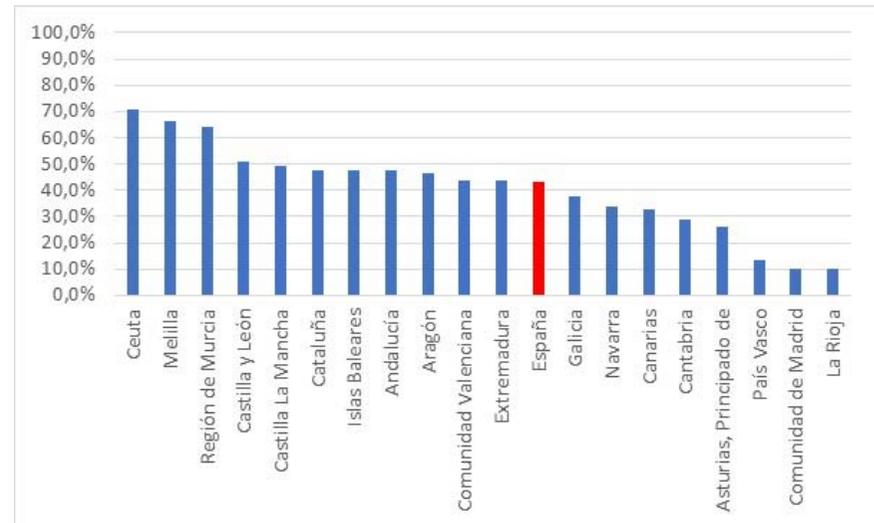
Pregunta 4-1: ¿Cómo se enteró de este tipo de actuaciones, ha visto vallas en carreteras / Placas en centros de formación?

Gráfico 25 Datos obtenidos. Pregunta 4-1



Fuente: Elaboración propia.

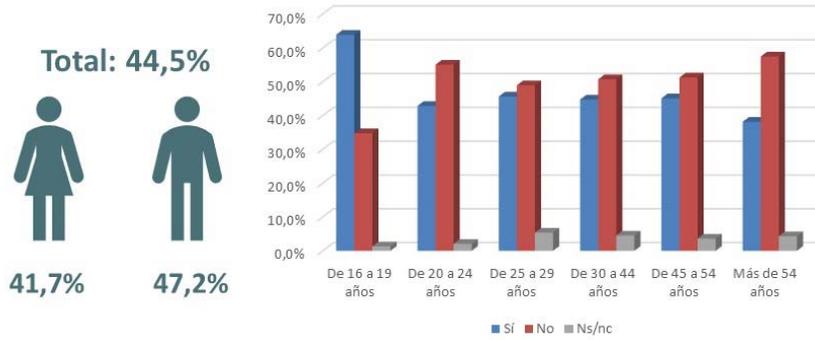
Gráfico 26 Grado de conocimiento por regiones



Fuente: Elaboración propia.

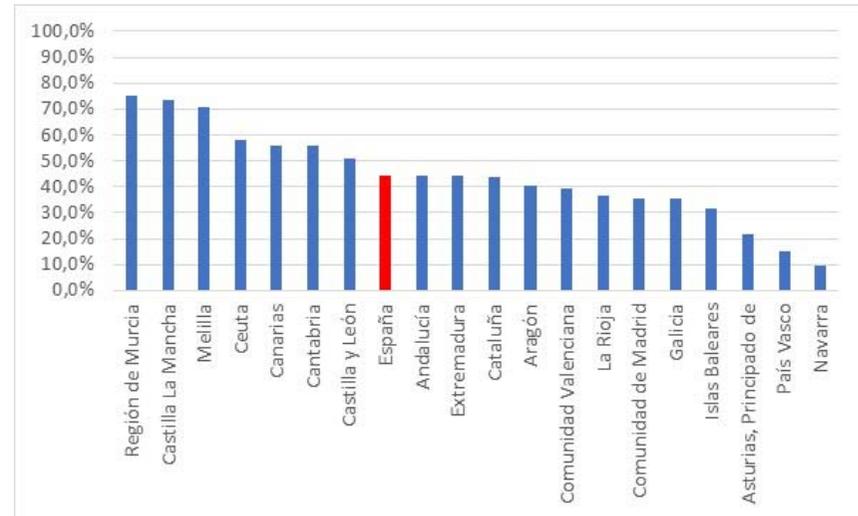
Pregunta 4-2: ¿Cómo se enteró de este tipo de actuaciones, ha visto carteles / posters en la calle?

Gráfico 27 Datos obtenidos- Pregunta 4-2



Fuente: Elaboración propia.

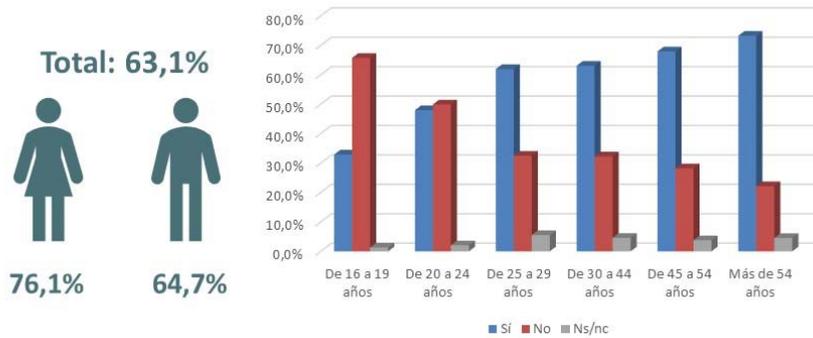
Gráfico 28 Grado de conocimiento por regiones. Pregunta 4-2



Fuente: Elaboración propia.

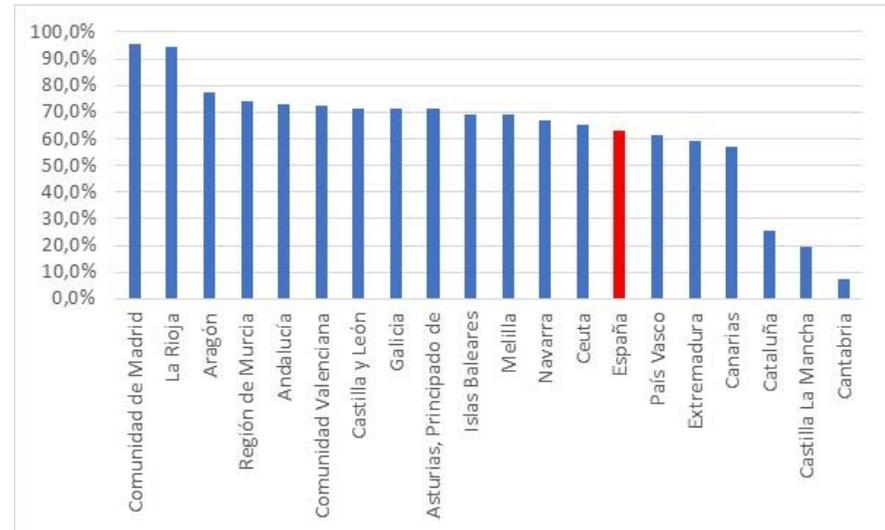
Pregunta 4-3: ¿Cómo se enteró de este tipo de actuaciones, ha visto anuncios en prensa, radio o TV?

Gráfico 29 Datos obtenidos. Pregunta 4-3



Fuente: Elaboración propia.

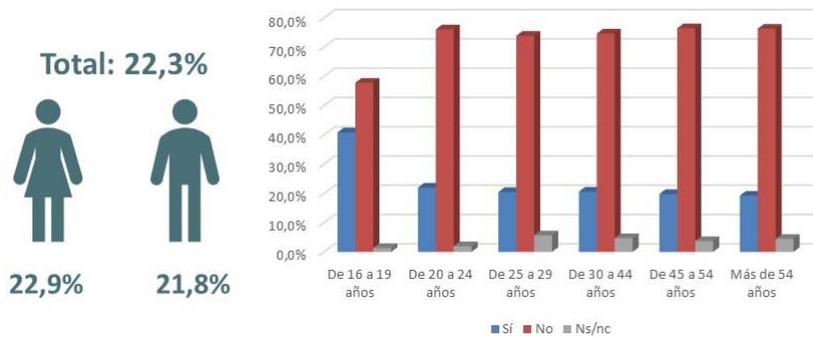
Gráfico 30 Grado de conocimiento por región. Pregunta 4-3



Fuente: Elaboración propia.

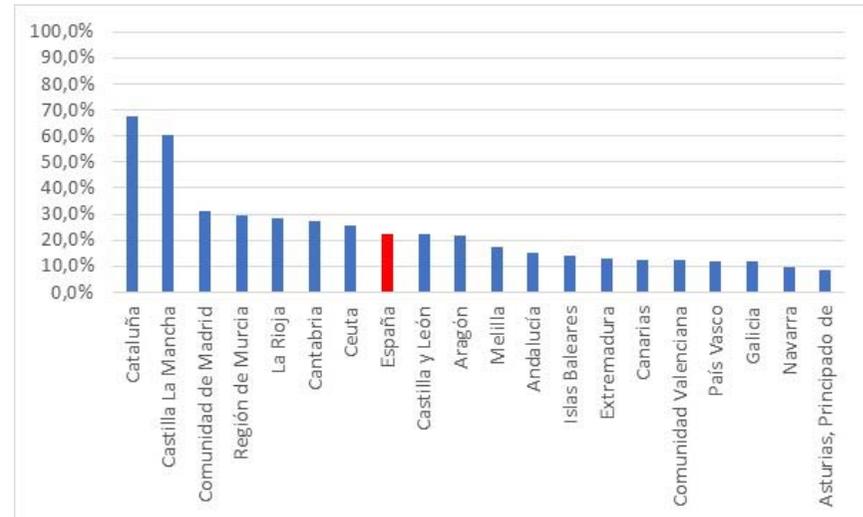
Pregunta 4-4: ¿Cómo se enteró de este tipo de actuaciones a través de folletos?

Gráfico 31 Datos obtenidos. Pregunta 4-4



Fuente: Elaboración propia.

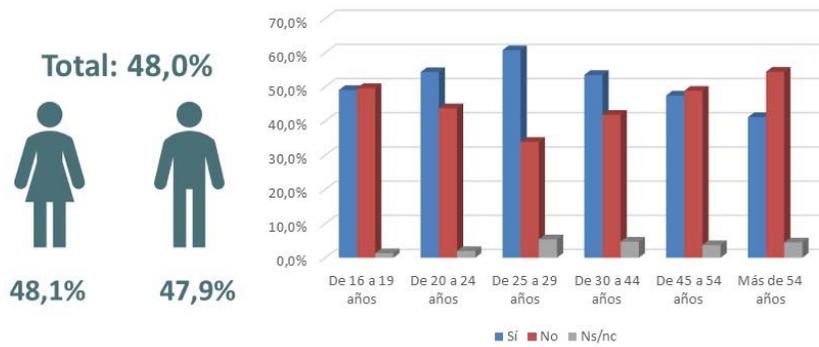
Gráfico 32 Grado de conocimiento por regiones. Pregunta 4-4



Fuente: Elaboración propia.

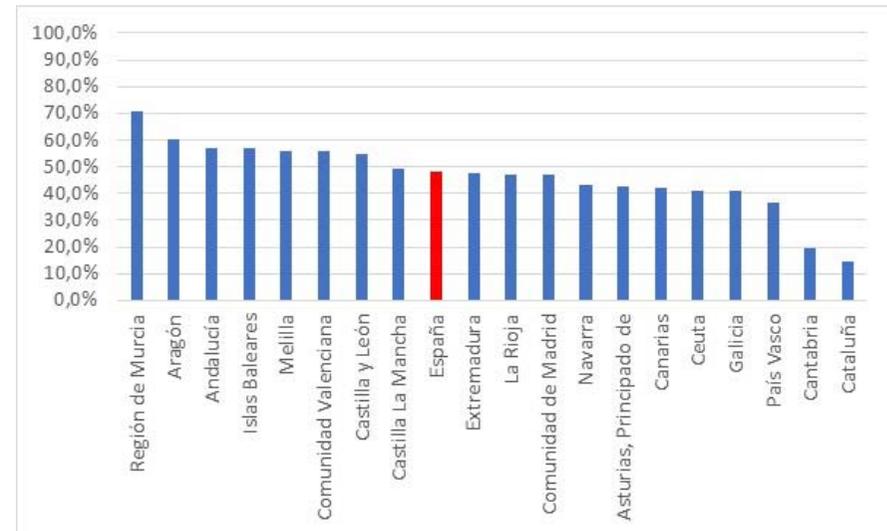
Pregunta 4-5: ¿Cómo se enteró de este tipo de actuaciones a través de Internet?

Gráfico 33 Datos obtenidos. Pregunta 4-5



Fuente: Elaboración propia.

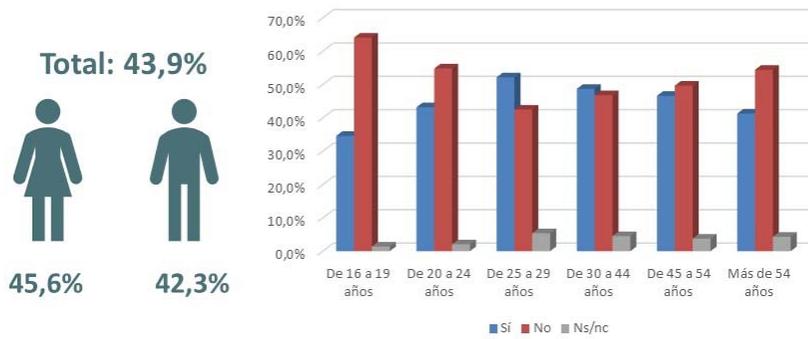
Gráfico 34 Grado de conocimiento por región. Pregunta 4-5



Fuente: Elaboración propia.

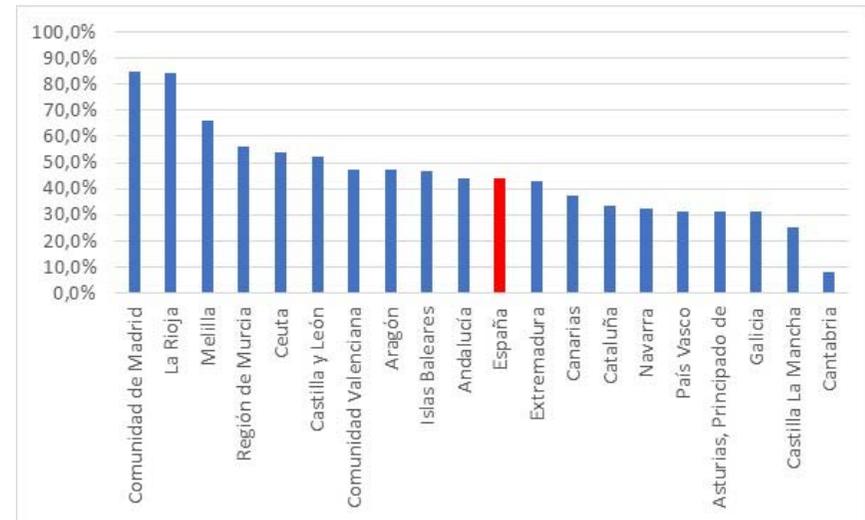
Pregunta 4-6: ¿Cómo se enteró de este tipo de actuaciones, a través de terceras personas?

Gráfico 35 Datos obtenidos. Pregunta 4-6



Fuente: Elaboración propia.

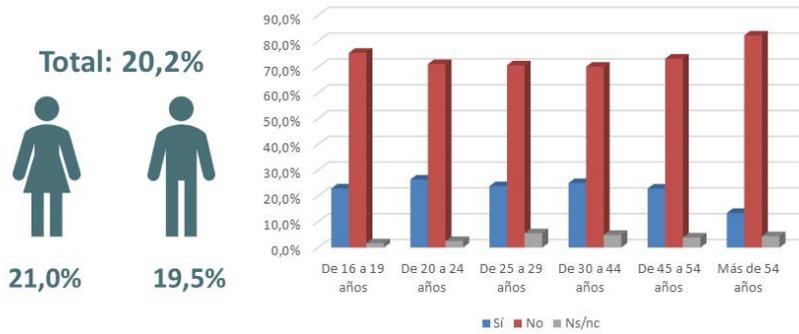
Gráfico 36 Grado de conocimiento por región. Pregunta 4-6



Fuente: Elaboración propia.

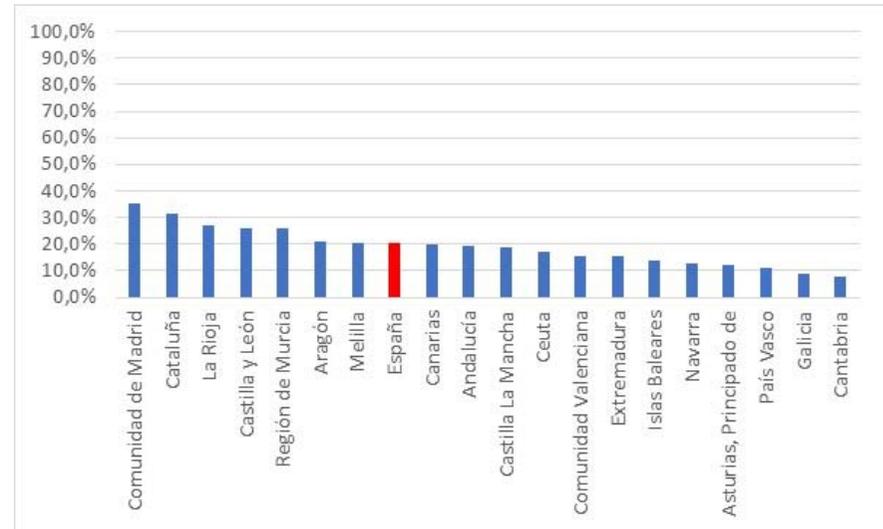
Pregunta 4-7: ¿Cómo se enteró de este tipo de actuaciones, ha participado en algún curso de formación financiado por la Unión Europea?

Gráfico 37 Datos obtenidos. Pregunta 4-7



Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 38 Grado de conocimiento por regiones. Pregunta 4-7



Fuente: Elaboración propia.

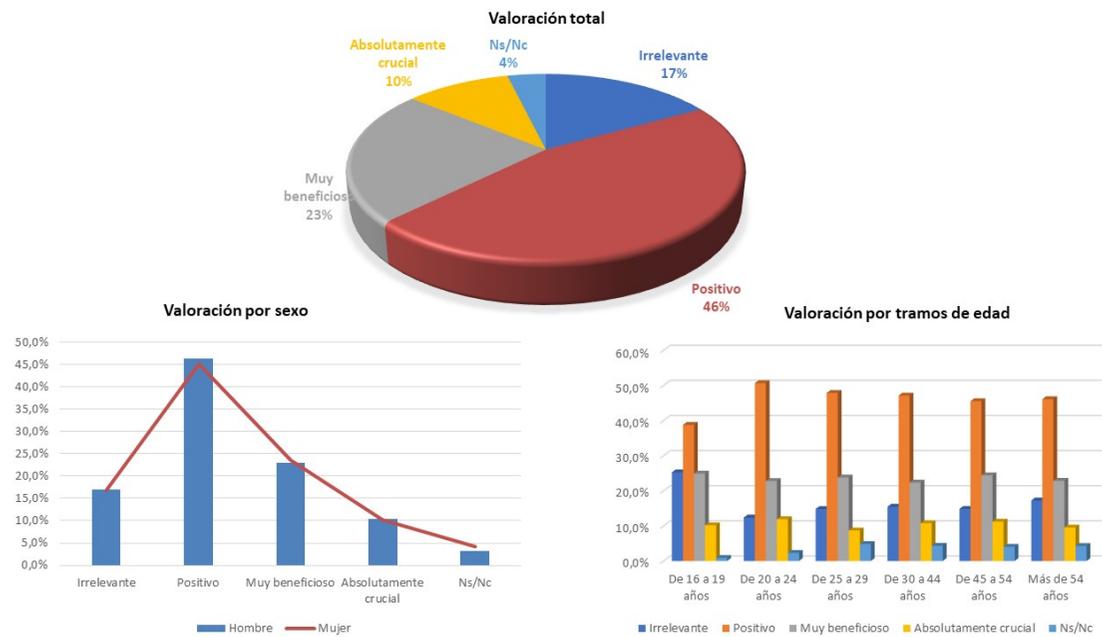
Gráfico 39 Resumen datos obtenidos. Pregunta 4



Fuente: Elaboración propia.

Pregunta 5: ¿Cómo valora usted el papel jugado por los Fondos Europeos en el desarrollo de España?

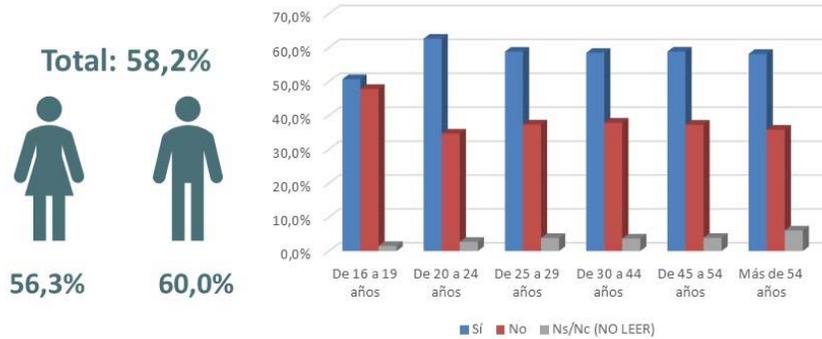
Gráfico 40 Datos obtenidos. Pregunta 5



Fuente: Elaboración propia.

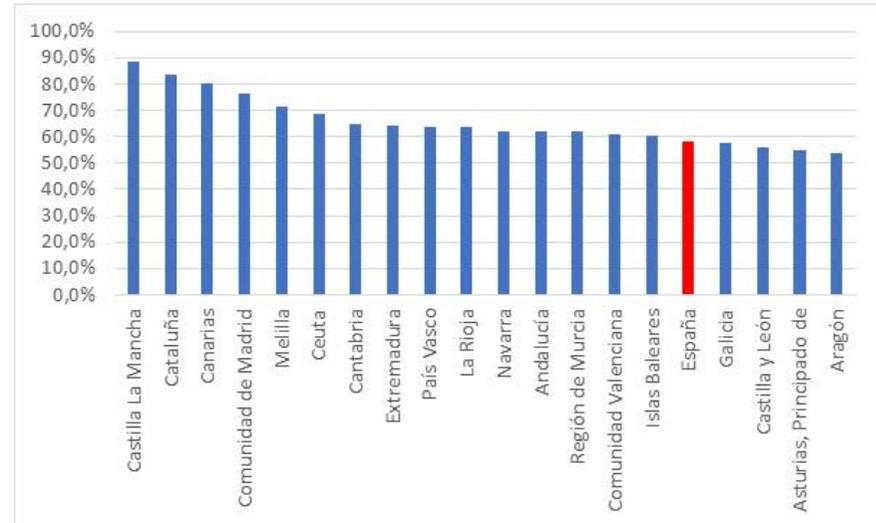
Pregunta 6: El lema “El FSE invierte en tu futuro” ¿le parece que refleja adecuadamente el papel que juega la Unión Europea, a través del FSE en el mayor desarrollo económico y social de España?

Gráfico 41 Datos obtenidos. Pregunta 6



Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 42 Grado de conocimiento por región. Pregunta 6



Fuente: Elaboración propia.

ANEXO II: Cuestionarios

En este anexo se incluyen los cuestionarios que se han definido en la “Guía Metodológica de seguimiento y evaluación de la Estrategias de Comunicación de los Programas Operativos de FEDER y Fondo Social Europeo 2014-2020”, como herramientas necesarias para acometer los trabajos de evaluación.

ANEXO II-1 Listado de preguntas y/o comprobaciones destinado a las Autoridades de Gestión y/o Organismos Intermedios responsables de las Estrategias de Comunicación

Tabla 8 Cuestionario destinado a Autoridades de Gestión y Organismos Intermedios

PREGUNTA	RESPUESTA
1. ¿Ha elaborado una Estrategia de Comunicación para el P.O.?	Sí No (si es pertinente, aclarar)
2. ¿Se ha advertido a los beneficiarios de que formarán parte de un listado público en caso de acceder a una ayuda comunitaria?	Sí No (si es pertinente, aclarar)
3. ¿Ha realizado alguna actividad de lanzamiento del P.O.?	Sí No (si es pertinente, aclarar)
4. ¿Ha realizado actividades anuales que presenten los logros y avances del P.O.?	Sí No (si es pertinente, aclarar)
5. ¿Ha realizado la publicación electrónica de la lista de operaciones?	Sí No (si es pertinente, aclarar)
6. ¿Ha informado a través de la Página Web del contenido del P.O.?	Sí No (si es pertinente, aclarar)
7. ¿Ha publicado material divulgativo sobre el P.O.?	Sí No (si es pertinente, aclarar)
8. ¿Ha informado acerca de las responsabilidades que los beneficiarios adquieren en materia de gestión, seguimiento, control, evaluación e información y comunicación?	Sí No (si es pertinente, aclarar)

PREGUNTA	RESPUESTA
9. ¿Ha puesto a disposición de quienes estén interesados los datos de contacto de aquellas unidades administrativas a las que se pueden dirigir para solicitar cualquier tipo de información referida al P.O.?	Sí No (si es pertinente, aclarar)
10. ¿Ha proporcionado información sobre la normativa, los procedimientos de gestión y sus actualizaciones?	Sí No (si es pertinente, aclarar)
11. ¿Ha distribuido instrucciones específicas y/o manual de requisitos de comunicación entre los organismos intermedios y/o beneficiarios de las operaciones?	Sí No (si es pertinente, aclarar)
12. ¿Realiza una recopilación gráfica de las actuaciones informativas y publicitarias llevadas a cabo?	Sí No (si es pertinente, aclarar)
13. ¿Ha utilizado el lema acordado en la estrategia de Comunicación en el material de comunicación que haya puesto en práctica?	Sí No (si es pertinente, aclarar)
14. ¿Ha organizado alguna jornada, curso, seminario para dar a conocer la gestión del P.O. y de sus resultados?	Sí No (si es pertinente, aclarar)
15. ¿Ha puesto en marcha alguna actuación de publicidad para hacer ver los logros alcanzados por el P.O., o en general por la política regional en España?	Sí No (si es pertinente, aclarar)
16. ¿Ha aplicado correctamente las exigencias técnicas para las medidas de información y comunicación recogidas en los Reglamentos?	Sí No (si es pertinente, aclarar)
17. ¿Ha participado en alguna red de comunicación relacionada con los Fondos Europeos?	Sí No (si es pertinente, aclarar)
18. ¿Lleva a cabo un seguimiento de los avances de la Estrategia de Comunicación, plasmándolo en los informes que se remiten al Comité de Seguimiento?	Sí No (si es pertinente, aclarar)
19. Contribuye a la difusión de buenas prácticas de los proyectos recogidos en el/los P.O.s para los que ha elaborado la Estrategia de Comunicación?	Sí No (si es pertinente, aclarar)
20. ¿Incluye la Estrategia de Comunicación de su P.O. alguna medida destinada a la presentación de ejemplos de	Sí

PREGUNTA

RESPUESTA

proyectos cofinanciados para su consideración como Buena Práctica?

No (si es pertinente, aclarar)

21.

¿Ha informado a los organismos gestores y beneficiarios de la ayuda comunitaria e los criterios de buenas prácticas de actuaciones cofinanciadas?

Sí

No (si es pertinente, aclarar)

22.

¿Ha validado ya la Autoridad de Gestión alguna operación para su inclusión en la base de datos web de buenas prácticas de actuaciones cofinanciadas?

Sí

No (si es pertinente, aclarar)

23.

¿Cumplimenta indicadores de comunicación (realización y/o resultado) como consecuencia de su participación en el P.O.? Indique cuáles

Sí

No (si es pertinente, aclarar)

ANEXO II-2 Listado de preguntas y/o comprobaciones destinado a Órganos Gestores y/o Beneficiarios

Tabla 9 Cuestionario destinado a Órganos Gestores y/o Beneficiarios

PREGUNTA	RESPUESTA
1. ¿Conoce la Estrategia de Comunicación?	Sí No (si es pertinente, aclarar)
2. ¿Ha recibido instrucciones específicas y/o manual de seguimiento de las Estrategias de Comunicación?	Sí No (si es pertinente, aclarar)
3. ¿Ha participado en alguna jornada o sesión formativa en relación con los requisitos de comunicación en el nuevo período de programación?	Sí No (si es pertinente, aclarar) 1 = mínimo acuerdo, 4 = máximo acuerdo
La información presentada ha servido para adelantar y/o actualizar sus conocimientos sobre los Fondos y/o su aplicación.	1 2 3 4
Los contenidos presentados son de utilidad práctica	1 2 3 4
La sesión/evento es una herramienta adecuada para informar/formar sobre los Fondos	1 2 3 4
La duración de la sesión/evento y el número de participantes fue el adecuado para cumplir con los objetivos previstos	1 2 3 4
La sesión/evento ha satisfecho mis expectativas	1 2 3 4
La sesión/evento es una herramienta adecuada para informar/formar sobre Fondos	1 2 3 4
4. ¿Forma su Organismo parte de alguna red de comunicación relacionada con los Fondos Europeos?	Sí No (si es pertinente, aclarar)
5. Si Vd. no es beneficiario, ¿ha distribuido instrucciones específicas y/o un manual de requisitos de comunicación dirigido a los mismos?	Sí No (si es pertinente, aclarar)

PREGUNTA	RESPUESTA
6. ¿Ha aplicado correctamente las características técnicas exigidas reglamentariamente para las medidas de información y comunicación?	<p style="text-align: center;">Sí</p> <p>No (si es pertinente, aclarar)</p>
7. ¿Ha utilizado el eslogan acordado en la Estrategia de Comunicación para el material de comunicación puesto en práctica?	<p style="text-align: center;">Sí</p> <p>No (si es pertinente, aclarar)</p>
8. ¿En la convocatoria y/o resolución de las ayudas, convenios, etc. ha mencionado la participación del FSE?	<p style="text-align: center;">Sí</p> <p>No (si es pertinente, aclarar)</p>
9. ¿En los pliegos de condiciones y cláusulas administrativas ha facilitado información acerca de los criterios de selección de los proyectos, los procedimientos de examen de las solicitudes y sus tiempos?	<p style="text-align: center;">Sí</p> <p>No (si es pertinente, aclarar)</p>
10. ¿Ha difundido a través de algún procedimiento electrónico las distintas convocatorias existentes en el marco del P.O.?	<p style="text-align: center;">Sí</p> <p>No (si es pertinente, aclarar)</p>
11. Si Vd. No es beneficiario ¿ha informado a éste de las obligaciones que, con carácter general, adquiere en materia de información y comunicación, y, en concreto, de que pasará a formar parte de la lista de operaciones que será publicada por la Autoridad de Gestión?	<p style="text-align: center;">Sí</p> <p>No (si es pertinente, aclarar)</p>
12. ¿Ha remitido notas de prensa y/o ha publicado alguna noticia a través de los medios de comunicación en relación con el P.O. y/o el papel desempeñado por la UE?	<p style="text-align: center;">Sí</p> <p>No (si es pertinente, aclarar)</p>
13. ¿Recopila y archiva el material de comunicación de las actuaciones que gestiona?	<p style="text-align: center;">Sí</p> <p>No (si es pertinente, aclarar)</p>
14. ¿Ha participado en alguna reunión, jornada y/o curso donde se le haya informado acerca de los procedimientos de gestión, control, evaluación y/o comunicación de los Fondos Europeos?	<p style="text-align: center;">Sí</p> <p>No (si es pertinente, aclarar)</p> <p>1 = mínimo acuerdo, 4 = máximo acuerdo</p>
La información presentada ha servido para adelantar y/o actualizar sus conocimientos sobre los Fondos y/o su aplicación.	<p style="text-align: center;">1 2 3 4</p>

PREGUNTA	RESPUESTA			
	1	2	3	4
Los contenidos presentados son de utilidad práctica	1	2	3	4
La sesión/evento es una herramienta adecuada para informar/formar sobre los Fondos	1	2	3	4
La duración de la sesión/evento y el número de participantes fue el adecuado para cumplir con los objetivos previstos	1	2	3	4
La sesión/evento ha satisfecho mis expectativas	1	2	3	4
La sesión/evento es una herramienta adecuada para informar/formar sobre Fondos	1	2	3	4
15. ¿Ha puesto en marcha alguna actuación de publicidad para hacer ver los logros conseguidos en actuaciones cofinanciadas con fondos europeos?			Sí	No (si es pertinente, aclarar)
16. ¿Ha organizado alguna jornada, seminario, evento, feria y/o certamen para divulgar su participación en el P.O. y/o en general sobre la política regional europea en España?			Sí	No (si es pertinente, aclarar)
17. ¿Conoce los criterios establecidos para la justificación de los proyectos cofinanciados como buenas prácticas?			Sí	No (si es pertinente, aclarar)
18. ¿Sabe que como beneficiario/gestor, debe informar del cumplimiento de todos los criterios establecidos de buenas prácticas de actuaciones cofinanciadas para al menos alguno de los proyectos que promueve con cargo a los fondos estructurales?			Sí	No (si es pertinente, aclarar)
19. ¿Ha presentado algún proyecto del que es beneficiario/gestor para su consideración como buena práctica en el período 2014-2020?			Sí	No (si es pertinente, aclarar)
20. ¿Cuáles son los principales problemas con los que se encuentran a la hora de dar cumplimiento a los requisitos de comunicación en el desarrollo de sus operaciones?			Sí	No (si es pertinente, aclarar)
a. Emblema comunitario			Sí	No (si es pertinente, aclarar)

PREGUNTA

RESPUESTA

b. Lema del Fondo indicado en la Estrategia de Comunicación **Sí**
No (si es pertinente, aclarar)

c. Comunicar la cofinanciación europea **Sí**
No (si es pertinente, aclarar)

d. Lista de beneficiarios, los nombres de las operaciones y la cantidad de fondos públicos asignados a las mismas

e. Contenido de las herramientas específicas (vallas, carteles, etc.)

f. Otros (especifique)

ANEXO II-3 Listado de preguntas y/o comprobaciones destinado al público en general

Tabla 10 Cuestionario para la ciudadanía⁶

1. ¿Sabe usted que su C.A. recibe dinero de la Unión Europea para contribuir a su progreso económico y social?

Sí

No

2. ¿Ha oído hablar del Fondo Social Europeo?

Sí

No

Si ambas respuestas negativas fin de la encuesta

3. ¿Conoce proyectos o inversiones que se han realizado con financiación europea en su CCAA relativos a...? (respuesta múltiple)

Investigación, Desarrollo e Innovación y Sociedad de la Información Sí No

Ayudas a empresas Sí No

Formación y Empleo Sí No

Ayudas para disminuir las desigualdades sociales y entre hombres y mujeres Sí No

Ayudas para luchar contra la exclusión y/o a personas con discapacidad Sí No

4. ¿Cómo se enteró de este tipo de actuaciones...? (respuesta múltiple)

Ha visto vallas en las carreteras / placas en centros de formación? Sí No

Ha visto carteles, posters en la calle? Sí No

Ha visto/oído anuncios en prensa, radio, televisión...? Sí No

A través de folletos? Sí No

A través de Internet? Sí No

A través de terceras personas? Sí No

Ha participado en algún curso de formación financiado por la Unión Europea? Sí No

⁶ Solo se incluyen aquellas preguntas vinculadas con el FSE.



5. ¿Cómo valora Vd. el papel jugado por los Fondos Europeos en el desarrollo de su región?
- a. Irrelevante
 - b. Positivo
 - c. Muy beneficioso
 - d. Absolutamente crucial
6. ¿El lema “El FSE invierte en tu futuro” le parece que refleja adecuadamente el papel que juega la Unión Europea, a través del FSE, en el mayor desarrollo económico y social de España?