



2023

Evaluación Final de la Estrategia de Comunicación del Programa Operativo de Inclusión Social y de la Economía Social 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	Métodos 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.....	34
3.	Análisis de la programación de la Estrategia de Comunicación.....	39
3.1	Pertinencia de la Estrategia de Comunicación	39
3.2	Validez y consistencia interna de la Estrategia de Comunicación.....	41
3.3	Asignación y adecuación de los recursos destinados.....	44
3.4	Consideración del Principio de Igualdad de Oportunidades	46
4.	Análisis de la aplicación de las medidas de información y publicidad	48
4.1	Avance de la ejecución de las medidas	48

4.2 Integración de las actividades de información y publicidad en los informes anuales de ejecución	118
4.3 Repercusión de los sistemas de seguimiento en la calidad de la ejecución de las medidas	120
5. Verificación de la inclusión de la información y publicidad en las actuaciones de verificación y control del Fondo Social Europeo	127
6. Incorporación del Principio de Igualdad de Oportunidades en las medidas de información y publicidad	130
7. Análisis del impacto: logros y desafíos de las actividades en materia de información y publicidad	133
8. Conclusiones y recomendaciones: propuesta de medidas a adoptar	139
ANEXO I: Encuesta a la ciudadanía	145
ANEXO II: Cuestionarios	165
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	165
ANEXO II-2 Listado de preguntas y/o comprobaciones destinado a Órganos Gestores y/o Beneficiarios	168
ANEXO II-3 Listado de preguntas y/o comprobaciones destinado al público en general.....	172

Índice de ilustraciones

Ilustración 1 Preguntas de evaluación	23
Ilustración 2 Roles y responsabilidades	26
Ilustración 3 Criterios establecidos para el análisis de la programación de la Estrategia de Comunicación	39
Ilustración 4 Árbol de objetivos	42
Ilustración 5 Esquema de los grupos destinatarios de la Estrategia de Comunicación	43
Ilustración 6 Análisis de la aplicación de las medidas de información y publicidad	48
Ilustración 7 Estructura del análisis de los sistemas de seguimiento en la calidad de la ejecución de las medidas	120
Ilustración 8 Decálogo para aplicar el enfoque de género a la información y comunicación de los Fondos Estructurales y de Inversión Europeos	130
Ilustración 9 Check list para verificar la incorporación de género en la comunicación	132

Ilustración 10 Indicadores de impacto	133
Ilustración 12 Impacto de la Estrategia de Comunicación del Programa Operativo de Inclusión Social y de la Economía Social 2014-2020.....	142

Índice de tablas

Tabla 1 Impacto de la Estrategia de Comunicación del Programa Operativo de Inclusión Social y de la Economía Social FSE 2014-2020	8
Tabla 2 Indicadores de realización y resultado de las Estrategias de Comunicación de los Programas Operativos Plurirregionales FSE 2014-2020.....	28
Tabla 3 Recomendaciones emitidas en el Informe de Evaluación Intermedia y su aplicación... 34	
Tabla 4 Lista de verificación. Información y Comunicación	127
Tabla 5 Indicadores de impacto de la Estrategia de Comunicación del Programa Operativo de Inclusión Social y de la Economía Social FSE 2014-2020.....	134
Tabla 6 Unidades en la muestra teórica y estimaciones del error de muestreo	145
Tabla 7 Ficha técnica. Encuesta a la ciudadanía.....	146
Tabla 8 Cuestionario destinado a Autoridades de Gestión y Organismos Intermedios	165
Tabla 9 Cuestionario destinado a Órganos Gestores y/o Beneficiarios	168
Tabla 10 Cuestionario para la ciudadanía	172

Table index

Table 1 Impact of the Communication Strategy of the Operational Programme for Social Inclusion and Social Economy ESF 2014-2020	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 región.....	9
Gráfico 3 Distribución del presupuesto indicativo por tipo de actividad	45
Gráfico 4 Grado de conocimiento de las obligaciones (I1)	135
Gráfico 5 Tasa de satisfacción	135
Gráfico 6 Tasa de utilidad (I3)	136
Gráfico 7 Grado de conocimiento de los Fondos Europeos (I4)	137

Gráfico 8 Grado de conocimiento del FSE (I4)	137
Gráfico 9 Grado de conocimiento del papel desempeñado por la Unión Europea (I5).....	138
Gráfico 10 Datos obtenidos. Pregunta 1	147
Gráfico 11 Grado de conocimiento por región. Pregunta 1.....	147
Gráfico 12 Datos obtenidos. Pregunta 2	148
Gráfico 13 Grado de conocimiento por región. Pregunta 2.....	148
Gráfico 14: Datos obtenidos. Pregunta 3-1.....	149
Gráfico 15 Grado de conocimiento por región. Pregunta 3-1	149
Gráfico 16 Datos obtenidos. Pregunta 3-2.....	150
Gráfico 17 Grado de conocimiento por región. Pregunta 3-2	150
Gráfico 18 Datos obtenidos. Pregunta 3-3.....	151
Gráfico 19 Grado de conocimiento por región. Pregunta 3-3	151
Gráfico 20 Datos obtenidos. Pregunta 3-4.....	152
Gráfico 21 Grado de conocimiento por región. Pregunta 3-4	152
Gráfico 22 Datos obtenidos. Pregunta 3-5.....	153
Gráfico 23 Grado de conocimiento por región. Pregunta 3-5	153
Gráfico 24 Resumen datos obtenidos. Pregunta 3	154
Gráfico 25 Datos obtenidos. Pregunta 4-1.....	155
Gráfico 26 Grado de conocimiento por regiones.....	155
Gráfico 27 Datos obtenidos- Pregunta 4-2.....	156
Gráfico 28 Grado de conocimiento por regiones. Pregunta 4-2	156
Gráfico 29 Datos obtenidos. Pregunta 4-3.....	157
Gráfico 30 Grado de conocimiento por región. Pregunta 4-3	157
Gráfico 31 Datos obtenidos. Pregunta 4-4.....	158
Gráfico 32 Grado de conocimiento por regiones. Pregunta 4-4	158
Gráfico 33 Datos obtenidos. Pregunta 4-5.....	159
Gráfico 34 Grado de conocimiento por región. Pregunta 4-5	159
Gráfico 35 Datos obtenidos. Pregunta 4-6.....	160
Gráfico 36 Grado de conocimiento por región. Pregunta 4-6	160



Gráfico 37 Datos obtenidos. Pregunta 4-7	161
Gráfico 38 Grado de conocimiento por regiones. Pregunta 4-7	161
Gráfico 39 Resumen datos obtenidos. Pregunta 4	162
Gráfico 40 Datos obtenidos. Pregunta 5	163
Gráfico 41 Datos obtenidos. Pregunta 6	164
Gráfico 42 Grado de conocimiento por región. Pregunta 6.....	164

Graphs index

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



0. Resumen ejecutivo

0.1 Introducción

El método de evaluación de la Estrategia de Comunicación del Programa Operativo de Inclusión Social y de la Economía Social FSE 2014-2020 ha sido configurado de acuerdo con la normativa vigente y con las orientaciones metodológicas 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 Inclusión Social y de la Economía Social FSE 2014-2020. Se trata de una evaluación pluralista, de implementación e impacto.

El **alcance temporal** que ha de 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” debe ser desde el 1 de julio de 2019 al 31 de marzo de 2023. No obstante, 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 Inclusión Social y de la Economía Social FSE 2014-2020 consta de 32 medidas. Todas las actuaciones se han realizado de forma adecuada, estando la mayoría de ellas finalizadas.

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 la Inclusión Social y la Economía Social, 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 Inclusión Social y de la Economía Social 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 Impacto de la Estrategia de Comunicación del Programa Operativo de Inclusión Social y de la Economía Social FSE 2014-2020

Indicador de impacto		Base	Meta	2019	2023
1. Grado de conocimiento de las obligaciones		93%	95%	84,1%	88,9%
2. Tasa de satisfacción		63%	73%	81,6%	68,1%
3. Tasa de utilidad de las actuaciones		62%	71%	85,3%	67,6%
4. Grado de conocimiento de los Fondos Europeos	General	s.d	s.d	s.d	73,7%
	FSE	50%	55%	55,3%	64,9%
5. Grado de conocimiento del papel desempeñado por la Unión Europea		62%	70%	70,8%	79,4%

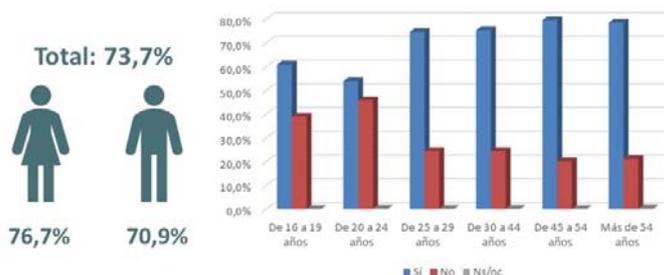
Fuente: Elaboración propia. s.d (sin dato).

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 Inclusión Social y de la Economía Social FSE 2014-2020, donde los actores involucrados en la ejecución están contribuyendo, en mayor o menor medida, a difundir con

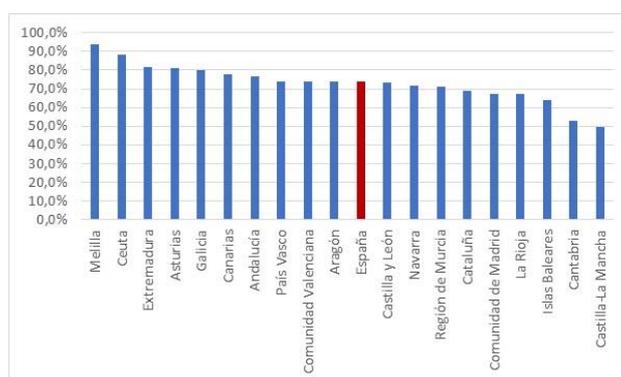
transparencia, homogeneización y de forma coordinada las actuaciones que se están ejecutando en el marco del Programa Operativo. Además, se están empleando las herramientas adecuadas para poder concienciar a la ciudadanía de la contribución que realiza la Unión Europea para el progreso económico y social 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 región



Fuente: Elaboración propia.

0.5 Conclusiones

A lo largo del ejercicio de evaluación se han ido obteniendo conclusiones, a continuación, se ponen de manifiesto un resumen de éstas.

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 reforzar 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, por su parte, tras efectuar un pretest, se pone de manifiesto las dificultades que tiene la ciudadanía para dar respuesta a las preguntas que se realizan.

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 Inclusión Social y de la Economía Social FSE 2014-2020 ha establecido un presupuesto indicativo de 12.557.000 euros para llevar a cabo las medidas definidas en la Estrategia de Comunicación. Este presupuesto representa un 1,53% de la ayuda del Programa Operativo, muy por encima del 0,3%, mínimo consensuado para la política de comunicación por Estrategia. Sin embargo, según la opinión de algunos entrevistados, la dotación financiera es insuficiente para llevar a cabo todas las obligaciones establecidas.

Por lo que se refiere a los medios humanos, la Estrategia de Comunicación recoge en su apartado 4.2 las personas responsables de información y comunicación.

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.

Con respecto a la composición y experiencia de los recursos humanos implicados en la ejecución de actuaciones de comunicación, y de acuerdo con las opiniones vertidas en los cuestionarios facilitados, los Organismos Intermedios, Órganos Gestores y/o Beneficiarios señalan que cuentan con equipos de comunicación especializados, si bien suele tratarse de personas que no tienen dedicación exclusiva a la comunicación de operaciones cofinanciadas por el Programa Operativo de Inclusión Social y de la Economía Social FSE 2014-2020.

Los indicadores de realización y resultado no han sido reportados por todos los actores implicados, al no ser una obligación reglamentaria, lo que ha impedido realizar un análisis cuantitativo de la ejecución.

Por lo que se refiere al Portal Web Único, se puede consultar toda la información actualizada del Programa Operativo de Inclusión Social y de la Economía Social 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 Inclusión Social y de la Economía Social FSE 2014-2020 en formato excel, con una actualización semestral, pero se observa que todos los campos están en castellano. Sin embargo, en el Anexo XII del Reglamento (UE) nº 1303/2013 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.

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 llevado a cabo.

Los Informes Anuales de Ejecución han ido acompañados todos los años por un informe para la ciudadanía, dónde se han relatado 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 exponían 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, dejándose constancia en los listados de comprobación. 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 Inclusión Social y de la Economía Social FSE 2014-2020.

0.6 Recomendaciones

A continuación, se ofrecen una serie de recomendaciones, las cuales pueden ser un punto de partida y aprendizaje para su puesta en marcha en el período de programación 2021-2027 con la finalidad de mejorar la comunicación de las intervenciones comunitarias.

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

- En los indicadores que se refieren a personas, facilitar información desagregada por sexo.

Seguimiento y evaluación

- Que todos los actores implicados en el Programa Operativo, al menos, presenten un caso de Buena Práctica a lo largo del período de programación 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 específicas
- 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 en la materia 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.

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 Social Inclusion and Social Economy ESF 2014-2020 has been designed in accordance with the applicable regulations and the methodological guidelines issued on the basis of them:

- 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 Social Inclusion and Social Economy ESF 2014-2020. It is a pluralistic, implementation and impact evaluation.

According to the "Methodological Guide for the Monitoring and Evaluation of the Communication Strategies of ERDF and ESF Programmes 2014-2020", the **period to be 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 ESF 2014-2020 Operational Programme for Social Inclusion and the Social Economy consists of 32 actions. All actions have been properly implemented and most of them have been finalised.

A qualitative analysis of the implementation has been carried out, which shows that important work has been done to disseminate European social policy and its implications for social inclusion and the social economy, 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 Social Inclusion and the Social Economy ESF 2014-2020. In addition to strengthening information and communication networks, the aim is to make disadvantaged groups visible, promote demand for the measures of the Operational Programme, provide adequate coverage of the actors involved and 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 of the Communication Strategy of the Operational Programme for Social Inclusion and Social Economy ESF 2014-2020

Impact indicators		Base	Target	2019	2023
1. Degree of awareness of obligations		93%	95%	84,1%	88,9%
2. Satisfaction rate		63%	73%	81,6%	68,1%
3. Utility rate of actions		62%	71%	85,3%	67,6%
4. Degree of awareness of the different Funds	General	s.d	s.d	s.d	73,7%
	ESF	50%	55%	55,3%	64,9%
5. Level of awareness of the role played by the European Union		62%	70%	70,8%	79,4%

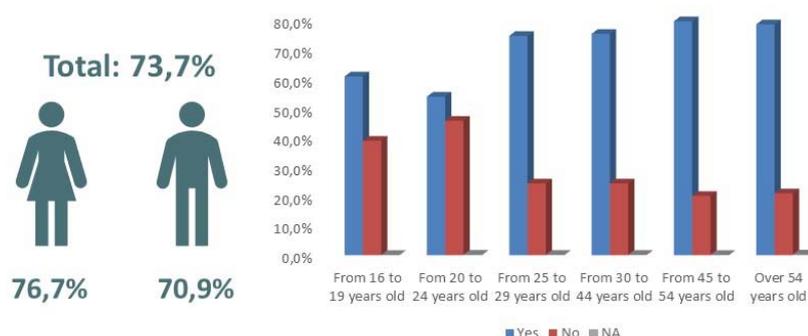
Source: Author's elaboration. (n.d.) Not available.

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 Social Inclusion and the Social Economy ESF 2014-2020, in which the actors involved in the 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

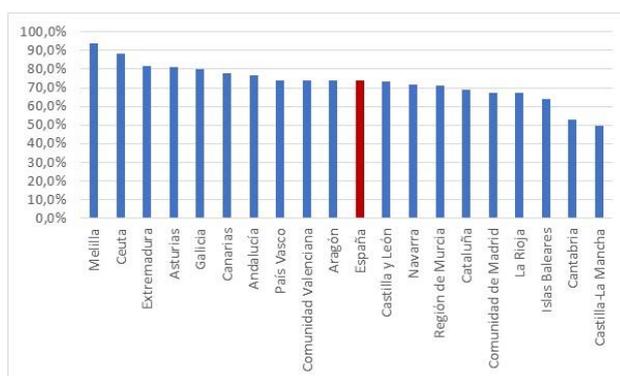
efforts to improve the quality of life of Spanish citizens through the application of cohesion policy.

Graph 1 Citizen awareness of the European Funds



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

Graph 2 Citizen awareness of the European Funds by region



Source: Author's elaboration.

0.5 Conclusions

Throughout the evaluation process, conclusions have been drawn which are summarised below.

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 Operational Programmes of the ERDF and the European Social Fund 2014-2020", together with the reflections and decisions agreed in the GERIP Communication Network, have provided a wide and diverse set of criteria that allow a comprehensive evaluation to be carried out, while at the same time providing sufficient elements for the monitoring of the strategy.

The evaluation criteria have been reinforced in the 2014-2020 programming period with the inclusion of new tools such as the approach to strengthen communication for the presentation of Good Practice cases; the structure of the website; the Single Web Portal; list of operations; attendance to the GERIP Network meetings, considering a multiplicity of tools, both quantitative and qualitative, which allow concluding 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 more specifically those comprising the questionnaires for obtaining quantitative and qualitative information, it is sometimes difficult to understand what is being asked. The questionnaire referring to Managing Bodies and/or Beneficiaries includes some questions specific to the Intermediate Body, which generates confusion for the addressee of the questionnaire. Furthermore, the formats developed are more appropriate for the collection of information for a mid-term evaluation than for a final evaluation. Likewise, the questionnaire designed for citizens is more oriented towards actions co-financed with ERDF, and after a pre-test, it is clear that it is difficult for citizens to answer the questions asked.

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



In terms of financial resources, the Communication Strategy of the Operational Programme Social Inclusion and Social Economy ESF 2014-2020 has set an indicative budget of 12,557,000 euros for the implementation of the actions defined in the Communication Strategy. This budget represents 1.53% of the Operational Programme funding, which is well above the 0.3% minimum agreed for communication policy per strategy. However, according to some interviewees, the financial allocation is insufficient to meet all the commitments made.

In terms of human resources, the communication strategy lists the persons responsible for information and communication in section 4.2.

The ESF Managing Authority devotes only one person to the development and monitoring of ESF information, communication and visibility actions, under the direction of the Communication Officer. Although his experience is adequate, he does not have sufficient human resources to support him. 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 the communication actions, and according to the opinions expressed in the questionnaires provided, the intermediate bodies, managing bodies and/or beneficiaries indicate that they have specialised communication teams, although these are usually people who are not exclusively dedicated to the communication of operations co-financed by the ESF Operational Programme 2014-2020 for Social Inclusion and the Social Economy.

Output and result indicators have not been reported by all actors involved, as this is not a regulatory requirement, which has prevented a quantitative analysis of implementation.

As regards the Single Web Portal, all updated information on the Operational Programme for Social Inclusion and Social Economy 2014-2020 can be consulted.

On the Single Web Portal of the ESF Managing Authority, the list of operations of the Operational Programme for Social Inclusion and Social Economy ESF 2014-2020 was available in Excel format, updated every six months, but it is noted that all fields are in Spanish. However, Annex XII of Regulation (EU) No 1303/2013 states: "[...] The titles of the data fields shall also be provided in at least one other official language of the Union [...]", thus disregarding this regulatory obligation.

As regards the content of the information, it is clear and understandable, making it easy for anyone interested to know what has been done, how much it cost and over what period.

Together with the Annual Implementation Reports, a Progress Report on the Strategy has been produced, showing what has been done during the year, by action, and by whom.

The Annual Implementation Reports have been accompanied each year by a Report for the Public describing the year's achievements and promoting transparency and communication.

This report has evolved over the programming period, i.e. in the early years, issues related to the programming and organisation of the Operational Programme were presented, 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 networks INFORM and INIO provide an appropriate forum for the exchange of experience and best practice with communication professionals 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 carries out a major annual information activity promoting the opportunities and strategies pursued and presenting examples of co-financed actions.

The Article 125 monitoring and control procedures take account of the communication requirements and are set out in checklists. These checklists make it possible to check that 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, a correct application has been observed in the programming of the communication strategy. However, it is not possible to analyse the communication activities carried out from a gender perspective 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 under the Operational Programme for Social Inclusion and the Social Economy ESF 2014-2020 is positive.

0.6 Recommendations

Below is a set of recommendations that can be used as a starting point and learning point for implementation in the 2021-2027 programming period to improve the communication of Community interventions.

Methodology

- Carry out a review of the questionnaires defined in the methodological guide so that they are understandable for their users and in line with the timeframe of the different evaluation exercises.

Information available

- For indicators relating to individuals, provide information disaggregated by sex.

Monitoring and evaluation

- All the actors involved in the operational programme should present at least one case of good practice throughout the programming period and disseminate it in the most appropriate forum in order to publicise the results achieved.

Coordination and simplification

- Propose to the European networks in which it participates that the communication message on EU financial support be unified under a single brand, without differences between funds, so that it is better recognised by citizens. This means proposing the uniform use of the EU emblem as a reference logo and, where appropriate, referring to the Fund when presenting specific actions.
- During the 2021-2027 programming period, develop an IT tool, to be downloaded from the managing authority's single portal, through which beneficiaries can, if they deem it appropriate, develop their communication elements (billboards, posters, information in documents, etc.) in accordance with the regulatory requirements, which will facilitate compliance with the communication obligations.
- Provide and/or develop a practical guide for the application of the communication obligations, which will facilitate the fulfilment of the communication obligations in the programming period 2021-2027.

- Establish templates and models for information material to facilitate its preparation.
- Prepare a manual on the methodology for quantifying and monitoring performance, results and impact indicators.
- Prepare more concise and visual documents, such as a citizens' report.
- Establish clear instructions and formats and/or templates for the elaboration of best practice cases.
- Do not impose information and communication obligations beyond those laid down in Community legislation.
- Organise regular training on information and communication for intermediary bodies, managing bodies and/or beneficiaries.
- Carry out communication activities aimed at the media to raise awareness of the need for information on actions co-financed by the European Funds.
- Promote the organisation of online and/or hybrid meetings to facilitate the attendance and participation of interested parties.
- Set up a communication network for the managing bodies and/or beneficiaries of public programmes.

Human and technical resources

- Set up a communication unit and/or team within the managing authority that is commensurate with the commitments made in this area and that gives communication the importance it deserves.
- Developing an application that allows the follow-up of communication actions and the regular provision of information that facilitates a quantitative analysis of the results achieved.
- Draft a manual for the use of the communication indicators monitoring application.

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.

En este ejercicio de evaluación de la Estrategia de Comunicación del Programa Operativo de Inclusión Social y de la Economía Social FSE 2014-2020 se debe dar respuesta una serie de preguntas de evaluación.

Ilustración 1 Preguntas de evaluación

 <p>¿Cuál es el grado de consecución de los objetivos de la Estrategia de Comunicación?</p> <p>¿Qué nivel de eficacia e impacto tienen las medidas de comunicación emprendidas en cuanto a resultados y efectos conseguidos?</p> <p>¿Cuál es el grado de visibilidad del FSE y de la Unión Europea en la ciudadanía española?</p> <p>¿Las medidas de comunicación responden a las necesidades de información de los diferentes tipos de destinatarios?</p> <p>¿Las medidas diseñadas son coherentes con las orientaciones nacionales y comunitarias en materia de comunicación?</p> <p>¿Es adecuada la organización institucional para la ejecución de la Estrategia?</p> <p>1/2</p>	 <p>¿Cuáles son las herramientas de comunicación más eficaces según los diferentes tipos de destinatarios?</p> <p>¿Está adecuadamente integrado el enfoque de género en la comunicación?</p> <p>¿Existen medidas de control que verifican el cumplimiento de las obligaciones de comunicación?</p> <p>¿Se han alcanzado los objetivos previstos?</p> <p>¿Cuál es grado de responsabilidad de las medidas de comunicación en el cumplimiento de la Estrategia?</p> <p>¿Qué nivel de sostenibilidad tienen los resultados alcanzados?</p> <p>¿Qué grado de conocimiento de los Fondos Europeos, en general, y del FSE, en particular, tiene la población española?</p> <p>2/2</p>
---	--

Fuente: Elaboración propia.

1.1 Diseño técnico de la evaluación

El procedimiento de evaluación de la Estrategia de Comunicación del Programa Operativo de Inclusión Social y de la Economía Social 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 Inclusión Social y de la Economía Social 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.

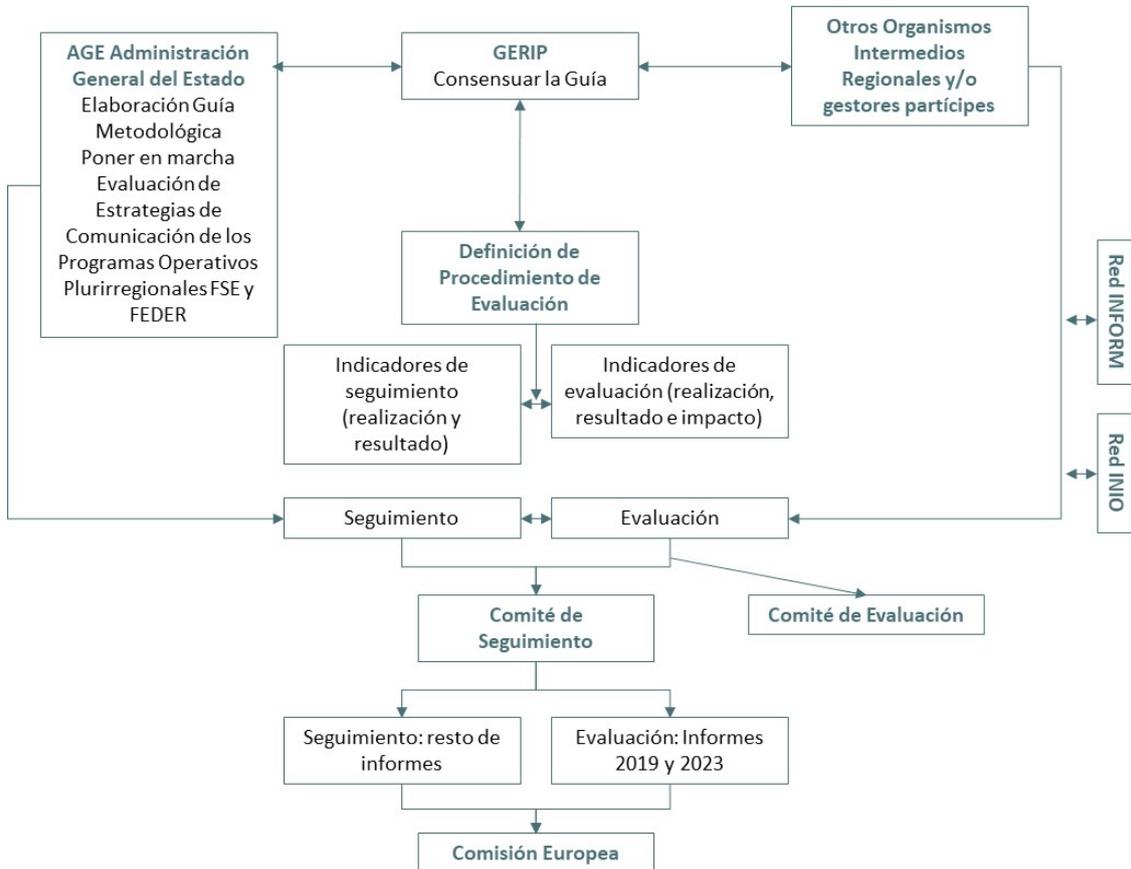
- Incluir en los informes Anuales y Final la información recogida en el artículo 50 del Reglamento (UE) nº 1303/2013.
 - Informar al Comité de Seguimiento acerca de la Estrategia de Comunicación, sus modificaciones y avances conseguidos.
3. Organismos gestores o partícipes de los Programas Operativos 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 la ejecución.
- Cálculo y análisis de los indicadores de impacto.

- Redacción del Informe de Evaluación Final de la Estrategia de Comunicación del Programa Operativo de Inclusión Social y de la Economía Social 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 Inclusión Social y de la Economía Social 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 Métodos y técnicas utilizadas

Dentro de los métodos y técnicas utilizadas se destacan:

- Sistema de indicadores.
- Análisis documental.
- Entrevistas.
- Buenas Prácticas.
- Portal Web Único.
- Lista de operaciones.

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
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 Inclusión Social y de la Economía Social 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 también que la estimación de los valores a alcanzar por cada uno 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 Inclusión Social y de la Economía Social 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 Inclusión Social y de la Economía Social 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 Assited 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 Inclusión Social y de la Economía Social 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 Inclusión Social y de la Economía Social 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 gestores 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 bien 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 Inclusión Social y de la Economía Social 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 de Inclusión Social y de la Economía Social FSE 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			
<p>La consecución de los objetivos finales podría mejorarse a través del refuerzo de la comunicación que se hace de los resultados del FSE. La Estrategia prioriza el cumplimiento de obligaciones y requisitos en materia de información, comunicación y visibilidad, y el que se comunique el apoyo financiero del FSE a las actuaciones que se desarrollan en el marco del POISES. Se estima que sería positivo otorgar una mayor relevancia al fomento de la comunicación de los resultados del FSE y del impacto que tiene en la ciudadanía.</p> <p>Se propone utilizar un formato de comunicación que permita dar visibilidad a los logros de los organismos intermedios de FSE, que debe ser coordinado por la Autoridad de Gestión como, por ejemplo, campañas o jornadas conjuntas para difundir lo que se está haciendo con el apoyo del Fondo Social Europeo, lo que financia y lo que se ha conseguido gracias a ello.</p>	✔		Se realizan actuaciones para dar visibilidad a los logros.
Reforzar la coordinación entre agentes implicados en la información, comunicación y visibilidad			
A pesar de que el grado de conocimiento y cumplimiento de las obligaciones de	✔		Ya se hace, precisamente por este motivo hay un alto grado de conocimiento y cumplimiento

Recomendación	¿Ha sido atendida?		Observaciones
	Sí	No	
<p>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 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.</p>			de las obligaciones de información y comunicación.
Ampliar las vías para la distribución de instrucciones y orientaciones			
<p>Comité de Seguimiento (ampliación del horario actual o del tiempo dedicado a la comunicación).</p>		✘	<p>No procede.</p> <p>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</p>

Recomendación	¿Ha sido atendida?		Observaciones
	Sí	No	
			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			
Incrementar la frecuencia de recopilación, al menos una vez al año.	✓		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.
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.

Recomendación	¿Ha sido atendida?		Observaciones
	Sí	No	
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.
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.
Reforzar la integración del principio de Igualdad de Oportunidades			
Integrar en mayor medida la perspectiva de género en el lenguaje, los mensajes y en las acciones de comunicación, principalmente incidiendo en la difusión de las herramientas que ya existen (como la guía para la integración de la perspectiva de género en la comunicación), haciéndolas llegar a las personas que trabajan en la comunicación en los Organismos Intermedios y/o beneficiarios directos.	✓		La “Guía para incorporar el enfoque de Género en la Información y Comunicación de los Fondos Estructurales y de Inversión Europeos (2014-2020), es difundida, además, está a disposición de todo interesado en la página web.
Introducir mejoras en el sistema de verificación			
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)		✗	No procede. 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 lugar a confusión dicha pregunta. Por otra parte, no es comparable el FSE con el FEDER.

Recomendación	¿Ha sido atendida?		Observaciones
	Sí	No	
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.			

La mayoría de las recomendaciones que se han efectuado en el Informe de Evaluación Intermedia realizado en 2019 o ya se estaban aplicando o no procede su aplicación, tal y como se motiva 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 Inclusión Social y de la Economía Social FSE 2014-2020 se han tenido en consideración 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 establecidos 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 Inclusión Social y de la Economía Social 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 Inclusión Social y de la Economía Social 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 Inclusión Social y de la Economía Social 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 los 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 los 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 Inclusión Social y de la Economía Social 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.

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 Inclusión Social y de la Economía Social 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.

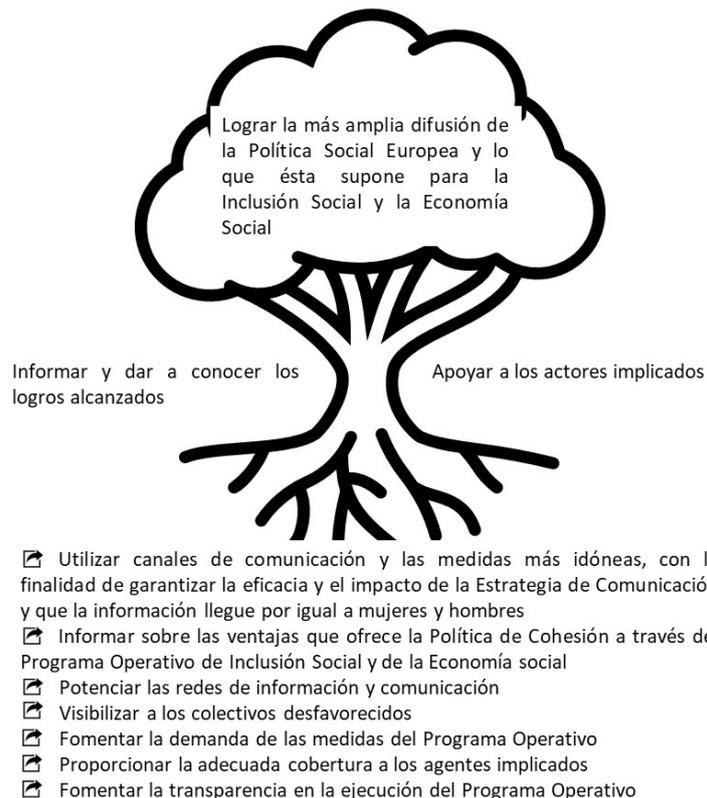
En este sentido, los criterios que se han tenido en cuenta para la definición de los objetivos finales o globales de comunicación incluyen la consideración de los siguientes aspectos que propugna el *Libro Blanco sobre una Política Europea de Comunicación*:

- 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 Inclusión Social y de la Economía Social FSE 2014-2020.

Estos objetivos diseñados tienen presentes 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 Esquema de los grupos destinatarios de la Estrategia de Comunicación



Fuente: Elaboración propia a partir de información de la Estrategia de Comunicación del Programa Operativo de Inclusión Social y de la Economía Social 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 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 Inclusión Social y de la Economía Social FSE 2014-2020.

3.3 Asignación y adecuación de los recursos destinados

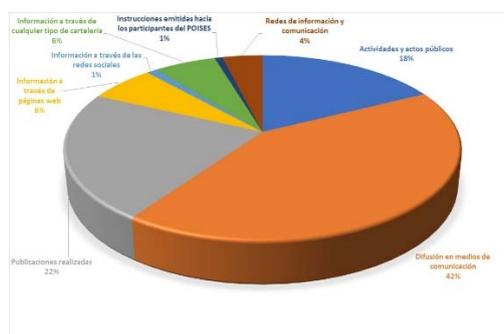
En el período de programación 2014-2020 se ha producido un incremento de la carga de trabajo en materia de comunicación con mayores exigencias a satisfacer. Esto supone la necesidad de dedicar una mayor dotación de recursos humanos y materiales al área de la comunicación con relación al período de programación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

En cuanto a los recursos financieros, la Estrategia de Comunicación del Programa Operativo de Inclusión Social y de la Economía Social FSE 2014-2020 ha definido un **presupuesto indicativo** de 12.557.000 euros² para llevar a cabo las medidas definidas en la Estrategia de Comunicación. Este presupuesto representa un 1,53% de la ayuda del Programa Operativo, muy por encima del 0,3%, mínimo consensuado para la política de comunicación por Estrategia. Sin embargo, según la opinión de algunos entrevistados, la dotación financiera es insuficiente para llevar a cabo todas las obligaciones establecidas.

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, aunque su coste no se ha incluido en este presupuesto para evitar duplicidades, siendo 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 Inclusión Social y de la Economía Social 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. 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 de acuerdo con las opiniones vertidas en los cuestionarios facilitados, los Organismos Intermedios, Órganos Gestores y/o Beneficiarios señalan que cuentan con equipos de comunicación especializados, si bien suele tratarse de personas que no tienen dedicación exclusiva a la comunicación de operaciones cofinanciadas por el Programa Operativo de Inclusión Social y de la Economía Social FSE 2014-2020.

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 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 Inclusión Social y de la Economía Social 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 Inclusión Social y de la Economía Social 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

Conforme a 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 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 Inclusión Social y de la Economía Social 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 Inclusión Social y de la Economía Social 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 Inclusión Social y de la Economía Social.
- 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.

Para efectuar el análisis de la ejecución de la Estrategia de Comunicación, se procede al estudio de la información cualitativa facilitada en los Comités de Seguimiento.

Año 2016.

1. Transparencia

Medida 1.1.: Todos los Organismos Intermedios y Beneficiarios designados han utilizado sus webs para dar a conocer los objetivos del Programa Operativo de Inclusión Social y de la Economía Social FSE 2014-2020 y las oportunidades de financiación que ofrece, mediante noticias en prensa, páginas web, redes sociales, ruedas de prensa, etc. (Confederación Empresarial Española de la Economía Social, Dirección General de Migraciones –Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones-, Instituto de las Mujeres –Ministerio de Igualdad-, Fundación ONCE, Servicio Público de Empleo Estatal –Ministerio de Trabajo y Economía Social- Fundación Acción Contra el Hambre, Cáritas). Algunos han creado incluso microsites específicos. Ejemplos:

(<https://fse.cepes.es/>), <http://www.inmujer.gob.es/>.

http://www.sepe.es/contenidos/empresas/ayudas_bonificaciones/bonificaciones_contratos.html

www.lanzaderasdeempleo.es

Medida 1.2.: La mayoría de los organismos ha 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. (Confederación Empresarial Española de la Economía Social, Dirección General de Migraciones –Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones-, Fundación Bancaria “La Caixa”, Fundación ONCE, Fundación CEPAIM Acción Integral con Migrantes, Fundación Santa María la Real, Asociación Proyecto Hombre). Ejemplos:

<http://www.fundaciononce.es/pagina/proyectos-y-solicitudes>

<http://cepaim.org/que-hacemos-convivencia-social/igualdad-de-oportunidades/programa-adelante/>

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. (Fundación ONCE).

Medida 1.4.: La Autoridad de Gestión y algunos Organismos Intermedios (Fundación Bancaria “La Caixa”, Confederación Empresarial Española de la Economía Social, Fundación ONCE, Servicio Público de Empleo Estatal –Ministerio de Trabajo y Economía Social-) han facilitado 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.: Algunos Organismos Intermedios como Fundación ONCE han descrito los procedimientos utilizados para seleccionar operaciones de financiación y los plazos correspondientes.

Medida 1.6.: La Autoridad de Gestión, a través del portal web único, ha puesto a disposición de los beneficiarios potenciales los contactos a nivel nacional, regional o local que puedan facilitar información sobre el Programa Operativo, tanto con la publicación del Programa como de su Estrategia de Comunicación y Evaluación correspondiente.

Medida 1.7.: Algunos Organismos han informado sobre las obligaciones que se adquieren en materia de información y comunicación al ser beneficiario (Confederación Empresarial Española de la Economía Social, Dirección General de Migraciones –Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones- Fundación ONCE).

Medida 1.8.: Algunos Organismos han informado a los beneficiarios de que la aceptación de la financiación implica la aceptación de su inclusión en la lista de beneficiarios.

Medida 1.9.: A través del sistema de recogida de indicadores se lleva a cabo el seguimiento de las medidas de información y comunicación.

2. Concienciación

Medida 2.1.: Algunos Organismos intermedios como la Fundación ONCE han organizado actos de difusión importantes en los que se ha dado publicidad al lanzamiento del Programa Operativo.

Medida 2.2.: La Autoridad de Gestión ha convocado al Comité de Seguimiento del Programa Operativo y los Encuentros Anuales en el que se ha dado a conocer los avances del Programa Operativo, así como la Estrategia de Comunicación del mismo. También organizó un evento de difusión para dar a conocer algunas actuaciones realizadas por Organismos del Programa Operativo.

Medida 2.3.: El emblema de la Unión Europea está expuesto en las instalaciones de la Autoridad de Gestión. La bandera de la Unión Europea permanece izada de manera permanente delante de su sede durante todo el año. También algunos Organismos Intermedios y Beneficiarios (Fundación ONCE, Confederación Empresarial Española de la Economía Social, Fundación CEPAIM Acción Integral con Migrantes, Asociación Proyecto Hombre) tienen una placa a la entrada de su sede con el emblema.

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

Medida 2.7.: En las páginas web de los Organismos Intermedios y Beneficiarios se facilita toda la información necesaria para facilitar la accesibilidad al Programa. (Fundación ONCE, Cáritas).

Medida 2.8.: Algunos Organismos Intermedios y Beneficiarios 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. (Confederación Empresarial Española de la Economía Social. Dirección General de Migraciones –Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones- Fundación ONCE, Cáritas, Fundación CEPAIM Acción Integral con Migrantes, Fundación Secretariado Gitano, Fundación Santa María la Real). Algunos ejemplos:

<https://www.youtube.com/watch?v=bZ110m15Qmw>

www.sensibilizaciongitanos.org

Medida 2.9.: La Unidad Administradora del Fondo Social Europeo (UAFSE) ha celebrado el Día de Europa (9 de mayo). Otros organismos disponen de banderas de la Unión Europea en sus sedes (Confederación Empresarial Española de la Economía Social).

Medida 2.10.: Muchos organismos 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. (Confederación Empresarial Española de la Economía Social, Fundación ONCE, Fundación Acción Contra el Hambre, Fundación CEPAIM Acción Integral con Migrantes, Cruz Roja Española, Fundación Secretariado Gitano, Fundación Santa María la Real).

Medida 2.11.: Algunos organismos (Instituto de las Mujeres -Ministerio de Igualdad-, Instituto de Mayores y Servicios Sociales -IMSERSO, Ministerio de Derechos Sociales y Agenda 2030-, Fundación ONCE, Fundación CEPAIM Acción Integral con Migrantes, Cruz Roja Española) han organizado seminarios, jornadas y conferencias para dar a conocer actividades concretas del Programa.

Medidas 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 (Fundación CEPAIM Acción Integral con Migrantes, Fundación Santa María la Real, Fundación Acción Contra el Hambre).

Medida 2.14.: Se han utilizado las redes sociales para comunicar y difundir actividades concretas del Programa Operativo, como actuaciones formativas, encuentros, etc. Alguno ha creado una cuenta de Facebook para el Programa Operativo (Fundación ONCE, Fundación Acción Contra el Hambre, Cáritas, Fundación CEPAIM Acción Integral con Migrantes, Cruz Roja Española).

Facebook y Twitter han sido las redes más utilizadas por todos, aunque también se han utilizado, en algunos casos, YouTube, LinkedIn, e Instagram.

En algunos casos se han creado hashtag como el de la Fundación CEPAIM Acción Integral con Migrantes #MujeresAdelante y #EmpresasAdelante para la difusión del Programa en redes sociales o el de la Fundación Santa María la Real (#FSE). Fundación ONCE en calidad de beneficiario ha utilizado incluso WhatsApp para sus campañas de difusión de las ofertas de empleo y acciones formativas.

<https://www.youtube.com/watch?v=7X65Hu50Uk0>

<https://twitter.com/cepaimadelante>

Medida 2.15.: Aunque en la Red GERIP se decidió no presentar aún buenas prácticas hasta no estar las actuaciones certificadas, se han presentado tres posibles que podrán ser seleccionadas como tal más adelante.

Medida 2.16.: Todos los organismos 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 Unión Europea.

3. Coordinación

Medida 3.1.: Se han elaborado metodologías de trabajo. Algunos Organismos Intermedios (Fundación ONCE) han hecho guías prácticas para la aplicación de la Estrategia de Comunicación, o Manuales de aplicación FSE 14-20 (Servicio Público de Empleo Estatal –Ministerio de Trabajo y Economía Social-).

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. (Instituto de las Mujeres –Ministerio de Igualdad-, Fundación CEPAIM Acción Integral con Migrantes, Dirección General de Migraciones –Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones-, Instituto de Mayores y Servicios Sociales -IMSERSO, Ministerio de Derechos Sociales y Agenda 2023-).

Medida 3.3.: Desde la Autoridad de Gestión y algunos Organismos Intermedios y Beneficiarios se han dado instrucciones para facilitar el cumplimiento de las obligaciones en materia de información y comunicación.

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

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.

Año 2017.

1. Transparencia

Medida 1.1.: Todos los Organismos intermedios y beneficiarios designados han utilizado sus webs para dar a conocer los objetivos del Programa Operativo de Inclusión Social y de la Economía Social FSE 2014-2020 y las oportunidades de financiación que ofrece, mediante noticias en prensa, páginas web, redes sociales, ruedas de prensa, etc. (Confederación Empresarial Española de la Economía Social, Dirección General de Migraciones -Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones-, Instituto de las Mujeres -Ministerio de Igualdad-, Fundación ONCE, Servicio Público de Empleo Estatal -Ministerio de Trabajo y Economía Social-, Fundación Acción Contra el Hambre, Cáritas). Algunos han creado incluso microsites específicos. Ejemplos:

(<https://fse.cepes.es/>), <http://www.inmujer.gob.es/>, <http://www.fsc-inserta.es>

http://www.sepe.es/contenidos/empresas/ayudas_bonificaciones/bonificaciones_contratos.html

http://extranjeros.empleo.gob.es/es/Fondos_comunitarios/fondo_social_europeo_2014_2020/index.html

<http://www.fundaciononce.es/pagina/proyectos-y-solicitudes>

https://www.caritasespanola.org/infoeconomiasolidaria2016/wp-content/uploads/2017/06/Folleto_Poises2016.pdf

www.lanzaderasdeempleo.es

Medida 1.2.: La mayoría de los 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. (Confederación Empresarial Española de la Economía Social, Dirección General de Migraciones – Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones-, Fundación Bancaria “La Caixa”, Fundación ONCE, Fundación CEPAIM Acción Integral con Migrantes, Fundación Santa María la Real, Asociación Proyecto Hombre). Ejemplos:

<http://www.pap.minhafp.gob.es/bdnstrans/GE/es/convocatoria/>

<http://proyctohombre.es/proyectos/insola/>

<http://www.fundaciononce.es/pagina/proyectos-y-solicitudes>

<http://cepaim.org/que-hacemos-convivencia-social/igualdad-de-oportunidades/programa-adelante/>

<http://lanzaderasdeempleo.es/articulos/empleo-en-positivo-2017>

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. (Dirección General de Migraciones –Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones-, Fundación ONCE).

Medida 1.4.: La Autoridad de Gestión y algunos Organismos Intermedios (Dirección General de Migraciones –Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones-, Fundación Bancaria “La Caixa”, Confederación Empresarial Española de la Economía Social, Fundación ONCE, Servicio Público de Empleo Estatal –Ministerio de Trabajo y Economía Social-) han facilitado 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.: Algunos Organismos Intermedios como Dirección General de Migraciones – Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones-, Fundación ONCE, Instituto de las Mujeres –Ministerio de Igualdad-, han descrito los procedimientos utilizados para seleccionar operaciones de financiación y los plazos correspondientes.

Medida 1.6.: La Autoridad de Gestión, a través del portal web único, ha puesto a disposición de los Beneficiarios potenciales los contactos a nivel nacional, regional o local que puedan facilitar información sobre el Programa Operativo, tanto con la publicación del Programa Operativo como de su Estrategia de Comunicación y Evaluación correspondientes.

Medida 1.7.: Algunos organismos han informado sobre las obligaciones que se adquieren en materia de información y comunicación al ser Beneficiario (Confederación Empresarial Española de la Economía Social, Dirección General de Migraciones –Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones-, Fundación ONCE, Instituto de las Mujeres –Ministerio de Igualdad-).

Medida 1.8.: Algunos Organismos han informado a los Beneficiarios de que la aceptación de la financiación implica la aceptación de su inclusión en la lista de beneficiarios (Instituto de las Mujeres –Ministerio de Igualdad-).

Medida 1.9.: A través del sistema de recogida de indicadores se lleva a cabo el seguimiento de las medidas de información y comunicación.

2. Concienciación

Medida 2.1.: Algunos Organismos Intermedios y Beneficiarios como la Fundación ONCE han organizado actos de difusión importantes en los que se ha dado publicidad al lanzamiento del Programa Operativo.

Medida 2.2.: La Autoridad de Gestión ha convocado al Comité de Seguimiento del Programa Operativo y los Encuentros Anuales en el que se ha dado a conocer los avances del Programa Operativo, 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 y Beneficiarios (Dirección General de Migraciones –Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones-, Fundación ONCE, Confederación Empresarial Española de la Economía Social, Fundación CEPAIM Acción Integral con Migrantes, Asociación Proyecto Hombre) tienen una placa a la entrada de su sede con el emblema.

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.empleo.gob.es/uafse/es/fse_2014-2020/listado_operaciones/index.html

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

Medida 2.7.: En las páginas web de los Organismos Intermedios y Beneficiarios se ofrece toda la información necesaria para facilitar la accesibilidad al Programa. (Dirección General de Migraciones –Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones-, Fundación ONCE, Fundación Secretariado Gitano, Instituto de las Mujeres –Ministerio de Igualdad-, Cáritas).

Medida 2.8.: Algunos Organismos Intermedios y Beneficiarios 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. (Confederación Empresarial Española de la Economía Social, Cruz Roja Española, Fundación ONCE, Cáritas, Fundación CEPAIM Acción Integral con Migrantes, Fundación Secretariado Gitano, Fundación Santa María La Real). Algunos ejemplos:

<http://www.elmundo.es/madrid/2017/09/23/59c536bde5fdea50258b4642.html>

<http://www.rtve.es/alacarta/audios/artesfera/artesfera-escribir-leer-vivir-goethe-tolstoj-mann-zweig-kafka-17-10-17/4259147/>

<https://www.youtube.com/watch?v=bZ1I0m15Qmw>

www.sensibilizaciongitanos.org

<http://practicaslaigualdad.cepaim.org/>



Medida 2.9.: La UAFSE ha celebrado el Día de Europa (9 de mayo) con un evento en el que participaron numerosos Organismos Intermedios y Beneficiarios del Programa Operativo.

[http://www.empleo.gob.es/UAFSE/videos/Video dia Europa madrid 2017 espanol.mp4](http://www.empleo.gob.es/UAFSE/videos/Video%20dia%20Europa%20madrid%202017%20espanol.mp4)

Otros organismos disponen de banderas de la Unión Europea en sus sedes (Confederación Empresarial Española de la Economía Social).

Medida 2.10.: Muchos organismos 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. (Confederación Empresarial Española de la Economía Social, Fundación ONCE, Instituto de las Mujeres –Ministerio de Igualdad-, Fundación Acción Contra el Hambre, Fundación CEPAIM Acción Integral con Migrantes, Cruz Roja Española, Fundación Secretariado Gitano, Fundación Santa María la Real).

<http://www.rtvce.es/noticias/5089-igualdad-rompe-barreras-de-genero-con-escolares-iniciandolos-en-la-tecnologia>

[Entrevista en Hoy por Hoy Madrid, de Cadena Ser](#)

<http://kmpus.kantarmedia.com/public/ReviewKiosk?ticket=7AA0FA1611BCA67224BD046634FB8D7D323AC4E9AB2B04A63C7CEE88FCCF5A2BF1735BE0EFBBD191C567A9BB24D9E0F3C68A8C4FE33AE4030AB18B910C64B6639868000E83133859D40BB85AE835E6A9700C4A1394FB6AC28A3B9F66CA117289EE0B04D566BEB0B1EE1945B5357BEE6>

Facebook y Twitter han sido las redes más utilizadas por todos, aunque también se han utilizado, en algunos casos, YouTube, LinkedIn, e Instagram.

En algunos casos se han creado hashtag como el de la Fundación CEPAIM Acción Integral con Migrantes #MujeresAdelante y #EmpresasAdelante para la difusión del Programa en Redes Sociales o el de la Fundación Santa María la Real (#FSE). Fundación ONCE en calidad de Beneficiario ha utilizado incluso WhatsApp para sus campañas de difusión de las ofertas de empleo y acciones formativas.

<https://www.youtube.com/watch?v=5GREC6QFXpw>

<https://twitter.com/cepaimadelante>

<https://twitter.com/CEPES2>

<http://www.facebook.com/programasaramerida>

www.empleocruzrojaragoza.org

Medida 2.15.: Aunque en la Red GERIP se decidió no presentar aún buenas prácticas hasta no estar las actuaciones certificadas, se han presentado nueve posibles que podrán ser seleccionadas como tal más adelante.

Medida 2.16.: Todos los organismos 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 Unión Europea.

3. Coordinación

Medida 3.1.: Se han elaborado metodologías de trabajo. Algunos Organismos Intermedios (Fundación ONCE) han hecho guías prácticas para la aplicación de la Estrategia de Comunicación, o Documentos de instrucciones y Manuales de aplicación FSE 14-20 (Dirección General de Migraciones -Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones-, Servicio Público de Empleo Estatal -Ministerio de Trabajo y Economía Social-).



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 ONCE, Fundación CEPAIM Acción Integral con Migrantes, Dirección General de Migraciones -Ministerio de Inclusión Social y Migraciones-, Instituto de Mayores y Servicios Sociales -IMSERSO, Ministerio de Derechos Sociales y Agenda 2030).

Algunos Organismos Intermedios han desarrollado herramientas específicas de comunicación y de gestión con las Entidades Beneficiarias, como una microsite (Confederación Empresarial Española de la Economía Social).



Parte privada de acceso de la Microsite a las Entidades Beneficiarias de Confederación Empresarial Española de la Economía Social

Medida 3.3.: Desde la Autoridad de Gestión y algunos Organismos Intermedios y Beneficiarios se han dado instrucciones para facilitar el cumplimiento de las obligaciones en materia de información y comunicación.

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

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.

Año 2018.

1. Transparencia

Medida 1.1.: Los Organismos Intermedios y Beneficiarios designados han utilizado sus webs para dar a conocer los objetivos del Programa Operativo, con noticias en prensa, páginas web, redes sociales, ruedas de prensa, etc. (Confederación Empresarial Española de la Economía Social, Dirección General de Atención Humanitaria e Inclusión Social de la Inmigración -Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones- Fundación ONCE, Servicio Público de Empleo Estatal -Ministerio de Trabajo y Economía Social-, Cáritas, Entidad Estatal de Derecho Público Trabajo Penitenciario y Formación para el Empleo -Ministerio del Interior-).

(<https://fse.cepes.es/>), <http://www.inmujer.gob.es/>, <http://www.fsc-inserta.es>

http://www.sepe.es/contenidos/empresas/ayudas_bonificaciones/bonificaciones_contratos.html

http://www.fundacionmujeres.es/news/view/servicio_integral_de_orientacion_y_mejora_de_la_empleabilidad.html

<https://www.caritasvalladolid.org/webnew/index.php?op=1&id=472>

www.lanzaderasdeempleo.es

http://www.imserso.es/imserso_01/index.htm



Medida 1.2.: La mayoría han facilitado información sobre la publicación e inicio de convocatorias de ayuda, mediante la publicación en los correspondientes Boletines Oficiales, web, redes sociales, anuncios en prensa, boletines electrónicos, etc. (Fundación Acción Contra el Hambre, Cáritas, Confederación Empresarial Española de la Economía Social, Fundación Bancaria “La Caixa”, Dirección General de Atención Humanitaria e Inclusión Social -Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones-, Fundación ONCE, Fundación CEPAIM Acción Integral con Migrantes, Fundación Secretariado Gitano, Fundación Santa María la Real, Asociación Proyecto Hombre, Instituto de las Mujeres -Ministerio de Igualdad-).

Gitanos.org

<https://twitter.com/cadiocva/status/1044236859763814400>

<http://www.fundaciononce.es/pagina/proyectos-y-solicitudes>

<http://cepaim.org/que-hacemos-convivencia-social/igualdad-de-oportunidades/neo/>

[#ProyectoINSOLA](#) ,<https://youtu.be/zyeqCR-tSMo>

www.inmujer.gob.es

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, informar al público sobre la ayuda obtenida, así como los requisitos establecidos en el Reglamento (UE) nº 1303/2013. (Dirección General de Atención Humanitaria e Inclusión Social de la Inmigración -Ministerio de Inclusión Seguridad Social y Migraciones-, Fundación ONCE).

Medida 1.4.: La Autoridad de Gestión y algunos Organismos Intermedios (Dirección General de Atención Humanitaria e Inclusión Social de la Inmigración -Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones-, Fundación Bancaria “La Caixa”, Confederación Empresarial Española de la Economía Social, Fundación ONCE, Servicio Público de Empleo Estatal -Ministerio de Trabajo y Economía Social-) han facilitado herramientas a los Beneficiarios para el cumplimiento de las obligaciones en materia de información y comunicación, mediante el asesoramiento para el adecuado cumplimiento de los requisitos exigidos.

Medida 1.5.: Algunos Organismos Intermedios como la Dirección General de Atención Humanitaria e Inclusión Social de la Inmigración -Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones-, Fundación ONCE, Instituto de las Mujeres -Ministerio de Igualdad-, han descrito los procedimientos utilizados para seleccionar operaciones de financiación y los plazos correspondientes.

Medida 1.6.: La Autoridad de Gestión, a través del portal web único, ha puesto 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.: Se ha informado sobre las obligaciones que se adquieren en materia de información y comunicación al ser beneficiario (Confederación Empresarial Española de la Economía Social, Dirección General de Atención Humanitaria e Inclusión Social de la Inmigración

-Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones-, Instituto de las Mujeres -Ministerio de Igualdad-, Fundación ONCE).

Medida 1.8.: Algunos han informado a los beneficiarios de que la aceptación de la financiación implica la aceptación de su inclusión en la lista de beneficiarios (Instituto de las Mujeres - Ministerio de Igualdad.).

Medida 1.9.: Con el sistema de recogida de indicadores se lleva a cabo el seguimiento de las medidas de información y comunicación.

Medida 1.12.: La Autoridad de Gestión y algunos Organismos Intermedios han difundido información relativa a las medidas de control y lucha contra el fraude. (Instituto de las Mujeres -Ministerio de Igualdad-).

2. Concienciación

Medida 2.1.: Algunos Organismos Intermedios y Beneficiarios han organizado actos de difusión importantes en los que se ha dado publicidad al lanzamiento del Programa Operativo.

Medida 2.2.: La Autoridad de Gestión ha convocado al Comité de Seguimiento del Programa Operativo y los Encuentros Anuales en el que se ha dado a conocer los avances del Programa, así como su Estrategia de Comunicación.

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 y Beneficiarios (Dirección General de Atención Humanitaria e Inclusión Social de la Inmigración -Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones-, Fundación ONCE, Confederación Empresarial Española de la Economía Social, Fundación CEPAIM Acción Integral con Migrantes, Asociación Proyecto Hombre) tienen una placa a la entrada de su sede con el emblema.

Medidas 2.4 y 2.5.: La Autoridad de Gestión ha elaborado una publicación electrónica con la lista de operaciones del Programa Operativo que se ha publicado en la web:

http://www.mitramiss.gob.es/uafse/es/fse_2014-2020/listado_operaciones/index.html

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

Medida 2.7.: En las páginas web de los Organismos Intermedios y Beneficiarios se ofrece toda la información necesaria para facilitar la accesibilidad al Programa Operativo. (Dirección General de Atención Humanitaria e Inclusión Social de la Inmigración -Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones-, Fundación. ONCE, Fundación Secretariado Gitano, Instituto de las Mujeres -Ministerio de Igualdad-, Cáritas).

Medida 2.8.: Se han realizado campañas divulgativas en los medios, con el objeto de difundir a la ciudadanía los logros, avances y resultados de las acciones emprendidas, o de sensibilizar a la población. (Confederación Empresarial Española de la Economía Social, Cruz Roja Española,

Fundación ONCE, Cáritas, Fundación CEPAIM Acción Integral con Migrantes, Fundación Secretariado Gitano, Fundación Santa María la Real, Instituto de las Mujeres -Ministerio de Igualdad-).

www.igualmenteprofesionales.org

<http://www.diarioelcarrer.es/noticia.php?id=9319>

https://twitter.com/gitanos_org_ALI/status/958033794593951744

www.sensibilizaciongitanos.org

Medida 2.9.: La UAFSE ha celebrado el Día de Europa (9 de mayo) con un evento en el que participaron numerosos Organismos Intermedios y Beneficiarios del Programa Operativo.

Medida 2.10.: Se ha utilizado a los medios de comunicación para informar sobre actividades desarrolladas en el marco del Programa Operativo, como convocatorias, jornadas, encuentros cursos, talleres, etc., con la elaboración de notas de prensa. (Confederación Empresarial Española de la Economía Social, Fundación ONCE, Instituto de las Mujeres -Ministerio de Igualdad-, Fundación Acción Contra el Hambre, Fundación CEPAIM Acción Integral con Migrantes, Cruz Roja Española, Fundación Secretariado Gitano, Fundación Santa María la Real).

<https://www.accioncontraelhambre.org/es/te-contamos/blog-testimonios/miapia-el-proyecto-emprendedor-de-dos-jovenes-colombianos-en-barcelona>

Medida 2.11.: Fundación Acción Contra el Hambre, Dirección General de Atención Humanitaria e Inclusión Social de la Inmigración- Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones-, Instituto de las Mujeres -Ministerio de Igualdad-, Instituto de Mayores y Servicios Sociales -IMSERSO, Ministerio de Derechos Sociales y Agenda 2030-, Fundación ONCE, Fundación CEPAIM Acción Integral con Migrantes, Confederación Empresarial Española de la Economía Social, Cruz Roja Española han organizado seminarios, jornadas y conferencias para dar a conocer actividades concretas del Programa Operativo.

Medida 2.12. Fundación CEPAIM Acción Integral con Migrantes, Cruz Roja Española Fundación ONCE, Fundación Santa María la Real, Fundación Acción Contra el Hambre 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.: Se han utilizado las redes sociales para comunicar y difundir actividades del Programa Operativo, como actuaciones formativas, encuentros, etc. (Fundación ONCE, Fundación Secretariado Gitano, Fundación Acción Contra el Hambre, Cáritas, Fundación CEPAIM Acción Integral con Migrantes, Cruz Roja Española, Asociación Proyecto Hombre, Instituto de las Mujeres -Ministerio de Igualdad-).

<https://www.youtube.com/watch?v=w8YvWqF0iZk&list=PLUQgibAMbpfNif2w8XMCx7sEuotvH4jfl&index=22>

https://twitter.com/Lanzaderas_EES

<https://youtu.be/7uJEE-nvC584>

https://youtu.be/CaNG_RSJ1fE

Facebook y Twitter han sido las más utilizadas, aunque también se ha utilizado YouTube, LinkedIn, e Instagram.

En algunos casos se han creado hashtag como el de Fundación CEPAIM Acción Integral con Migrantes #Soy365 o el de Fundación Santa María la Real (#FSE).

<https://www.linkedin.com/retosocialempresarial-cruzroja>

https://twitter.com/soy_365?lang=es

<https://twitter.com/CEPES2>

Medida 2.15.: Se han presentado propuestas de Buenas Prácticas de Fundación Acción Contra el Hambre, Instituto de las Mujeres -Ministerio de Igualdad-, Fundación CEPAIM Acción Integral con Migrantes, Cruz Roja Española, Fundación Santa María la Real, Fundación ONCE.

Medida 2.16.: Todos insertan el emblema y el lema FSE en la documentación y material divulgativo, para que resalte el valor añadido del mismo y de la UE.

3. Coordinación

Medida 3.1.: Se han elaborado metodologías de trabajo y guías prácticas para la aplicación de la Estrategia de Comunicación, o Instrucciones y Manuales de aplicación FSE 14-20 (Dirección General de Atención Humanitaria e Inclusión Social de la Inmigración- Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones-, Servicio Público de Empleo Estatal -Ministerio de Trabajo y Economía Social-).

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 ONCE, Fundación CEPAIM, Dirección General de Atención Humanitaria e Inclusión Social de la Inmigración- Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones-, Instituto de Mayores y servicios Sociales -IMSERSO, Ministerio de Derechos Sociales y Agenda Urbana 2030-).

Se han desarrollado herramientas específicas de comunicación y de gestión con las Entidades Beneficiarias, como una microsite (Confederación Empresarial Española de la Economía Social).

Medida 3.3.: Desde la Autoridad de Gestión y algunos Organismos Intermedios y Beneficiarios se han dado instrucciones para facilitar el cumplimiento de las obligaciones en materia de información y comunicación.

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

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.

Año 2019.

1. Transparencia

Medida 1.1.: Los Organismos Intermedios y Beneficiarios designados han utilizado sus webs para dar a conocer los objetivos del Programa Operativo, con noticias en prensa, páginas web, redes sociales, ruedas de prensa, etc. (Confederación Empresarial Española de la Economía Social, Fundación ONCE, Fundación Secretariado Gitano, Fundación Mujeres, Fundación Santa María la Real, Instituto de las Mujeres -Ministerio de Igualdad-, Instituto de Mayores y Servicios Sociales -IMSERSO, Ministerio de Derechos Sociales y Agenda 2030- Secretaría de Estado de Migraciones -Ministerio de inclusión, Seguridad Social y Migraciones-, Servicio Público de Empleo Estatal -Ministerio de Trabajo y Economía Social-, Cáritas, Entidad Estatal de Derecho Público Trabajo Penitenciario y Formación para el Empleo -Ministerio del Interior-).

(<https://fse.cepes.es/>), <http://www.inmujer.gob.es/>, <http://www.fsc-inserta.es>

<https://www.caritas.es/noticias/mas-de-64-000-personas-en-riesgo-de-exclusion-encontraron-empleo-entre-2016-y-2019/>

<https://www.caritas.es/noticias/caritas-recibe-366-millones-e-del-programa-poises-del-fondo-social-europeo/>

http://www.oatpfe.es/seccion=1179&idioma=es_ES#enlace4

<https://www.sepe.es/HomeSepe/empresas/informacion-para-empresas/financiacion-fondo-social-europeo.html>

http://www.fundacionmujeres.es/proyectos/view/dana_empleo_y_emprendimiento_en_igualdad.html?imprimir

<http://www.gitanos.org/nuevospo/>

www.lanzaderasdeempleo.es

http://www.imserso.es/imserso_01/index.htm

Medida 1.2.: La mayoría ha facilitado información sobre la publicación e inicio de convocatorias de ayuda, mediante la publicación en los correspondientes Boletines Oficiales, web, redes sociales, anuncios en prensa, boletines electrónicos, etc. (Fundación Acción Contra el Hambre, Cáritas, Confederación Empresarial Española de la Economía Social, Secretaría de Estado de Migraciones -Ministerio de inclusión, Seguridad Social y Migraciones-, Fundación Bancaria “La Caixa”, Fundación ONCE, Fundación CEPAIM Acción Integral con Migrantes, Fundación Secretariado Gitano, Fundación Santa María la Real, Asociación Proyecto Hombre, Instituto de las Mujeres -Ministerio de Igualdad-).

<https://twitter.com/CARITAS>

www.gitanos.org/boletines/newsletter_gitanos_org

<http://www.fundaciononce.es/pagina/proyectos-y-solicitudes>

<http://cepaim.org/que-hacemos-convivencia-social/igualdad-de-oportunidades/neo/>

#ProyectoINSOLA , <https://youtu.be/zyeqCR-tSMo>

www.inmujer.gob.es

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, informar al público sobre la ayuda obtenida, así como los requisitos establecidos en el Reglamento (UE) nº 1303/2013. (Secretaría de Estado de Migraciones -Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones-, Fundación ONCE).

Medida 1.4.: La Autoridad de Gestión y algunos Organismos Intermedios (Secretaría de Estado de Migraciones -Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones-, Fundación Bancaria “La Caixa”, Confederación Empresarial Española de la Economía Social, Fundación ONCE, Servicio Público de Empleo Estatal -Ministerio de Trabajo y Economía Social-) han facilitado herramientas a los beneficiarios para el cumplimiento de las obligaciones en materia de información y comunicación, mediante el asesoramiento para el adecuado cumplimiento de los requisitos exigidos. Fundación Bancaria “La Caixa” destaca la impresión y difusión de folletos territoriales (provinciales) de Más Empleo.

Medida 1.5.: Algunos Organismos intermedios como Secretaría de Estado de Migraciones (Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones), Fundación ONCE, Instituto de las Mujeres (Ministerio de Igualdad), han descrito los procedimientos utilizados para seleccionar operaciones de financiación y los plazos correspondientes.

Medida 1.6.: La Autoridad de Gestión, a través del portal web único, ha puesto a disposición de los beneficiarios potenciales los contactos a nivel nacional, regional o local que puedan facilitar información sobre el Programa Operativo.

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

Medida 1.7.: Se ha informado sobre las obligaciones que se adquieren en materia de información y comunicación al ser beneficiario (Confederación Empresarial Española de la Economía Social, Secretaría de Estado de Migraciones -Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones-, Instituto de las Mujeres -Ministerio de Igualdad-, Fundación ONCE).

Medida 1.8.: Algunos han informado a los beneficiarios de que la aceptación de la financiación implica la aceptación de su inclusión en la lista de beneficiarios (Instituto de las Mujeres -Ministerio de Igualdad-).

Medida 1.9.: Con el sistema de recogida de indicadores se lleva a cabo el seguimiento de las medidas de información y comunicación.

Medida 1.12.: La Autoridad de Gestión y algunos Organismos Intermedios han difundido información relativa a las medidas de control y lucha contra el fraude. (Instituto de las Mujeres -Ministerio de Igualdad-).

2. Concienciación

Medida 2.1.: Algunos Organismos Intermedios y Beneficiarios han organizado actos de difusión importantes en los que se ha dado publicidad al lanzamiento del Programa Operativo.

Medida 2.2.: La Autoridad de Gestión ha convocado al Comité de Seguimiento del Programa Operativo y los Encuentros Anuales en el que se ha dado a conocer los avances del Programa, así como su Estrategia de Comunicación.

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 y Beneficiarios (Secretaría de Estado de Migraciones -Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones-, Fundación ONCE, Confederación Empresarial Española de la Economía Social, Fundación CEPAIM, Asociación Proyecto Hombre) tienen una placa a la entrada de su sede con el emblema.

Medidas 2.4 y 2.5.: La Autoridad de Gestión ha elaborado una publicación electrónica con la lista de operaciones del Programa Operativo que se ha publicado en la web:

<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/poises/index.htm>

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

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

Medida 2.7.: En las páginas web de los Organismos Intermedios y Beneficiarios se ofrece toda la información necesaria para facilitar la accesibilidad al Programa Operativo. (Secretaría de Estado de Migraciones -Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones-, Fundación ONCE, Fundación Secretariado Gitano, Fundación Santa María la Real, Instituto de las Mujeres -Ministerio de Igualdad-, Cáritas).

<http://www.inmujer.gob.es/areasTematicas/SocInfo/Home.htm>

https://www.lanzaderasdeempleo.es/sites/default/files/empleo_en_positivo_2019.pdf

Medida 2.8.: Se han realizado campañas divulgativas en los medios, con el objeto de difundir a la ciudadanía los logros, avances y resultados de las acciones emprendidas, o de sensibilizar a la población. (Confederación Empresarial Española de la Economía Social, Cruz Roja Española, Fundación Mujeres, Fundación ONCE, Cáritas, Fundación CEPAIM Acción Integral con Migrantes, Fundación Secretariado Gitano, Fundación Santa María la Real):

www.igualmenteprofesionales.org

<http://www.diarioelcarrer.es/noticia.php?id=9319>

https://twitter.com/@gitanos_org

https://www.gitanos.org/centro_documentacion/publicaciones/canalradio.html.es

Destacan dos campañas de sensibilización de Cruz Roja:

“DESAFÍO +45” centrada en poner en valor las capacidades y el potencial profesional de las personas mayores de cuarenta y cinco años.

“EL BALANCE MÁS POSITIVO”, que pone el acento en debilitar las barreras específicas referentes a la conciliación, entre la vida personal/familiar y laboral, que tienen las mujeres en su acceso al mercado laboral. Su última finalidad es promover la igualdad de oportunidades en el mundo de la empresa.

La Fundación Mujeres destaca la campaña de sensibilización **#Rompe la brecha**, dirigida a informar y sensibilizar sobre las brechas de género en el mundo laboral:

[La brecha de género #Rompe la brecha](#)

También la Fundación ONCE en su condición de beneficiario directo ha creado la campaña **#Trabajares una historia**,

Destacan además las campañas de sensibilización social realizadas por la Fundación Secretariado Gitano: “El Pupitre Gitano” y la continuidad de la campaña “Lección Gitana” que se pueden consultar en el “Portal de Campañas”:

www.sensibilizaciongitano.org



Medida 2.9.: La UAFSE ha celebrado el Día de Europa (9 de mayo) con un sencillo acto ya que no se pudo hacer el evento con la participación de numerosos Organismos Intermedios y Beneficiarios del Programa Operativo, por coincidir este año en periodo electoral.

Medida 2.10.: Se ha utilizado a los medios de comunicación para informar sobre actividades desarrolladas en el marco del Programa Operativo, como convocatorias, jornadas, encuentros cursos, talleres, etc., con la elaboración de notas de prensa. (Confederación Empresarial Española de la Economía Social, Fundación ONCE, Instituto de las Mujeres -Ministerio de Igualdad-, Fundación Acción Contra el Hambre, Fundación CEPAIM Acción Integral con Migrantes, Cruz Roja Española, Fundación Secretariado Gitano, Fundación Santa María la Real).

La Fundación Santa María la Real destaca 12 Encuentros Interlanzaderas celebrados en Huelva, Granada, Jaén, Cádiz y Mérida; Málaga, Tenerife, Gran Canaria, Madrid, Galicia, Castilla-La Mancha y Sevilla.

<https://www.accioncontraelhambre.org/es/te-contamos/blog-testimonios/miapia-el-proyecto-emprendedor-de-dos-jovenes-colombianos-en-barcelona>

https://pontevedraviva.com/xeral/58168/novo-servizo-loitar-violencia-machista-concello-cuntis/?phpcan_action=favoritos

<https://www.teleprensa.com/es/almeria/agricultoras-de-la-cooperativa-san-isidro-labrador-trabajan-el-liderazgo-de-las-mujeres.html>

https://cadenaser.com/emisora/2019/01/16/ser_andujar/1547661100_069885.html

Medida 2.11.: Fundación Acción Contra el Hambre, Cáritas, Secretaría de Estado de Migraciones (Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones), Instituto de las Mujeres (Ministerio de Igualdad), Instituto de Mayores y Servicios Sociales -IMSERSO, Ministerio de Derechos Sociales y Agenda 2030, Fundación Mujeres, Fundación ONCE, Fundación Secretariado Gitano, Fundación CEPAIM Acción Integral con Migrantes, Confederación Empresarial Española de la Economía Social, Cruz Roja Española han organizado seminarios, jornadas y conferencias para dar a conocer actividades concretas del Programa Operativo.

Destacan los 17 actos territoriales de Cruz Roja Española de presentación de resultados junto con tres actos de ámbito estatal. Todos ellos fueron protagonizados por personas que habían accedido a un empleo, con su esfuerzo y el acompañamiento del Plan de Empleo de Cruz Roja Española. Más de 160 empresas colaboradoras del Plan de Empleo fueron también protagonistas de estos actos que contaron con representación de las administraciones públicas.



También el Instituto de Mayores y Servicios Sociales -IMSERSO. Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones- destaca la celebración del II Simposio "La atención a la dependencia. retos e innovación"; la jornada sobre la asistencia personal, clave para la vida independiente; la jornada de trabajo sobre empleo con empresarios y organizaciones sociales; la entrega de premios del VII concurso fotográfico, etc.

Durante el año 2019, por parte del Instituto de las Mujeres -Ministerio de Igualdad- se han realizado multitud de seminarios, jornadas y talleres para desarrollar actividades concretas del Programa Operativo. En su web se incorporan diferentes materiales (en su mayoría guías metodológicas y didácticas) a disposición de la ciudadanía, así como materiales didácticos y una guía de confianza y seguridad de las mujeres en la Red:

<http://www.inmujer.gob.es/areasTematicas/AreaProgInsercionSociolaboral/SaraMateriales.htm>

<http://www.inmujer.gob.es/areasTematicas/SocInfo/Programas/docs/Atenea/ConfSegurRedMateriales.pdf>

La Fundación Mujeres destaca la celebración de dos actos públicos dirigidos a operadores de Fondos Europeos, especialmente, gestores del Fondo Social Europeo (FSE), así como personas beneficiarias con la finalidad de poner en valor el papel del FSE en la contribución a la promoción de la igualdad de género:



- “Sumando esfuerzos para la Igualdad entre mujeres y hombres”, organizado conjuntamente con la Fundación CEPAIM Acción Integral con Migrantes, Cruz Roja Española y Fundación Secretariado Gitano.
- "Liderando el camino hacia la igualdad de género en el mercado laboral“.

Igualmente, la Fundación Secretariado Gitano destaca la Celebración de los 10 años del Programa *Promociona* o el Acto de difusión de los resultados conseguidos en el periodo 2016-2019, como un evento conjunto de los operadores del Programa Operativo de Inclusión Social y de la Economía Social (Cáritas, Cruz Roja Española, Fundación ONCE Y Fundación Secretariado Gitano) y otras conferencias, encuentros, seminarios, charlas, ponencias informativas... y acogida de visitas, con el objetivo de informar y transferir un conjunto de principios, metodologías y herramientas de trabajo con población gitana en materia de empleo.

Medida 2.12. Fundación CEPAIM Acción Integral con Migrantes, Cruz Roja Española, Fundación ONCE, Fundación Santa María la Real, Fundación Acción Contra el Hambre, 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.: Se han utilizado las redes sociales para comunicar y difundir actividades del Programa Operativo, como actuaciones formativas, encuentros, etc. (Fundación ONCE, Fundación Mujeres, Fundación Secretariado Gitano, Fundación Santa María la Real. Fundación Acción Contra el Hambre, Cáritas, Fundación CEPAIM Acción Integral con Migrantes, Cruz Roja Española, Asociación Proyecto Hombre, Instituto de las Mujeres -Ministerio de Igualdad-).

<https://www.facebook.com/caritas.espanol>

www.facebook.com/FundacionSecretariadoGitano

<http://www.youtube.com/user/FSGitanos>

https://www.instagram.com/gitanos_org/

Facebook y Twitter han sido las más utilizadas, aunque también se ha utilizado YouTube, LinkedIn, e Instagram.

Fundación ONCE/Inserta ha utilizado las redes para acceder a la vídeo infografía de resultados de su proyecto, incluyendo testimonios de personas beneficiarias, así como a la jornada de presentación de la metodología.

<https://www.youtube.com/watch?v=3Opix9N9k8>

En algunos casos se han creado hashtag como el de la Fundación CEPAIM Acción Integral con Migrantes #Soy365 o el de la Fundación Santa María la Real (#FSE). O el de Fundación Mujeres [#Rompeamos la brecha](#)

https://twitter.com/Soy_365

<https://twitter.com/CEPES2>

https://www.instagram.com/koopera_org/

Medida 2.15.: Se han presentado propuestas de Buenas Prácticas de la Asociación Proyecto Hombre, Cáritas, Fundación CEPAIM Acción Integral con Migrantes, Confederación Empresarial Española de la Economía Social, Fundación Acción Contra el Hambre, Fundación Mujeres, Fundación ONCE, Fundación Santa María la Real, Instituto de las Mujeres -Ministerio de Igualdad-, Secretaría de Estado de Migraciones -Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones-.

Medidas 2.16.: Todos insertan el emblema y el lema FSE en la documentación y material divulgativo, para que resalte el valor añadido del mismo y de la Unión Europea.



3. Coordinación

Medida 3.1.: Se han elaborado metodologías de trabajo y guías prácticas para la aplicación de la Estrategia de Comunicación., o Instrucciones y Manuales de aplicación FSE 14-20 (Secretaría de Estado de Migraciones -Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones-, Servicio Público de Empleo Estatal -Ministerio de Trabajo y Economía Social-).

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 ONCE, Fundación CEPAIM Acción Integral con Migrantes, Secretaría de Estado de Migraciones -Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones-, Instituto de Mayores y Servicios Sociales -IMSERSO, Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones-).

Se han desarrollado herramientas específicas de comunicación y de gestión con las Entidades Beneficiarias, como una microsite (Confederación Empresarial Española de la Economía Social).

Medida 3.3.: Desde la Autoridad de Gestión y algunos Organismos Intermedios y Beneficiarios se han dado instrucciones para facilitar el cumplimiento de las obligaciones en materia de información y comunicación

M. 3.4.: Se han convocado las redes GERIP e INIO, tanto por la Autoridad de Gestión como por la Comisión.

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.

Año 2020.

1. Transparencia

Medida 1.1.: Los Organismos Intermedios y Beneficiarios directos de la Autoridad de Gestión han utilizado sus webs para dar a conocer los objetivos del Programa Operativo, con noticias en prensa, páginas web, redes sociales, ruedas de prensa, etc. (Confederación Empresarial Española de la Economía Social, Fundación Bancaria “La Caixa”, Fundación ONCE, Fundación Secretariado Gitano, Fundación Mujeres, Fundación Santa María la Real, Instituto de las Mujeres -Ministerio de Igualdad-, Instituto de Mayores y Servicios Sociales -IMRSO, Ministerio de Derechos Sociales y Agenda 2030, Secretaría de Estado de Migraciones -Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones-, Servicio Público de Empleo Estatal -Ministerio de Trabajo y Economía Social-, Cáritas, Fundación Acción Contra el Hambre, Entidad Estatal de Derecho Público Trabajo Penitenciario y Formación para el Empleo -Ministerio del Interior-).

(<https://fse.cepes.es/>), <http://www.inmujer.gob.es/>, <http://www.fsc-inserta.es>

<https://www.caritas.es/noticias/el-fondo-social-europeo-facilita-la-atencion-de-personas-vulnerables-durante-la-pandemia/>

<https://fundacionlacaixa.org/es/fondo-social-europeo-convocatoria-mas-empleo>

http://www.oatpfe.es/seccion=1179&idioma=es_ES#enlace4

<https://www.sepe.es/HomeSepe/empresas/informacion-para-empresas/financiacion-fondo-social-europeo.html>

http://www.fundacionmujeres.es/proyectos/view/dana_empleo_y_emprendimiento_en_igualdad.html

<http://www.gitanos.org> (contó con 752.000 páginas vistas y 152.000 visitantes únicos en 2020)

www.lanzaderasdeempleo.es

<https://www.accioncontraelhambre.org/es/vivesemprende>

http://www.imserso.es/imserso_01/index.htm

Medida 1.2.: La mayoría ha facilitado información sobre la publicación e inicio de convocatorias de ayuda, mediante la publicación en los correspondientes Boletines Oficiales, web, redes sociales, anuncios en prensa, boletines electrónicos, etc. (Fundación Acción Contra el Hambre, Cáritas, Confederación Empresarial Española de la Economía Social, Secretaría de Estado de Migraciones -Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones-, Fundación ONCE, Fundación CEPAIM Acción Integral con Migrantes, Fundación Secretariado Gitano, Fundación Santa María la Real, Asociación Proyecto Hombre, Instituto de las Mujeres -Ministerio de Igualdad-).

La Confederación Empresarial Española de la Economía Social ha seguido potenciando los Hashtag #CEPESFSE y #CEPESPOISES con el fin de difundir las acciones realizadas como Organismo Intermedio y también para visibilizar los proyectos de las Entidades Beneficiarias.

La Fundación Secretariado Gitano cuenta con un boletín interno semanal *El Secre* del que se difundieron 56 números en 2020 a 1.533 seguidores, con contenidos relacionados con la metodología y las iniciativas de formación profesional y empleo, educación, igualdad, etc. y con el boletín mensual (12 números) “Los gitanos en la prensa”, con 4.204 suscriptores en 2020, que recoge una selección de recortes de prensa escrita agrupados por materias, entre ellas, las de Empleo y Formación: www.gitanos.org/boletines/newsletter_gitanos_org

Otros ejemplos:

[https://twitter.com/ CARITAS](https://twitter.com/CARITAS)

<http://cepaim.org/que-hacemos-convivencia-social/igualdad-de-oportunidades/neo/>

<https://proyectohombre.es/> #ProyectoINSOLA ,

www.inmujer.gob.es,

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, informar al público sobre la ayuda obtenida, así como los requisitos establecidos en el Reglamento (UE) nº 1303/2013. (Fundación Bancaria “La Caixa”, Secretaría de Estado de Migraciones -Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones-, Fundación ONCE).

Medida 1.4.: La Autoridad de Gestión y algunos Organismos Intermedios (Secretaría de Estado de Migraciones -Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones-, Fundación Bancaria “La Caixa”, Confederación Empresarial Española de la Economía Social, Fundación ONCE, Instituto de las Mujeres -Ministerio de Igualdad-, Servicio Público de empleo Estatal -Ministerio de Trabajo y economía Social-) han facilitado herramientas a los Beneficiarios para el cumplimiento de las obligaciones en materia de información y comunicación, mediante el asesoramiento para el adecuado cumplimiento de los requisitos exigidos.

Fundación Bancaria “La Caixa”, por ejemplo, destaca la publicación del Manual de aplicación y Convivencia de Identidad Corporativa y de la Guía de Entidades Beneficiarias en la aplicación de gestión del programa, así como la Publicación de las Bases de la Convocatoria, la Guía de

entidades beneficiarias y la Guía para la Justificación de las operaciones, que incluyen obligaciones de comunicación y difusión.

Instituto de las Mujeres -Ministerio de Igualdad- remite el Manual de Procedimiento Interno del Instituto de las Mujeres, en su versión de 20 de junio de 2020 a todas sus unidades beneficiarias a fin de garantizar la información y la publicidad de las acciones cofinanciadas por el FSE para que se cumplan los requisitos que, en esta materia, ha establecido la normativa nacional y comunitaria.

Medida 1.5.: Algunos Organismos Intermedios como Secretaría de Estado de Migraciones - Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones-, Fundación ONCE, Instituto de las Mujeres -Ministerio de Igualdad-, han descrito los procedimientos utilizados para seleccionar operaciones de financiación y los plazos correspondientes.

M. 1.6.: La Autoridad de Gestión, a través del portal web único, ha puesto a disposición de los beneficiarios potenciales los contactos a nivel nacional, regional o local que puedan facilitar información sobre el Programa Operativo.

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

Medida 1.7.: Se ha informado sobre las obligaciones que se adquieren en materia de información y comunicación al ser beneficiario (Confederación Empresarial Española de la Economía Social, Fundación Bancaria “La Caixa”, Fundación ONCE, Instituto de las Mujeres - Ministerio de Igualdad-, Secretaría de Estado de Migraciones -Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones-).

Medida 1.8.: Algunos han informado a los Beneficiarios de que la aceptación de la financiación implica la aceptación de su inclusión en la lista de beneficiarios (Instituto de las Mujeres - Ministerio de Igualdad-).

Medida 1.9.: Con el sistema de recogida de indicadores se lleva a cabo el seguimiento de las medidas de información y comunicación.

Medida 1.12.: La Autoridad de Gestión y algunos Organismos Intermedios han difundido información relativa a las medidas de control y lucha contra el fraude. El Instituto de las Mujeres (Ministerio de Igualdad) remite, además, a los Beneficiarios, la matriz de riesgos ex post a fin de que sea cumplimentada una vez ejecutado cada proyecto y, asimismo, elabora diferentes matrices de riesgos ex post por cada presentación a cofinanciación llevada a cabo en la aplicación FSE 14-20.

2. Concienciación

Medida 2.1.: Algunos Organismos Intermedios y Beneficiarios han organizado actos de difusión importantes en los que se ha dado publicidad al lanzamiento del Programa Operativo

Medida 2.2.: La Autoridad de Gestión ha convocado al Comité de Seguimiento del Programa Operativo y los Encuentros Anuales en el que se ha dado a conocer los avances del Programa, así como su Estrategia de Comunicación.

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 y Beneficiarios (Secretaría de Estado de Migraciones -Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones-, Fundación Bancaria “La Caixa”, Fundación ONCE, Confederación Empresarial Española de la Economía Social, Fundación CEPAIM Acción Integral con Migrantes, Asociación Proyecto Hombre) tienen una placa a la entrada de su sede con el emblema.

Medidas 2.4 y 2.5.: La Autoridad de Gestión ha elaborado una publicación electrónica con la lista de operaciones del Programa Operativo que se ha publicado en la web:

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

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

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

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

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

Medida 2.7.: En las páginas web de los Organismos Intermedios y Beneficiarios se ofrece toda la información necesaria para facilitar la accesibilidad al Programa Operativo. (Secretaría de Estado de Migraciones -Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones-, Fundación Bancaria “La Caixa”, Fundación ONCE, Fundación Secretariado Gitano, Fundación Santa María la Real, Instituto de las Mujeres -Ministerio de Igualdad-, Cáritas).

El Instituto de las Mujeres -Ministerio de Igualdad-, a través de su página web www.inmujer.gob.es, incluye información correspondiente a todas las actuaciones que lleva a cabo en el ámbito del Programa Operativo de Inclusión Social y de la Economía Social 2014-2020 con la cofinanciación del FSE. Además, la web permite acceder a todas las convocatorias, resoluciones, concesiones, concursos públicos, y actuaciones concretas dirigidas a los participantes (por ejemplo, seminarios, jornadas o talleres a realizar en cada programa).

La Fundación Bancaria “La Caixa” publica en su página web un apartado informativo del FSE y otro específico de Más Empleo, con la información relevante de la convocatoria, acceso a la web de solicitudes, y toda la documentación de referencia para optar a la convocatoria y ejecutar las operaciones en caso de resultar beneficiario.

<http://www.inmujer.gob.es/areasTematicas/SocInfo/Home.htm>

<https://www.lanzaderasconectaempleo.es/>

Medidas 2.8.: Se han realizado campañas divulgativas en los medios, con el objeto de difundir a la ciudadanía los logros, avances y resultados de las acciones emprendidas, o de sensibilizar a la población. (Confederación Empresarial Española de la Economía Social, Cruz Roja Española,

Fundación Mujeres, Fundación ONCE, Cáritas, Fundación CEPAIM Acción Integral con Migrantes, Fundación Secretariado Gitano, Fundación Santa María la Real):

Destaca la colaboración y participación de la Fundación Secretariado Gitano en medios de comunicación, prensa, radio y televisión, tanto a nivel internacional como nacional y regional o local con objeto de difundir los Programas *Acceder*, *Promociona* y *Calí*. Además, se destaca acciones específicas en el contexto de la crisis del COVID-19, como el refuerzo de las acciones de sensibilización con medios de comunicación, especialmente dirigidas a evitar la estigmatización de la comunidad gitana con respecto a la transmisión del COVID-19, algo especialmente preocupante al inicio de la pandemia. www.sensibilizaciongitanos.org

Destaca, también, la Campaña de sensibilización 2020 de la Fundación Secretariado Gitano “Pan Para Mañana”, enmarcada dentro del ciclo de Igualdad de Oportunidades que se inició en 2019 con la campaña “El Pupitre Gitano” que en esta ocasión se centra en el derecho al Empleo: www.sensibilizaciongitanos.org

Cruz Roja Española ha realizado 74 acciones de difusión como entrevistas y cuñas de radio, notas de prensa, reportajes como “Encontrar empleo en plena pandemia: La historia de Leo”, programas de televisión, Inserción microsite campaña “Gracias” en web www.igualmenteprofesionales.com, etc.

También ha realizado 21 publicaciones: Trípticos, Soporte audiovisual, Actos reconocimiento empresas colaboradoras POISES-Cruz Roja Española, vídeos, folletos, audiovisuales con testimonios de empresas colaboradoras del Reto Social Empresarial, material digital, etc.

La Fundación Mujeres destaca la campaña de sensibilización #TuTalentoTuEmprendimiento.

Asimismo, la Fundación ONCE en su condición de beneficiario directo ha creado la campaña #Trabajaresunahistoria. Además, publicó 217 Notas de prensa sobre los cursos de formación que imparte Inserta, cofinanciados por el FSE, 29 sobre la actividad de Inserta desde el comienzo de la pandemia en el marco de los Programas Operativos y 15 sobre la participación de Inserta en Ferias y Foros, con la cofinanciación del FSE, entre otras.

Además, la Confederación Empresarial Española de la Economía Social publicó notas de prensa:

- [CEPES publica dos convocatorias de ayudas del Fondo Social Europeo con valor de 19,2 millones de euros](#) (se difunde el nuevo Logotipo de Confederación Empresarial Española de la Economía Social)
- [Las empresas y entidades de Economía Social pueden acreditarse hasta el próximo viernes 17 para acceder a las convocatorias de Ayudas FSE de CEPES](#)

Asociación Proyecto Hombre ha publicado la Revista PROYECTO 103-Especial 30 Aniversario Proyecto Hombre, Newsletter de comunicación interna, publicaciones externas y noticias en medios de comunicación.

EL COMERCIO

Gijón

Calles de Gijón Barrios de Gijón Villaviciosa Gozón Carreño Sporting Grupos

En directo: última hora de la evolución de la pandemia en Asturias

El confinamiento retrasó las terapias contra las drogas y dificulta las recuperaciones

El director de Proyecto Hombre revela que el encierro no elevó las adicciones, pero reclama preservar la atención presencial para ganar la guerra contra la droga



Julio Jonte, director de Proyecto Hombre en Asturias, posa en su oficina de Gijón, mostrando el cartel del programa de reinserción 'Proyecto Insola'. / ARNALDO GARCIA

Medida 2.9.: La UAFSE ha celebrado el Día de Europa (9 de mayo) con un correo recordando dicha conmemoración ya que no se pudo hacer el evento con la participación de numerosos Organismos Intermedios y Beneficiarios del Programa Operativo, debido a la pandemia.

Medida 2.10.: Se ha utilizado a los medios de comunicación para informar sobre actividades desarrolladas en el marco del Programa Operativo, como convocatorias, jornadas, encuentros cursos, talleres, etc., con la elaboración de notas de prensa. (Confederación Empresarial Española de la Economía Social, Fundación Bancaria "La Caixa", Fundación ONCE, Instituto de las Mujeres -Ministerio de Igualdad-, Fundación Acción Contra el Hambre, Fundación CEPAIM Acción Integral con Migrantes, Cruz Roja Española, Fundación Secretariado Gitano, Fundación Santa María la Real)

La Fundación Acción Contra el Hambre ha realizado 123 soportes publicitarios y 51 publicaciones, entre las que destacan el Balance y la Memoria de Acción Social, newsletters por el empleo, Guía del emprendimiento social y numerosas ubicaciones en la web:

<https://www.accioncontraelhambre.org/es/te-contamos/actualidad/formamos-migrantes-para-facilitar-su-integracion-en-el-mercado-laboral>

Fundación Bancaria "La Caixa" ha difundido un comunicado de prensa a nivel nacional relacionado con la actividad de la convocatoria Más Empleo y un artículo en la revista digital Alma.

La Fundación Secretariado Gitano ha celebrado conferencias, encuentros, seminarios, charlas, ponencias informativas... y acogida de visitas) con el objetivo de informar y transferir un conjunto de principios, metodologías y herramientas de trabajo con población gitana en materia de empleo. Durante gran parte del año 2020 estas acciones fueron realizadas en formatos online

debido a la pandemia. Además, ha seguido impulsando el “Canal Radio” de la web con la inclusión de numerosas entrevistas.

https://www.gitanos.org/centro_documentacion/publicaciones/canalradio.html.es



Ha realizado además acciones de sensibilización en redes sociales #YoSoyDelMercadillo de apoyo a la venta ambulante (paralizada por el confinamiento) de la que viven un alto porcentaje de familias gitanas en España y otras acciones de sensibilización e incidencia política hacia los poderes públicos.

La Fundación Santa María la Real destaca haber impulsado cerca de 50 Lanzaderas Conecta Empleo en formato tanto mixto, presencial y online, como completamente virtual y otras actividades complementarias y online para reforzar habilidades digitales a la hora de buscar empleo. También destaca la Feria Virtual de Empleabilidad que ofreció charlas formativas con consejos útiles para la búsqueda de trabajo.

Instituto de las Mujeres -Ministerio de Igualdad- destaca la difusión de la exhibición “El voto femenino en España” a través de numerosos medios de comunicación, como, por ejemplo:

https://www.elperiodic.com/alicante/inauguracion-exposicion-voto-femenino-espana_713505

https://www.ondacero.es/emisoras/comunidad-valenciana/alicante/noticias/exposicion-voto-femenino-espana-organizada-subdelegacion-gobierno-alicante_202011205fb7866b1d91b60001a6f6aa.htm

También ha difundido las numerosas publicaciones que ha realizado en 2020.

http://www.inmujer.es/imioweb/1_AreasTematicas/1_SocInfor/2_Estudios/01_InformesIMIO/NUESTRAS VIDAS DIGITALES 2019.pdf

https://www.inmujer.gob.es/areasTematicas/AreaSalud/Publicaciones/docs/GuiasSalud/Salud_VIII GUIA ADOLESCENTES ACCESIBLE ORIGINAL.pdf

Medida 2.11.: Fundación Acción Contra el Hambre, Cáritas, Secretaría de Estado de Migraciones -Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones-, Instituto de las Mujeres -Ministerio de Igualdad-, Instituto de Mayores y Servicios Sociales -IMSERSO, Ministerio de Inclusión y Seguridad Social y Migraciones-, Fundación Mujeres, Fundación ONCE, Fundación Secretariado Gitano, Fundación CEPAIM Acción Integral con Migrantes, Confederación Empresarial Española de la Economía Social, Cruz Roja Española han organizado seminarios, jornadas y conferencias para dar a conocer actividades concretas del Programa Operativo.

Durante el año 2020, por parte del Instituto de las Mujeres -Ministerio de Igualdad- se han realizado multitud de seminarios, jornadas y talleres para desarrollar actividades concretas del Programa Operativo. En su web se incorporan diferentes materiales (en su mayoría guías metodológicas y didácticas) a disposición de la ciudadanía, así como materiales didácticos y una guía de confianza y seguridad de las mujeres en la Red:

www.escuelavirtualigualdad.es

<http://www.inmujer.gob.es/servRecursos/formacion/FormacionOnline.htm>

<https://www.igualdadtratofondoseie.es>

<http://www.inmujer.gob.es/areasTematicas/SocInfo/Programas/Ceres.htm>

<http://www.inmujer.gob.es/areasTematicas/SocInfo/Programas/Rea.htm>



Programa del Seminario: <https://acortar.link/K3z5h>

Enlaces a las cuatro sesiones del seminario:

- Teletrabajo y cuidados <https://youtu.be/LsfhujpN1oI>;

- Educación en igualdad y tecnología <https://youtu.be/545WOBHPJkA>

La Fundación Acción Contra el Hambre ha destacado 14 actos públicos y 25 acciones de difusión, la mayoría de ellas, notas de prensa relacionadas con el programa Vives Emplea, presentaciones de Jornadas, organización de ferias de empleo virtual, propuestas contra la crisis, brecha digital en el confinamiento, etc.

Fundación Secretariado Gitano ha organizado un ciclo de 4 seminarios online y la difusión de varios vídeos: “20 años Acceder” y 4 píldoras de testimonios que ilustran los temas “trabajo decente”, “innovación”, “protección vs. activación” y “mujer gitana”. Además, se ha creado una imagen gráfica de los 20 años Acceder, infografías, microsite propio... Toda la información y piezas en: <https://www.gitanos.org/20anosacceder/>. También destaca la organización del Evento “20 años de alianzas: la Europa inclusiva que queremos”.

Fundación ONCE destaca también el Encuentro “20 años de Alianzas: La Europa inclusiva que queremos”.



También destaca el Evento online con la Ministra de Educación Isabel Celáa en el que 62 estudiantes gitanos y gitanas recibieron su titulación en ESO para adultos.

Además, ha realizado 39 acciones de difusión, y 8 actos públicos como el Webinar “Presentación Estudio Covid-19 entre las personas con discapacidad”, y “El empleo de las personas con discapacidad, prioridad de Inserta Navarra, antes, durante y después de la pandemia”.

Confederación Empresarial Española de la Economía Social ha celebrado tres webinars de presentación de las convocatorias a través de la Plataforma AULACEPES [Webinar \(aulacepes.es\)](http://aulacepes.es)

Medida 2.12. Fundación CEPAIM Acción Integral con Migrantes, Cruz Roja Española, Fundación ONCE, Fundación Santa María la Real, Fundación Acción Contra el Hambre, 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.: Se han utilizado las redes sociales para comunicar y difundir actividades del Programa Operativo, como actuaciones formativas, encuentros, etc. (Confederación Empresarial Española de la Economía Social, Fundación ONCE, Fundación Mujeres, Fundación Secretariado Gitano, Fundación Santa María la Real, Acción contra el Hambre, Cáritas, Fundación CEPAIM Acción Integral con Migrantes, Cruz Roja Española, Asociación Proyecto Hombre, Instituto de las Mujeres -Ministerio de Igualdad-).

<http://www.youtube.com/user/FSGitanos>

www.facebook.com/FundacionSecretariadoGitano

https://www.instagram.com/gitanos_org/

<https://www.linkedin.com/company/fundación-secretariado-gitano.>

En total, en las redes sociales estatales de la Fundación Secretariado Gitano, el incremento respecto al año anterior fue de unos 11.500 seguidores nuevos.

<https://www.facebook.com/caritas.espanol>

Facebook y Twitter han sido las más utilizadas, aunque también se ha utilizado YouTube, LinkedIn, e Instagram.

Fundación ONCE/Inserta ha utilizado las redes para acceder a la vídeo infografía de resultados de su proyecto, incluyendo testimonios de personas beneficiarias, así como a la jornada de presentación de la metodología.

<https://www.youtube.com/watch?v=3Opiix9N9k8>



En algunos casos se han creado hashtag como el de la Fundación CEPAIM Acción Integral con Migrantes #Soy365 o el de Fundación Santa María la Real (#FSE). O el de Fundación Mujeres #TuTalentoTuEmprendimiento.

<https://twitter.com/InstMujeres>, con 33.800 seguidores,

https://www.facebook.com/InstMujeres/?ref=py_c



Medida 2.15.: Se han presentado propuestas de Buenas Prácticas de Cruz Roja Española, Fundación Mujeres, Fundación ONCE, Fundación Santa María la Real, Fundación Secretariado Gitano, Instituto de las Mujeres -Ministerio de Igualdad-.

Medida 2.16.: Todos insertan el emblema y el lema FSE en la documentación y material divulgativo, para que resalte el valor añadido del mismo y de la UE.

Materiales didácticos elaborados para el Programa DIANA (18CO0010)



Materiales/ Proyecto Hombre Asturias Flyer



Materiales/ Proyecto Hombre Alicante Placa recepción entidad



3. Coordinación

Medida 3.1.: Se han elaborado metodologías de trabajo y guías prácticas para la aplicación de la Estrategia de Comunicación, o Instrucciones y Manuales de aplicación FSE 14-20 (Fundación Bancaria "La Caixa", Secretaría de Estado de Migraciones -Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones-, Servicio Público de Empleo Estatal -Ministerio de Trabajo y Economía Social-).

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 Bancaria “La Caixa” Fundación ONCE, Fundación CEPAIM Acción Integral con Migrantes, Secretaría de Estado de Migraciones -Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones-, Instituto de Mayores y Servicios Sociales -IMSERSO, Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones-).

Se han desarrollado herramientas específicas de comunicación y de gestión con las Entidades Beneficiarias, como una microsite cada vez más actualizada y mejorada (Confederación Empresarial Española de la Economía Social).

M. 3.3.: Desde la Autoridad de Gestión y algunos Organismos Intermedios y Beneficiarios se han dado instrucciones para facilitar el cumplimiento de las obligaciones en materia de información y comunicación.

M. 3.4.: Se han convocado las redes GERIP e INIO, tanto por la Autoridad de Gestión como por la Comisión.

El Instituto de las Mujeres (Ministerio de Igualdad) ejerce la Secretaría de la Red de Política de Igualdad entre mujeres y hombres en los fondos comunitarios que es el principal foro de debate y análisis para mejorar la integración real y efectiva de la perspectiva de género en las intervenciones cofinanciadas por los Fondos Estructurales y de Inversión Europeos (FSE, FEDER, FEMP y FEADER) durante el período de programación 2014-2020.

Página web: <http://www.igualdadgenerofondoscomunitarios.es/index.php>

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.

Año 2021.

1. Transparencia

Medida 1.1.: Los Organismos Intermedios y Beneficiarios directos de la Autoridad de Gestión han utilizado sus webs para dar a conocer los objetivos del Programa Operativo, con noticias en prensa, páginas web, redes sociales, ruedas de prensa, etc. (Confederación Empresarial Española de la Economía Social, Fundación Bancaria “La Caixa” Fundación ONCE, Fundación Secretariado Gitano, Fundación Mujeres, Fundación Santa María la Real, Instituto de las Mujeres -Ministerio de Igualdad-, Instituto de Mayores y Servicios Sociales -IMSERSO, Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones- Secretaría de Estado de Migraciones -Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones-, Servicio Público de Empleo Estatal -Ministerio de Trabajo y Economía Social-, Cáritas, Fundación Acción Contra el Hambre, Trabajo Penitenciario y Formación para el Empleo -Ministerio del Interior-).

(<https://fse.cepes.es/>), <http://www.inmujer.gob.es/>

<https://www.coceder.org/coceder-duplica-en-2021-los-datos-del-programa-de-inclusion-social-respecto-al-primer-ano/>

<https://fundacionlacaixa.org/es/fondo-social-europeo-convocatoria-mas-empleo>

<http://www.oatpfe.es/>

<https://www.sepe.es/HomeSepe/empresas/informacion-para-empresas/financiacion-fondo-social-europeo.html>

http://www.fundacionmujeres.es/proyectos/view/dana_empleo_y_emprendimiento_en_igualdad.html

<http://www.gitanos.org> (contó con 1.056.101 visitas y 235.891 visitantes únicos en 2021)

www.lanzaderasdeempleo.es

<https://www.accioncontraelhambre.org/es/vivesaprende>

Medida 1.2.: La mayoría ha facilitado información sobre la publicación e inicio de convocatorias de ayuda, mediante la publicación en los correspondientes Boletines Oficiales, web, redes sociales, anuncios en prensa, boletines electrónicos, etc. (Fundación Acción Contra el Hambre, Cáritas, Confederación Empresarial Española de la Economía Social, Secretaría de Estado de Migraciones -Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones-, Fundación ONCE, Fundación CEPAIM Acción Integral con Migrantes, Fundación Secretariado Gitano, Fundación Santa María la Real, Asociación Proyecto Hombre, Instituto de las Mujeres -Ministerio de Igualdad-).

Uno de los grandes hitos del 2021 fue la difusión de la difusión y publicación de los resultados de la Evaluación de la Convocatorias de Ayuda FSE de Confederación Empresarial Española de la Economía Social 2020-2023.

Fundación Secretariado Gitano cuenta con un boletín interno semanal *El Secre* del que se difundieron 54 números en 2021 a 1.308 seguidores, con contenidos relacionados con la metodología y las iniciativas de formación profesional y empleo, educación, igualdad, etc. y con el boletín mensual (9 números) “Los gitanos en la prensa”, con 4.283 suscriptores en 2021, que recoge una selección de recortes de prensa escrita agrupados por materias, entre ellas, las de Empleo y Formación profesional, Educación e Igualdad (http://www.gitanos.org/boletines/gitanos_en_la_prensa). Las novedades informativas se difunden a través del boletín o newsletter quincenal *Gitanos.org* del que se difundieron 24 números en el año 2021 a 4.920 suscriptores (www.gitanos.org/boletines/newsletter_gitanos_org).

El Instituto de las Mujeres -Ministerio de Igualdad- facilita información sobre las convocatorias de ayudas mediante el procedimiento administrativo de publicación de actos por parte de la Administración en el Boletín Oficial del Estado y en la Base de Datos Nacional de Subvenciones y se da difusión de las mismas principalmente a través de su página web en la que se dispone de un buscador al efecto.



El Instituto Noticias Servicios y recursos Áreas temáticas Estadísticas Observatorios Movimiento Asociativo Centro de documentación

Inicio > Servicios y recursos >

- Convocatorias
- Perfil de contratante
- Publicaciones
- Formación
- Organismos de igualdad
- Centros de atención a las mujeres
- Exposiciones itinerantes
- Servicio de información y asesoramiento

Convocatorias

Accede a las convocatorias de ayudas, becas y subvenciones del Instituto de la Mujer

Tipo: Todas

Resultados de la Búsqueda

43 elementos encontrados, mostrando de 1 a 10, páginas: 1, 2, 3, 4, 5

Descripción	Tipo	Plazo
-------------	------	-------

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, informar al público sobre la ayuda obtenida, así como los requisitos establecidos en el Reglamento (UE) nº 1303/2013. (Fundación Bancaria “La Caixa”, Secretaría de Estado de Migraciones -Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones-, Fundación ONCE).

Medida 1.4.: La Autoridad de Gestión y algunos Organismos Intermedios (Secretaría de Estado de Migraciones -Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones-, Fundación Bancaria “La Caixa”, Confederación Empresarial Española de la Economía Social, Fundación ONCE, Instituto de las Mujeres -Ministerio de Igualdad_, Servicio Público de Empleo Estatal -Ministerio de Trabajo y Economía Social-) han facilitado herramientas a los beneficiarios para el cumplimiento de las obligaciones en materia de información y comunicación, mediante el asesoramiento para el adecuado cumplimiento de los requisitos exigidos.

Fundación Bancaria “La Caixa”, por ejemplo, destaca la publicación del Manual de aplicación y Convivencia de Identidad Corporativa y de la Guía de Entidades Beneficiarias en la aplicación de gestión del programa, así como la Publicación de las Bases de la Convocatoria, la Guía de entidades beneficiarias y la Guía para la Justificación de las operaciones, que incluyen obligaciones de comunicación y difusión.

Medida 1.5.: Algunos Organismos Intermedios como la Secretaría de Estado de Migraciones - Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones-, Fundación ONCE, Instituto de las Mujeres -Ministerio de Igualdad-, han descrito los procedimientos utilizados para seleccionar operaciones de financiación y los plazos correspondientes.

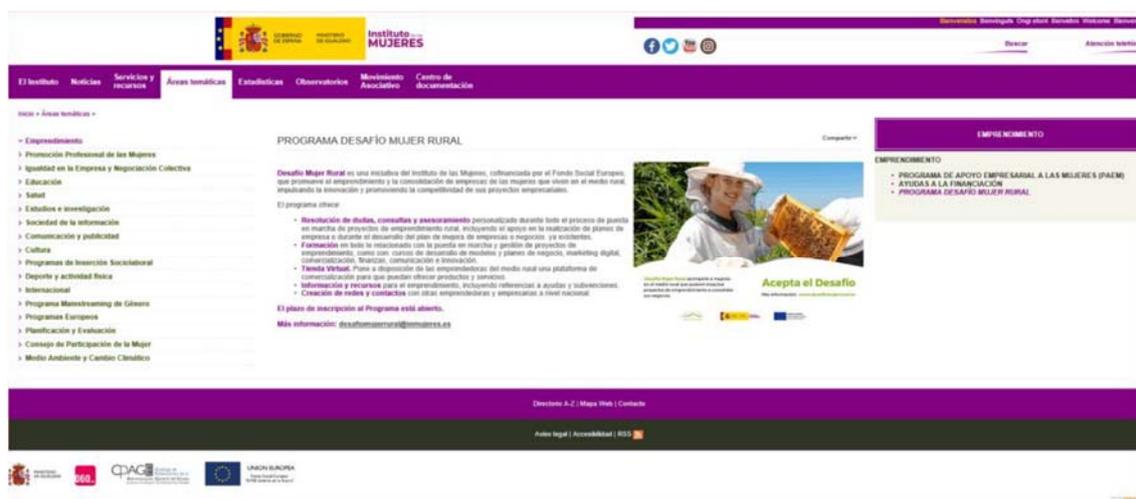
El Instituto de las Mujeres -Ministerio de Igualdad- remite el Manual de Procedimiento Interno del Instituto de las Mujeres, en su versión de 20 de junio de 2020 a todas sus unidades beneficiarias a fin de garantizar la información y la publicidad de las acciones cofinanciadas por el FSE para que se cumplan los requisitos que, en esta materia, ha establecido la normativa nacional y comunitaria. se está diseñando un “Anexo A: Solicitud de Financiación” y se ha

protocolizado un procedimiento para verificar si el proyecto cumple con los Criterios de Selección Obligatorios de Operaciones.

Medida 1.6.: La Autoridad de Gestión, a través del portal web único, ha puesto a disposición de los beneficiarios potenciales los contactos a nivel nacional, regional o local que puedan facilitar información sobre el Programa Operativo.

<https://www.mites.gov.es/uafse/es/portal-unico/poises/index.htm>

Otros organismos también recogen los datos de contacto de las personas que puedan facilitar información sobre las actuaciones realizadas en el ámbito del Programa Operativo de Inclusión Social y de la Economía Social FSE 2014-2020, como por ejemplo el Instituto de las Mujeres - Ministerio de Igualdad- en el proyecto Desafío Mujer Rural:



Medida 1.7.: Se ha informado sobre las obligaciones que se adquieren en materia de información y comunicación al ser beneficiario (Confederación Empresarial Española de la Economía Social, Fundación Bancaria “La Caixa”, Fundación ONCE, Instituto de las Mujeres - Ministerio de Igualdad-, Secretaría de Estado de Migraciones -Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones-).

Medida 1.8.: Algunos han informado a los beneficiarios de que la aceptación de la financiación implica la aceptación de su inclusión en la lista de beneficiarios (Instituto de las Mujeres - Ministerio de Igualdad-).

Medida 1.9.: Con el sistema de recogida de indicadores se lleva a cabo el seguimiento de las medidas de información y comunicación.

M 1.12.: La Autoridad de Gestión y algunos Organismos Intermedios han difundido información relativa a las medidas de control y lucha contra el fraude. El Instituto de las Mujeres -Ministerio de Igualdad- remite, además, a los beneficiarios, la matriz de riesgos ex post a fin de que sea cumplimentada una vez ejecutado cada proyecto y, asimismo, elabora diferentes matrices de riesgos ex post por cada presentación a cofinanciación llevada a cabo en la aplicación FSE14-20.

2. Concienciación

Medida 2.1.: Algunos Organismos Intermedios y Beneficiarios han organizado actos de difusión importantes en los que se ha dado publicidad al lanzamiento del Programa Operativo.

Medida 2.2.: La Autoridad de Gestión ha convocado al Comité de Seguimiento del Programa Operativo y los Encuentros Anuales en el que se ha dado a conocer los avances del Programa, así como su Estrategia de Comunicación.

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 y Beneficiarios (Secretaría de Estado de Migraciones -Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones-, Fundación Bancaria “La Caixa”, Fundación ONCE, Confederación Empresarial Española de la Economía Social, Fundación CEPAIM Acción Integral con Migrantes, Asociación Proyecto Hombre) tienen una placa a la entrada de su sede con el emblema.

Medidas 2.4 y 2.5.: La Autoridad de Gestión ha elaborado una publicación electrónica con la lista de operaciones del Programa Operativo que se ha publicado en la web:

<http://www.mites.gov.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.gov.es/uafse/es/portal-unico/poises/index.htm>

<http://www.mites.gov.es/uafse/es/po-completo/poises/index.htm>

<http://www.mites.gov.es/uafse/es/properativos/poises/index.htm>

Medida 2.7.: En las páginas web de los Organismos Intermedios y beneficiarios se ofrece toda la información necesaria para facilitar la accesibilidad al Programa Operativo. (Secretaría de Estado de Migraciones -Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones-, Fundación Bancaria “La Caixa”, Fundación ONCE, Fundación Secretariado Gitano, Fundación Santa María la Real, Instituto de las Mujeres -Ministerio de Igualdad-, Cáritas).

El Instituto de las Mujeres (Ministerio de Igualdad), a través de su página web www.inmujer.gob.es, incluye información correspondiente a todas las actuaciones que lleva a cabo en el ámbito del Programa Operativo de Inclusión Social y de la Economía Social 2014-2020 con la cofinanciación del FSE. Además, la web permite acceder a todas las convocatorias, resoluciones, concesiones, concursos públicos, y actuaciones concretas dirigidas a los participantes (por ejemplo, seminarios, jornadas o talleres a realizar en cada programa).

<http://www.inmujer.gob.es/areasTematicas/SocInfo/Home.htm>

La Fundación Bancaria “La Caixa” publica en su página web un apartado informativo del FSE y otro específico de Más Empleo, con la información relevante de la convocatoria, acceso a la web

de solicitudes, y toda la documentación de referencia para optar a la convocatoria y ejecutar las operaciones en caso de resultar beneficiario.

La Fundación Santa María la Real actualiza a diario su página web: <https://www.lanzaderasconectaempleo.es/>

Medida 2.8.: Se han realizado campañas divulgativas en los medios, con el objeto de difundir a la ciudadanía los logros, avances y resultados de las acciones emprendidas, o de sensibilizar a la población. (Confederación Empresarial Española de la Economía Social, Cruz Roja Española, Fundación Mujeres, Fundación ONCE, Cáritas, Fundación CEPAIM Acción Integral con Migrantes, Fundación Secretariado Gitano, Fundación Santa María la Real).

Todas las campañas de la Fundación Secretariado Gitano pueden consultarse en la web “Portal de Campañas”: www.sensibilizaciongitanos.org



Durante 2021 se ha dado continuidad a la campaña de empleo “Pan Para Mañana” que se ha complementado con una nueva campaña, “El reto de mañana”, lanzada en diciembre.

Confederación de Centros de Desarrollo Rural también ha publicado una nota de prensa donde recoge la infografía del balance del Programa.

COCEDER duplica en 2021 los datos del programa de inclusión social respecto al primer año

- El Programa Operativo de Inclusión Social y Economía Social (POISES), cofinanciado por el Fondo Social Europeo, pretende luchar contra la despoblación, dentro de su eje para promover la inclusión social y luchar contra la pobreza y cualquier forma de discriminación.
- COCEDER llevó a cabo 40 itinerarios integrados, con 1.139 participantes, y una tasa de empleabilidad del 24%, ya que 274 personas consiguieron un trabajo, cifras que suponen el doble que las obtenidas en 2020.
- 22 familias se asentaron en el medio rural que significan 66 nuevas personas pobladoras.

Valledolich, 22 de marzo de 2022

La Confederación de Centros de Desarrollo Rural (COCEDER) continuó en 2021 desarrollando distintos itinerarios integrados para luchar contra la despoblación rural dentro del Programa Operativo de Inclusión Social y Economía Social (POISES), consiguiendo superar los datos del año anterior. Así, se realizaron 40 proyectos en 22 territorios (44 provincias españolas, llegando a 400 municipios) con 1.139 personas participantes (793 mujeres y 346 hombres), lo que casi duplica la cifra de 2020 (564).

Además, se obtuvo una inserción laboral de un 24% y el asentamiento de 22 familias de nuevas personas pobladoras: 274 personas consiguieron un trabajo (185 mujeres y 89 hombres), más del doble de los 122 del año anterior.

Gracias a la plataforma de COCEDER voluntariado.org, que facilita el proceso de búsqueda de casas, tierras, negocios y ofertas de trabajo, 66 personas (41 adultos y 25 menores) se asentaron en el medio rural, y COCEDER y sus centros de desarrollo rural les acompañaron en este proceso, tanto con orientaciones laborales como sociales.

Cabe recordar que las formaciones desarrolladas dentro de los itinerarios del POISES están adaptadas a las necesidades territoriales y de la demanda de las personas participantes. En 2021 se atendieron a 482 personas (321 mujeres y 161 hombres) en situación o en riesgo de exclusión social, y cerca del 75% mejoraron su empleabilidad, cualificación e incluso encontraron un trabajo. El año pasado se notaron las consecuencias de haber sufrido una pandemia, con un aumento de personas en riesgo de exclusión social, que necesitaban una requalificación y una mejora de su empleabilidad, así como otras necesidades de conciliación (por ejemplo, becas de desplazamiento etc). Además del aumento de las personas, también crecieron los acciones formativas según las necesidades en los distintos territorios y se ha dado respuesta a los proyectos de vida que las personas querían desarrollar en el medio rural, también fruto del contexto social provocado por el Covid-19.

Los itinerarios integrados contra la despoblación rural forman parte del Programa

INFORME ANUAL POISES 2021
Programa Operativo de Inclusión Social y Economía Social

1.139 PARTICIPANTES:
793 mujeres y 346 hombres
Casi el doble respecto a 2020

40 PROYECTOS en 22 territorios
44 provincias españolas
400 municipios

24% INSERCIÓN LABORAL
274 personas: 185 mujeres y 89 hombres.
Más del doble respecto a 2020

El 75% de las personas participantes mejora su empleabilidad y cualificación.

ASENTAMIENTO DE 22 FAMILIAS Y UN TOTAL DE 66 NUEVAS PERSONAS POBLADORAS
41 adultos y 25 menores

“La inserción en POISES ha sido posible gracias a los Centros de Desarrollo Rural de COCEDER y otras entidades públicas y privadas”

Cruz Roja Española ha realizado campañas divulgativas principalmente en el marco de la operación Reto Social Empresarial. En todas ellas, aunque predomina un componente de divulgación, no están exentas de una intencionalidad de sensibilización a los destinatarios, principalmente empresas, para su implicación en la incorporación de las personas en dificultad social en el mercado de trabajo.

Destaca la **Campaña “AhoraSoy+”**, desarrollada en el marco de la Operación Apoyo+45 para favorecer la inserción laboral de las personas de más edad con dificultades para reincorporarse al empleo por motivos de edad.



También han mantenido la campaña **“El balance más positivo”** que busca una mayor corresponsabilidad, especialmente de las empresas, en la puesta en marcha de medidas que reviertan la situación de desigualdad entre mujeres y hombres.

Otra campaña destacada es la iniciativa **#Escribimoselfuturo** en la que las empresas que incorporan a sus plantillas participantes de las iniciativas de inserción de Cruz Roja Española reciben un bolígrafo con el que simbólicamente escriben un nuevo futuro tanto para la persona que accede al empleo como para la empresa que avanza en su compromiso con el desarrollo de su entorno más cercano. En 2021, 119 empresas escribieron un nuevo futuro.



En total ha realizado 64 acciones de difusión como noticias en prensa escrita y digital, faldones de prensa, entrevistas, inserción de banners publicitarios, cuñas de radio, notas de prensa, como por ejemplo la entrevista en Radio Segovia o artículos en prensa escrita sobre iniciativas de inserción laboral, o 15 noticias en Redes Sociales sobre el Acto de reconocimiento a empresas, etc.

También ha realizado 19 publicaciones: Trípticos, Dípticos, vídeos, folletos, infografías, etc.

Fundación Santa María la Real destaca la publicación de 1.832 noticias en prensa escrita y digital, tras el envío de notas de prensa por parte de su Gabinete de comunicación y la grabación, montaje y difusión de 6 vídeos con testimonios de participantes de las Lanzaderas Conecta Empleo.

También Confederación Empresarial Española de la Economía Social ha generado 156 impactos en medios de comunicación recogidos a través de E-Prensa, Kantar Media, Internet y remitidos directamente por los medios de comunicación. La Audiencia a la que han llegado se calcula en 47.572.566 personas. Se distribuyeron 2 notas de prensa a medios y 2 teletipos:

- el 29 de marzo de 2021: [CEPES aprueba 99 proyectos cofinanciados por el Fondo Social Europeo con los que se crearán 3.329 empleos y 1.154 empresas de Economía Social](#)
- el 7 de mayo de 2021: [CEPES aprueba 23 nuevos proyectos y amplía la dotación de otros 30 por valor de 3.076.892 euros de Fondo Social Europeo para el fomento de la inclusión socio laboral de personas en situación de vulnerabilidad](#)



Medida 2.9.: La UAFSE celebró una Campaña de difusión sobre el Fondo Social Europeo con motivo de la conmemoración del día de Europa, bajo el lema: “Homenaje a una ciudadanía heroica. El FSE te respalda”: <https://www.mites.gob.es/uafse/es/noticias/dia-europa-2021/index.htm>

Medida 2.10.: Se ha utilizado a los medios de comunicación para informar sobre actividades desarrolladas en el marco del Programa Operativo, como convocatorias, jornadas, encuentros, cursos, talleres, etc., con la elaboración de notas de prensa. (Confederación Empresarial Española de la Economía Social, Fundación Bancaria “La Caixa”, Fundación ONCE, Instituto de las Mujeres -Ministerio de Igualdad-, Fundación Acción Contra el Hambre, Fundación CEPAIM Acción Integral con Migrantes, Cruz Roja Española, Fundación Secretariado Gitano, Fundación Santa María la Real).

La Fundación Acción Contra el Hambre ha realizado 20 soportes publicitarios, entre los que destacan creatividades, campañas de redes sociales, faldones de páginas web, material gráfico, cartelería, folletos, diseño de banners, etc. y 31 publicaciones.

Fundación Bancaria “La Caixa” ha difundido un comunicado de prensa a nivel nacional y 29 comunicados de prensa a nivel provincial, todos ellos relacionados con la actividad de la convocatoria Más Empleo.

Fundación Secretariado Gitano ha celebrado conferencias, encuentros, seminarios, charlas, ponencias informativas y acogida de visitas, con el objetivo de informar y transferir un conjunto de principios, metodologías y herramientas de trabajo con población gitana en materia de empleo. Durante gran parte del año 2021 estas acciones fueron realizadas en formatos online debido a la pandemia.



Además, ha seguido impulsando el “Canal Radio” de la web con la inclusión de numerosas entrevistas:

https://www.gitanos.org/centro_documentacion/publicaciones/canalradio.html.es

También ha celebrado **workshops-talleres con jóvenes gitanos** para trabajar aspectos de la mejora de las acciones de formación y empleo (proyecto “Un paso más”).

Ha realizado además acciones de sensibilización en redes sociales como la continuidad de la campaña #YoSoyDelMercadillo de apoyo a la venta ambulante (paralizada por el confinamiento) de la que viven un alto porcentaje de familias gitanas en España; acciones de difusión del programa MercaEmprende; y otras acciones de sensibilización e incidencia política hacia los poderes públicos.

La Fundación Santa María la Real destaca la edición de 60 Carteles de Lanzaderas Conecta Empleo (uno por cada Lanzadera).

El Instituto de las Mujeres -Ministerio de Igualdad- destaca numerosos actos de difusión relacionados con los programas ADA y DIANA, así como Seminarios sobre Mujeres y Tecnologías. La exhibición “**Exposiciones itinerantes**”, desarrollada en distintas ciudades de España, se ha difundido a través de páginas web y de redes sociales.

Para los proyectos relacionados con la **Igualdad en la Empresa** se emplea la web temática <http://www.igualdadenaempresa.es>, que en sí misma, es un medio de difusión y tiene registradas 815.875 visitas.

También destaca las numerosas publicaciones que ha realizado en 2021 como el **Boletín Igualdad en el Empleo (BIE)** que se ha difundido a más de 6.900 correos electrónicos; así como la celebración de dos jornadas, una en formato virtual (Zoom) y otra en virtual (streaming) y presencial; ha publicado 309 noticias y dispone de una cuenta de Twitter, @IgualdadEmpresa, que cuenta con 1.697 seguidores/as. a través de la cual se han publicado un total de 120 tuits.

Medida 2.11.: Fundación Acción Contra el Hambre, Cáritas, Secretaría de Estado de Migraciones -Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones-, Instituto de las Mujeres -Ministerio de Igualdad-, Instituto de Mayores y Servicios Sociales -IMSERSO, Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones- Fundación Mujeres, Fundación ONCE, Fundación Secretariado Gitano, Fundación CEPAIM Acción Integral con Migrantes, Confederación Empresarial Española de la Economía Social, Cruz Roja Española han organizado seminarios, jornadas y conferencias para dar a conocer actividades concretas del Programa Operativo.

Cruz Roja Española ha desarrollado encuentros, tanto presenciales como virtuales, enfocados a reconocer la colaboración y la implicación de las empresas en la operación Reto Social Empresarial.



Fundación ONCE ha organizado la Visita del Comisario Europeo de Empleo y Asuntos Sociales.

El Instituto de las Mujeres -Ministerio de Igualdad- ha realizado multitud de seminarios, jornadas y talleres para desarrollar actividades concretas del Programa Operativo. También destacan las publicaciones y las exposiciones que de forma periódica se organizan en el marco del Programa Operativo de Inclusión Social y de la Economía Social FSE 2014-2020.

www.escuelavirtualigualdad.es

<http://www.inmujer.gob.es/servRecursos/formacion/FormacionOnline.htm>

www.formaciondesafiomujerrural.es





Enlaces a los videos de las tres sesiones:

<https://bit.ly/3ubB3r1>

<https://bit.ly/3gaBycC>

<https://bit.ly/3ufF0ey>



La Fundación Acción Contra el Hambre ha destacado 23 actos públicos y 18 acciones de difusión, la mayoría de ellas, notas de prensa, publicidad en radio, campañas de captación de beneficiarios, etc.



Fundación Secretariado Gitano ha dado continuidad a las acciones de difusión y evaluación de los #20AñosAcceder. Estas acciones, que se prolongarán durante 2022, tuvieron su colofón en 2021 con un evento de presentación de la Evaluación de Resultados e Impacto del programa, una Exposición itinerante y el lanzamiento de la nueva campaña "El reto de mañana".

<https://www.gitanos.org/20anosacceder/>

<https://www.gitanos.org/actualidad/archivo/134660.html>

Fundación Santa María la Real ha realizado 26 videoconferencias con participantes de Lanzaderas Conecta Empleo, y representantes de las entidades público-privadas que colaboran en las Lanzaderas



Confederación Empresarial Española de la Economía Social ha celebrado dos webminars con las entidades beneficiarias para dar instrucciones de la gestión económica y la justificación de las operaciones y también para la gestión técnica y del reporte de datos a Confederación Empresarial Española de la Economía Social. Estos webminars se celebraron a través de la plataforma AULACEPES [Poises. Orientación para la ejecución y justificación de proyectos \(aulacepes.es\)](https://aulacepes.es). Ambos se han quedado grabados con el objetivo de que puedan ser consultados por las entidades beneficiarias. Asistieron 100 personas a cada uno de ellos.



Medida 2.12. Fundación CEPAIM Acción Integral con Migrantes, Cruz Roja Española, Fundación ONCE, Fundación Santa María la Real, Fundación Acción Contra el Hambre, 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.: Se han utilizado las redes sociales para comunicar y difundir actividades del Programa Operativo, como actuaciones formativas, encuentros, etc. (Confederación Empresarial Española de la Economía Social, Fundación ONCE, Fundación Mujeres, Fundación Secretariado Gitano, Fundación Santa María la Real, Fundación Acción Contra el Hambre, Cáritas, Fundación CEPAIM Acción Integral con Migrantes, Cruz Roja Española, Asociación Proyecto Hombre, Instituto de las Mujeres -Ministerio de Igualdad-).

La Confederación Empresarial Española de la Economía Social ha seguido potenciando los Hashtag #CEPESFSE y #CEPESPOISES con el fin de difundir las acciones de la Confederación Empresarial Española de la Economía Social como Organismo Intermedio y también para visibilizar los proyectos de las Entidades Beneficiarias. Se han elaborado 321 contenidos en redes sociales. En el caso de Twitter, se han publicado un total de 293 tuits del proyecto que han tenido un impacto potencial de al menos 899.900 impresiones y un alcance de 366.300 usuarios únicos. En el caso de LinkedIn se han llevado a cabo un total de 13 contenidos desde el perfil de la Confederación Empresarial Española de la Economía Social que han generado 2.676 impresiones y 141 reacciones. En Facebook se han hecho un total de 15 contenidos desde el perfil de la Confederación Empresarial Española de la Economía Social que han supuesto un total de 3.003 impresiones y 303 reacciones.

- Página de YouTube desde donde se difunden los principales audiovisuales producidos por la Fundación Secretariado Gitano, entre ellos los dedicados a los programas de empleo, educación e igualdad: <http://www.youtube.com/user/FSGitanos> En 2021 sumó 216.147 visualizaciones y cuenta con 5.000 suscriptores.
- Perfiles en LinkedIn, tanto específico del programa de empleo *Acceder* (<https://www.linkedin.com/company/programa-acceder>) como el corporativo de la Fundación Secretariado Gitano (<https://www.linkedin.com/company/fundación-secretariado-gitano>). El primero contó en 2021 con 2.000 seguidores y el segundo con 16.505 seguidores.
- Perfil de Instagram https://www.instagram.com/gitanos_org/. En 2021 contó con 9.588 seguidores.

Facebook y Twitter han sido las más utilizadas, aunque también se ha utilizado YouTube, LinkedIn, e Instagram.

En algunos casos se han creado hashtag como el de la Fundación CEPAIM Acción Integral con Migrantes #Soy365 o el del Instituto de las Mujeres -Ministerio de Igualdad- (#DiferenciaO #RompeLaBrecha).

El Instituto de las Mujeres cuenta con varios perfiles en redes sociales:

<https://twitter.com/InstMujeres> con 38.227 seguidores,

https://www.facebook.com/InstMujeres/?ref=py_c con más de 23.625 seguidores,



Medida 2.15.: Se han presentado propuestas de Buenas Prácticas por parte de la Confederación Empresarial Española de la Economía Social, Confederación de Centros de Desarrollo Rural, Cruz Roja Española, Fundación Acción Contra el Hambre, Fundación Mujeres, Fundación ONCE, Fundación Santa María la Real, Instituto de las Mujeres -Ministerio de Igualdad-.

Medida 2.16.: Todos insertan el emblema y el lema FSE en la documentación y material divulgativo, para que resalte el valor añadido del mismo y de la Unión Europea.

3. Coordinación

Medida 3.1.: Se han elaborado metodologías de trabajo y guías prácticas para la aplicación de la Estrategia de comunicación, o Instrucciones y Manuales de aplicación FSE 14-20 (Fundación Bancaria “La Caixa”, Secretaría de Estado de Migraciones -Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones-, Servicio Público de Empleo Estatal -Ministerio de Trabajo y Economía Social-). Confederación Empresarial Española de la Economía Social elaboró el Protocolo de comunicación, información y publicidad de las operaciones cofinanciadas por FSE, con las orientaciones e instrucciones específicas para dar cumplimiento a lo establecido en la Estrategia de Comunicación del Programa Operativo de Inclusión Social y de la Economía Social 2014-2020.



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 Bancaria “La Caixa”, Fundación ONCE, Fundación CEPAIM Acción Integral con Migrantes, Secretaría de Estado de Migraciones -Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones-, Instituto de Mayores y Servicios Sociales -IMSERSO, Ministerio de Derechos Sociales y Agenda 2030-).

La Confederación Empresarial Española de la Economía Social ha ido actualizando y mejorando los contenidos de la MICROSITE de la Confederación Empresarial Española de la Economía Social (<https://fse.cepes.es/>), que es el principal instrumento de comunicación y de gestión con las Entidades Beneficiarias.

Medida 3.3.: Desde la Autoridad de Gestión y algunos Organismos Intermedios y Beneficiarios se han dado instrucciones para facilitar el cumplimiento de las obligaciones en materia de información y comunicación.

Medida 3.4.: Se han convocado las redes GERIP e INFORM, que en 2021 absorbe a la red INIO, tanto por la Autoridad de Gestión como por la Comisión.

El Instituto de las Mujeres -Ministerio de Igualdad- ejerce la Secretaría de la Red de Política de Igualdad entre mujeres y hombres en los fondos comunitarios que es el principal foro de debate y análisis para mejorar la integración real y efectiva de la perspectiva de género en las intervenciones cofinanciadas por los Fondos Estructurales y de Inversión Europeos (FSE, FEDER, FEMP y FEADER) durante el período de programación 2014-2020.

Página web: <http://www.igualdadgenerofondoscomunitarios.es/index.php>



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.

Año 2022.

1. Transparencia

Medida 1.1.: Los Organismos y Beneficiarios directos de la Autoridad de Gestión han utilizado sus webs para dar a conocer los objetivos del Programa Operativo, con noticias en prensa, páginas web, redes sociales, ruedas de prensa, etc. (Fundación CEPAIM Acción Integral con Migrantes, Confederación Empresarial Española de la Economía Social, Fundación Bancaria “La Caixa”, Fundación ONCE, Fundación Secretariado Gitano, Fundación Mujeres, Fundación Santa María la Real, Instituto de las Mujeres -Ministerio de Igualdad-, Instituto de Mayores y Servicios Sociales -IMSERSO, Ministerio de Derechos Sociales y Agenda 2030-, Secretaría de Estado de Migraciones -Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones-, Servicio Público de Empleo Estatal -Ministerio de Trabajo y Economía Social-, Cáritas, Fundación Acción Contra el Hambre, Entidad Estatal de Derecho Público Trabajo Penitenciario y Formación para el Empleo -Ministerio del Interior-).

<http://365.cepaim.org/> Practica la Igualdad (cepaim.org)

[Mas Adelante | Fundación Cepaim](#)

[Portal FSE de CEPES](#)

<https://www.coceder.org/el-ano-pasado-128-familias-se-asetaron-en-el-mundo-rural-gracias-el-programa-de-despoblacion-de-coceder/>

<https://fundacionlacaixa.org/es/fondo-social-europeo-convocatoria-mas-empleo>

<http://www.oatpfe.es/>

<https://www.sepe.es/HomeSepe/empresas/informacion-para-empresas/financiacion-fondo-social-europeo.html>

<http://www.fundacionmujeres.es>

<http://www.gitanos.org> (contó con 1.016.583 visitas a páginas y 242.754 visitantes únicos en 2022)

www.inmujeres.gob.es

www.lanzaderasconectaempleo.es

<https://www.accioncontraelhambre.org/es/vivesaprende>

<https://imserso.es/web/imserso>

Medida 1.2.: La mayoría ha facilitado información sobre la publicación e inicio de convocatorias de ayuda, mediante la publicación en los correspondientes Boletines Oficiales, web, redes sociales, anuncios en prensa, boletines electrónicos, etc. (Fundación Acción Contra el Hambre, Cáritas, Confederación Empresarial Española de la Economía Social, Secretaría de Estado de Migraciones -Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones-, Fundación ONCE, Fundación CEPAIM Acción Integral con Migrantes, Fundación Secretariado Gitano, Fundación Santa María la Real, Asociación Proyecto Hombre, Instituto de las Mujeres -Ministerio de Igualdad-).

La Confederación Empresarial Española de la Economía Social ha elaborado productos de difusión de los resultados de la Convocatoria activa (2020-2023). Para ello, se han elaborado varios productos, todos disponibles en la WEB de la Confederación Empresarial Española de la Economía Social: (Informe de resultados, Tríptico resumen de los resultados y 4 infografías que permiten la difusión de resultados en redes sociales). También ha elaborado un vídeo con los resultados previstos de las 7 convocatorias publicadas por la Confederación Empresarial Española de la Economía Social desde el 2016 al 2023.

[Informe Resultados Convocatorias 2018-2020.pdf \(cepes.es\)](#),



La Fundación Secretariado Gitano cuenta con un boletín interno semanal *El Secre* del que se difundieron 52 números en 2022 a 1.252 seguidores, con contenidos relacionados con la metodología y las iniciativas de formación profesional y empleo, educación, igualdad, etc. y con el boletín mensual “Los gitanos en la prensa”, con 3.804 suscriptores en 2022, que recoge una selección de recortes de prensa escrita agrupados por materias, entre ellas, las de Empleo y Formación profesional, Educación e Igualdad (http://www.gitanos.org/boletines/gitanos_en_la_prensa). Las novedades informativas se difunden a través del boletín o newsletter quincenal *Gitanos.org* del que se difundieron 23 números en el año 2022 a 4.855 suscriptores (www.gitanos.org/boletines/newsletter_gitanos_org).

El Instituto de la Mujeres -Ministerio de Igualdad- facilita información sobre las convocatorias de ayudas mediante el procedimiento administrativo de publicación de actos por parte de la Administración en el BOE y en la Base de Datos Nacional de Subvenciones y se da difusión de las mismas principalmente a través de su página web en la que se dispone de un buscador al efecto.



En todas las convocatorias de ayudas y/o licitaciones y en las resoluciones y/o adjudicaciones de actuaciones que vayan a ser cofinanciadas, se incluye un párrafo en el que se determina que el proyecto podrá estar cofinanciado por el Fondo Social Europeo.

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, informar al público sobre la ayuda obtenida, así como los requisitos establecidos en el Reglamento (UE) nº 1303/2013. (Fundación Bancaria “La Caixa”, Secretaría de Estado de Migraciones -Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones-, Fundación ONCE).

Medida 1.4.: La Autoridad de Gestión y algunos Organismos Intermedios (Secretaría de Estado de Migraciones -Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones-, Fundación Bancaria “La Caixa”, Confederación Empresarial Española de la Economía Social, Fundación ONCE, Instituto de las Mujeres -Ministerio de Igualdad-, Servicio Público de Empleo Estatal -Ministerio de Trabajo y Economía Social-) han facilitado herramientas a los beneficiarios para el cumplimiento de las obligaciones en materia de información y comunicación, mediante el asesoramiento para el adecuado cumplimiento de los requisitos exigidos.

Fundación Bancaria “La Caixa” por ejemplo, destaca la publicación del Manual de aplicación y Convivencia de Identidad Corporativa y de la Guía de Entidades Beneficiarias en la aplicación de gestión del programa; la publicación del logo del FSE para su utilización por parte de las entidades beneficiarias; así como la publicación de las Bases de la Convocatoria, la Guía de entidades beneficiarias y la Guía para la Justificación de las operaciones, que incluyen obligaciones de comunicación y difusión.

Medida 1.5.: Algunos Organismos Intermedios como Secretaría de Estado de Migraciones - Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones-, Fundación ONCE, Instituto de las Mujeres -Ministerio de Igualdad-, han descrito los procedimientos utilizados para seleccionar operaciones de financiación y los plazos correspondientes.

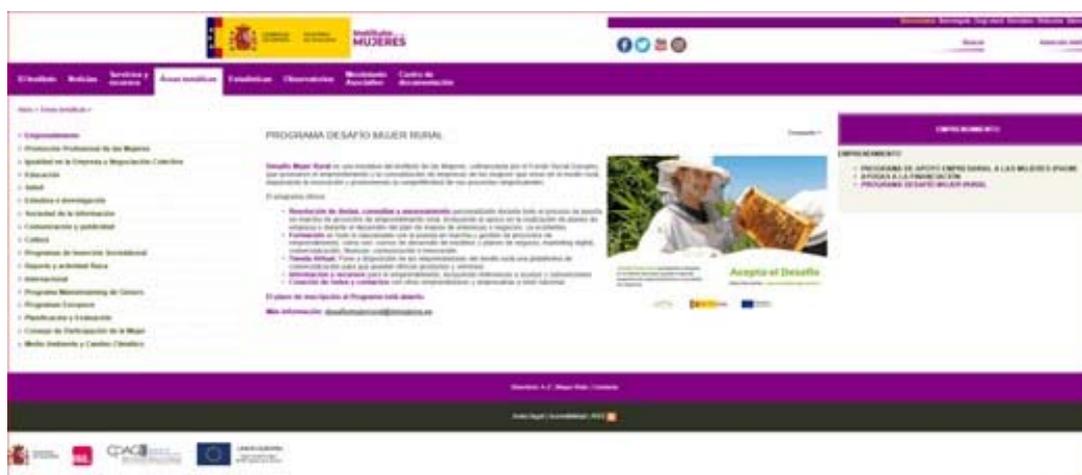
El Instituto de las Mujeres -Ministerio de Igualdad- remite el Manual de Procedimiento Interno del Instituto de las Mujeres, en su versión de 23 de marzo de 2022 a todas sus unidades beneficiarias a fin de garantizar la información y la publicidad de las acciones cofinanciadas por el FSE para que se cumplan los requisitos que, en esta materia, ha establecido la normativa nacional y comunitaria.

La petición de cofinanciación de un proyecto por parte de una unidad gestora del Instituto de las Mujeres -Ministerio de Igualdad- se formaliza mediante la cumplimentación del Anexo A o “Solicitud de Financiación”, con el que se establece un procedimiento para verificar si el proyecto cumple con los Criterios de Selección Obligatorios de Operaciones.

Medida 1.6.: La Autoridad de Gestión, a través del portal único, ha puesto a disposición de los beneficiarios potenciales los contactos a nivel nacional, regional o local que puedan facilitar información sobre el Programa Operativo.

<https://www.mites.gob.es/uafse/es/portal-unico/poises/index.htm>

Otros organismos también recogen los datos de contacto de las personas que puedan facilitar información sobre las actuaciones realizadas en el ámbito del Programa Operativo de Inclusión Social y de la Economía Social 2014-2020, como por ejemplo el Instituto de las Mujeres - Ministerio de Igualdad- en el proyecto Desafío Mujer Rural:



Medida 1.7.: Se ha informado sobre las obligaciones que se adquieren en materia de información y comunicación al ser beneficiario (Confederación Empresarial Española de la Economía Social, Fundación Bancaria “La Caixa” Fundación ONCE, Instituto de las Mujeres - Ministerio de Igualdad-, Secretaría de Estado de Migraciones -Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones-).

Medida 1.8.: Algunos han informado a los beneficiarios de que la aceptación de la financiación implica la aceptación de su inclusión en la lista de beneficiarios (Instituto de las Mujeres - Ministerio de Igualdad-).

Medida 1.9.: Con el sistema de recogida de indicadores se lleva a cabo el seguimiento de las medidas de información y comunicación.

M 1.12.: La Autoridad de Gestión y algunos Organismos Intermedios han difundido información relativa a las medidas de control y lucha contra el fraude. El Instituto de las Mujeres (Ministerio de Igualdad) remite, además, a los beneficiarios, la matriz de riesgos ex post a fin de que sea cumplimentada una vez ejecutado cada proyecto y, asimismo, elabora diferentes matrices de riesgos ex post por cada presentación a cofinanciación llevada a cabo en la aplicación FSE14-20. Además, aprobó el Código Ético y de Buena Conducta del Instituto de las Mujeres (Ministerio de Igualdad), en el que se establecen los valores y principios éticos que han de presidir la actuación de las personas del organismo para asegurar que su trabajo se lleva a cabo conforme a unas pautas éticas y de integridad, que garanticen asimismo la buena gestión de los fondos. Además, la Directora del Instituto de las Mujeres -Ministerio de Igualdad- realizó una Declaración Institucional en materia Antifraude a fin de garantizar la política de tolerancia cero de este Organismo frente al fraude y la corrupción.

2. Concienciación

Medida 2.1.: Algunos Organismos Intermedios y Beneficiarios han organizado actos de difusión importantes en los que se ha dado publicidad al lanzamiento del Programa Operativo.

Medida 2.2.: La Autoridad de Gestión ha convocado al Comité de Seguimiento del Programa Operativo y los Encuentros Anuales en el que se ha dado a conocer los avances del Programa, así como su Estrategia de Comunicación.

Medida 2.3.: El emblema de la Unión Europea está expuesto en las instalaciones de la AG. La bandera de la UE permanece izada de manera permanente delante de su sede durante todo el año. También algunos Organismos Intermedios y Beneficiarios (Secretaría de Estado de Migraciones -Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones-, Fundación Bancaria “La Caixa”, Fundación ONCE, Confederación Empresarial Española de la Economía Social, Fundación CEPAIM Acción Integral con Migrantes, Asociación Proyecto Hombre) tienen una placa a la entrada de su sede con el emblema.

Medidas 2.4 y 2.5.: La Autoridad de Gestión ha elaborado una publicación electrónica con la lista de operaciones del Programa Operativo que se ha publicado en la web:

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

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

<http://www.mites.gov.es/uafse/es/portal-unico/poises/index.htm>

<http://www.mites.gov.es/uafse/es/po-completo/poises/index.htm>

<http://www.mites.gov.es/uafse/es/properativos/poises/index.htm>

Medida 2.7.: En las páginas web de los Organismos Intermedios y Beneficiarios se ofrece toda la información necesaria para facilitar la accesibilidad al Programa Operativo. (Secretaría de Estado de Migraciones -Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones-, Fundación Bancaria “La Caixa”, Fundación ONCE, Fundación Secretariado Gitano, Fundación Santa María la Real, Instituto de las Mujeres -Ministerio de Igualdad-, Cáritas).

El Instituto de las Mujeres -Ministerio de Igualdad-, a través de su página web www.inmujer.gov.es, incorpora dentro de las áreas temáticas un apartado sobre Programas Europeos donde se especifica la función que asume como Organismo Intermedio en el Programa Operativo de Inclusión Social y de la Economía Social 2014-2020. Este apartado incluye información correspondiente a todas las actuaciones que lleva a cabo en el ámbito del Programa Operativo con la cofinanciación del FSE. Además, la web permite acceder a todas las convocatorias, resoluciones, concesiones, concursos públicos, y actuaciones concretas dirigidas a los participantes (por ejemplo, seminarios, jornadas o talleres a realizar en cada programa).

<http://www.inmujer.gov.es/areasTematicas/SocInfo/Home.htm>



La Fundación Bancaria “La Caixa” publica en su página web un apartado informativo del FSE y otro específico de Más Empleo, con la información relevante de la convocatoria, acceso a la web de solicitudes, y toda la documentación de referencia para optar a la convocatoria y ejecutar las operaciones en caso de resultar beneficiario.

volveralpueblo.org de la Confederación de Centros de Desarrollo Rural cuenta en la actualidad con más de 820 recursos disponibles: terrenos, ofertas de empleo y de negocios y 530 viviendas.

La Fundación Santa María la Real actualiza a diario su página web: <https://www.lanzaderasconectaempleo.es/>

Medida 2.8.: Se han realizado campañas divulgativas en los medios con el objeto de difundir a la ciudadanía los logros, avances y resultados de las acciones emprendidas, o de sensibilizar a la población. (Confederación Empresarial Española de la Economía Social, Confederación de Centros de Desarrollo Rural, Cruz Roja Española, Fundación Mujeres, Fundación ONCE, CÁRITAS, Fundación CEPAIM Acción Integral con Migrantes, Fundación Secretariado Gitano, Fundación Santa María la Real).

La Fundación CEPAIM Acción Integral con Migrantes ha realizado 133 acciones de difusión, entre las que destacan los vídeos promocionales de sus programas, cortos-documentales, y alguna campaña en radio: <https://www.canalsur.es/multimedia.html?id=1908985>

La Confederación Empresarial Española de la Economía Social ha elaborado un protocolo de Comunicación que ha permitido mejorar la difusión de los proyectos y fortalecer el uso de los dos Hashtag que la Confederación Empresarial Española de la Economía Social lleva usando desde hace tiempo #CEPESPOISES y #CEPEFSE. EL objetivo ha sido multiplicar el impacto en redes Sociales y se ha acompañado a las Entidades Beneficiarias en sus comunicaciones.

Todas las campañas de la Fundación Secretariado Gitano pueden consultarse en la web “Portal de Campañas”: www.sensibilizaciongitanos.org



Durante 2022 la Fundación Secretariado Gitano ha dado continuidad a la campaña de empleo “El reto de mañana” y ha lanzado la nueva campaña “Chabolista.es” para sensibilizar sobre la erradicación del chabolismo.

También se ha dado continuidad a las acciones de difusión y evaluación de los #20AñosAcceder.

La Confederación de Centros de Desarrollo Rural también ha publicado una nota de prensa donde recoge el balance del programa de despoblación con el que el año pasado 128 familias se asentaron en el mundo rural; 295 personas se fueron a vivir al medio rural en 2022 con el asesoramiento de la Confederación de Centros de Desarrollo Rural, sus centros de desarrollo rural y entidades colaboradoras.



El año pasado 128 familias se asentaron en el mundo rural gracias el programa de despoblación de COCEDER

NOTA DE PRENSA

- 295 personas (181 adultos y 114 menores) se fueron a vivir al medio rural en 2022 con el asesoramiento de COCEDER, sus centros de desarrollo rural y entidades colaboradoras.
- La plataforma volveralpueblo.org cuenta en la actualidad con más de 820 recursos disponibles: terrenos, ofertas de empleo y de negocios y 530 viviendas.
- El Ministerio de Derechos Sociales y Agenda 2030 financia el programa de sensibilización y concienciación sobre la despoblación y la necesidad de emprendimiento en el medio rural y el Servicio integral de apoyo y asesoramiento y fijación de nuevas personas pobladoras en el medio rural.

La Confederación de Centros de Desarrollo Rural (COCEDER) sigue llevando a cabo los programas contra la despoblación rural, financiados por el Ministerio de Derechos Sociales y Agenda 2030, y el año pasado consiguió la cifra récord de que 128 familias y 295 personas (181 adultos y 114 menores), se asentaron en el medio rural, lo que supone el 60% del total de establecimientos. Esto fue debido gracias a la plataforma de COCEDER volveralpueblo.org, que facilita el proceso de búsqueda de casas, tierras, negocios y ofertas de trabajo, y al acompañamiento y asesoramiento sociolaboral que realizan nuestros centros de desarrollo rural, que ejercen de intermediarios de forma gratuita entre las personas interesadas en ir a vivir a un pueblo y los recursos disponibles.

El año pasado 87 personas se fueron a vivir a pueblos de Castilla y León, 64 al medio rural gallego y 48 al asturiano. Después de estas zonas, los asentamientos se han producido en Aragón, Cantabria y Castilla-La Mancha. Así, 25 familias se establecieron gracias al apoyo y asesoramiento de COCEDER en 2022; 18 con la intermediación del CDR Almancor y otras 18 gracias al CDR O Viso.

Para la ejecución de este programa se desarrollan actividades con el objetivo de luchar contra la despoblación y favorecer la fijación y el asentamiento de personas pobladoras y emprendedoras al medio rural. Por lo que se llevan a cabo itinerarios de inserción sociolaboral, actividades de sensibilización a la población sobre la despoblación, fomento y la liberación de viviendas para el alquiler, actuaciones de trabajo en red con ayuntamientos, acompañamiento en la búsqueda de posibilidades laborales, y actividades de captación de nuevas personas pobladoras y de recursos de los territorios, así como de acogida y bienvenida.

En 2018 COCEDER lanzó la página web www.volveralpueblo.org en la que se publicitan casas, tierras, trabajos y negocios que se alquilan, traspasan y/o venden, en el medio rural para nuevas personas pobladoras, en la que en este tiempo hemos

Cruz Roja Española ha realizado campañas divulgativas principalmente en el marco de la operación Reto Social Empresarial. En todas ellas, aunque predomina un componente de divulgación, no están exentas de una intencionalidad de sensibilización a los destinatarios, principalmente empresas, para su implicación en la incorporación de las personas en dificultad social en el mercado de trabajo.

Destaca la Campaña “AhoraSoy+”, desarrollada en el marco de la Operación Apoyo+45 para favorecer la inserción laboral de las personas de más edad con dificultades para reincorporarse al empleo por motivos de edad.



La Fundación Santa María la Real destaca la publicación de 1.395 noticias sobre GPS- Lanzaderas Conecta Empleo en prensa escrita y digital, tras el envío de notas de prensa; 98 noticias subidas a la web de GPS- Lanzaderas Conecta Empleo; 98 publicaciones de GPS-Lanzaderas Conecta Empleo en redes sociales del Área de Empleo (con más de 100 seguidores); 13 noticias sobre REN (Rural Employability Network) en prensa escrita y digital; 5 noticias sobre REN colgadas en la web del Área de Empleo; 10 publicaciones de REN en redes sociales (con más de 100 seguidores); 83 noticias sobre EmpleArte publicadas en prensa escrita y digital tras el envío de notas de prensa; 13 noticias de EmpleArte publicadas en la web (www.areaempleofsmr.es) y en la web del proyecto EmpleArte; 13 publicaciones de EmpleArte en redes sociales (con más de 100 seguidores); 201 noticias sobre Entrena Empleo publicadas en prensa escrita y digital tras envío de notas de prensa; 12 noticias de Entrena Empleo (www.areaempleofsmr.es) y en la web

del proyecto Entrena Empleo y 12 publicaciones de Entrena Empleo en redes sociales del Área de Empleo de la Fundación Santa María la Real (con más de 100 seguidores)

También la Confederación Empresarial Española de la Economía Social ha realizado acciones de comunicación que han generado 240 impactos en medios de comunicación en relación con el Programa Operativo de Inclusión Social y de la Economía Social 2014-2020. Estos impactos han supuesto una valoración económica de 1.085.368 euros. 199 impactos han sido en medios digitales y 41 en medios escritos.



Medida 2.9.: La UAFSE celebró una Campaña de difusión sobre el Fondo Social Europeo con motivo de la conmemoración del día de Europa, bajo el lema: "El Fondo Social Europeo a través de los Programas" [UAFSE - Unidad Administradora del Fondo Social Europeo. Día de Europa 2022 \(mit.es\)](https://mit.es)

Medida 2.10.: Se ha utilizado a los medios de comunicación para informar sobre actividades desarrolladas en el marco del Programa Operativo, como convocatorias, jornadas, encuentros, cursos, talleres, etc., con la elaboración de notas de prensa. (Confederación Empresarial Española de la Economía Social, Fundación Bancaria “La Caixa”, Fundación ONCE, Instituto de las Mujeres -Ministerio de Igualdad-, Fundación Acción Contra el Hambre, Fundación CEPAIM Acción Integral con Migrantes, Cruz Roja española, Fundación Secretariado Gitano, Fundación Santa María la Real).

La Confederación Empresarial Española de la Economía Social ha participado en la elaboración de 11 notas de prensa emitidas por entidades beneficiarias del programa, que lanzaron sus propias notas de prensa para comunicar sus respectivos proyectos.



La Fundación Bancaria “La Caixa” ha difundido un comunicado de prensa a nivel nacional y 29 comunicados de prensa a nivel provincial, todos ellos relacionados con la actividad de la convocatoria Más Empleo.

La Fundación Secretariado Gitano ha dado continuidad a las acciones de difusión y evaluación de los #20AñosAcceder y la campaña “El reto de mañana” con una importante repercusión en medios de comunicación autonómicos y locales, incluidos reportajes en varias televisiones.



<https://www.gitanos.org/20anosacceder/>

<https://www.gitanos.org/actualidad/archivo/135428.html>

Ha celebrado conferencias, encuentros, seminarios, charlas, ponencias informativas... y acogida de visitas, con el objetivo de informar y transferir un conjunto de principios, metodologías y herramientas de trabajo con población gitana en materia de empleo. Durante gran parte del año 2022 estas acciones fueron realizadas en formatos online debido a la pandemia. Además, En 2022 cabe destacar el impulso dado al “Canal Radio” de la web con la inclusión de entrevistas:

https://www.gitanos.org/centro_documentacion/publicaciones/canalradio.html.es

También ha difundido los servicios Promociona Digital, EmpleadoDigital y del Proyecto Piloto de Itinerarios de Inclusión para personas perceptoras del Ingreso Mínimo Vital y ha celebrado workshops-talleres con jóvenes gitanos para trabajar aspectos de la mejora de las acciones de formación y empleo (proyecto “Un paso más”).

La Fundación Santa María la Real destaca la edición de 136 Carteles de Lanzaderas Conecta Empleo, 24 de Entrena Empleo, 24 de Emplearte y 8 carteles de REN.



El Instituto de las Mujeres (Ministerio de Igualdad) destaca numerosos actos de difusión relacionados con el programa “Desafío Mujer Rural”; y con la convocatoria del curso Marketing y Comunicación. La exhibición “Exposiciones itinerantes”, desarrollada en distintas ciudades de España, se ha difundido a través de páginas web y de redes sociales.

En el marco del proyecto “Programa de Tratamiento, catalogación y graduación DIE (2019-2021)” han celebrado dos jornadas técnicas en el año 2022 para la gestión del procedimiento de concesión del distintivo “Igualdad en la Empresa” (DIE).



También destacan las numerosas publicaciones que ha realizado en 2022 como “Mujeres jóvenes y acoso en redes sociales”; “La sexualidad de las mujeres jóvenes en el contexto español. Percepciones subjetivas e impacto de la formación”; el Plan estratégico para la igualdad efectiva de mujeres y hombres 2022-2025 y el desplegable AULA INMUJERES 2022.

<https://www.inmujeres.gob.es/publicacioneselectronicas/documentacion/Documentos/DE1851.pdf>

<https://www.inmujeres.gob.es/publicacioneselectronicas/documentacion/Documentos/DE1824.pdf>

<https://www.inmujeres.gob.es/publicacioneselectronicas/documentacion/Documentos/DE1823.pdf>



Medida 2.11.: Fundación Acción Contra el Hambre, Cáritas, Secretaría de Estado de Migraciones -Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones-, Instituto de las Mujeres -Ministerio de Igualdad-, Instituto de Mayores y servicios Sociales -IMSERSO, Ministerio de Derechos Sociales y Agenda 2030-, Fundación Mujeres, Fundación ONCE, Fundación Secretariado Gitano, Fundación CEPAIM Acción Integral con Migrantes, Confederación Empresarial Española de la Economía Social, Cruz Roja Española han organizado seminarios, jornadas y conferencias para dar a conocer actividades concretas del Programa Operativo.

La Fundación CEPAIM Acción Integral con Migrantes ha organizado jornadas de presentación de resultados del Programa Más adelante en Teruel y Ceuta o la Presentación del videoclip 'La Carpeta' en la Universidad de Sevilla en octubre de 2022.



DIRIGIDO A

INSCRIPCIÓN



Desde Fundación Cepaim en Huelva, en colaboración con Acción Laboral Huelva, os invitamos a participar en este encuentro en el que contaremos con la presencia de Rocío Mateo Medina, Abogada, formadora y consultora en género quien nos acercará a conocer que es el acoso sexual y el acoso por razón de sexo, con la finalidad de identificar actitudes sexistas y prevenirlas en el ámbito laboral y dotarnos de herramientas para actuar.

¡Inscríbete!

+ Dirigido a

La Fundación ONCE ha realizado la difusión de podcast emprendimiento en la web de Emprendedores.

El Instituto de Mayores y Servicios Sociales -IMSERSO, Ministerio de Derechos Sociales y Agenda 2030- ha organizado actividades con motivo del Día Internacional de las Personas con Discapacidad; o por la Conmemoración del Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra la mujer. También ha participado en presentación de proyectos; firma de convenios; entrega de diplomas de cualificación profesional y de certificados de profesionalidad; y en el V Foro “Trabajando en Red ¿es posible un nuevo modelo de cuidado?”.

El Instituto de las Mujeres (Ministerio de Igualdad) ha realizado multitud de seminarios, jornadas y talleres para desarrollar actividades concretas del Programa Operativo. También destacan las publicaciones y las exposiciones que de forma periódica se organizan en el marco del Programa Operativo.

Hay que destacar la Escuela Virtual de Igualdad, plataforma web cuyo objetivo es sensibilizar a hombres y mujeres en el valor social de la igualdad como eje para el desarrollo social y con diferentes niveles de especialización. www.escuelavirtualigualdad.es En la anualidad 2022 se ha celebrado la 11ª edición, con un total de 16.434 participantes (12.727 mujeres y 3.707 hombres).

El “Servicio de desarrollo del Programa ADA” incluye talleres de iniciación a la tecnología en igualdad dirigidas al alumnado de centros escolares de todo el Estado, desarrollándose muchos de estos talleres en zonas rurales.

El “Servicio de desarrollo del Programa DIANA” incluye talleres de programación creativa en igualdad dirigida al alumnado y profesorado de centros escolares.

Finalmente, destacan los “Seminarios Mujeres y Tecnología, Jornadas Formativas dirigidas a Asociaciones de Mujeres y Población” o el del Seminario “Perspectivas feministas en la sociedad de la información”.



#InmujeresSeminariosTIC
Conversatorio en línea 2022
PERSPECTIVAS FEMINISTAS
EN LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN
3 de febrero de 2022 de 9:30 a 13:40 h.



9:30 a 9:50 h.
PRESENTACIÓN JORNADA
D^a. Antonia Morillas González
Directora del Instituto de las Mujeres.

9:50 a 10:00 h.
MESA 1: La desinformación como arma para el desempoderamiento de las mujeres.
D^a. Clara Grima
D^a. Rocío Santos Gil
D^a. Cristina Perales García

10:00 a 10:05 h.
PAUSA

10:05 a 10:30 h.
MESA 2: Medios de prevención y protección ante la desinformación en la sociedad actual.
D^a. Eulalia Alemany Ripoll
D^a. Simona Levi
D^a. M^a Ángeles Fernández

10:30 a 13:40 h.
CLAUSURA
Directora del Instituto de las Mujeres e quien la represente

Enviar preguntas a: inmujerseminariostic@gmail.com

MINISTERIO DE IGUALDAD **Instituto de las MUJERES** UNIÓN EUROPEA Fondo Social Europeo El FSE invierte en tu futuro

<https://www.youtube.com/watch?v=EBTTLbEVLjU>

Se ha desarrollado, además, una plataforma de formación específica para la impartición on-line de los cursos del programa: www.formaciondesafiomujerrural.es

<http://www.inmujer.gob.es/servRecursos/formacion/FormacionOnline.htm>



La Fundación Secretariado Gitano ha difundido la celebración de los “40 años de la Fundación Secretariado Gitano” a través de distintas piezas: identidad visual, carteles, vídeo, contenidos online

<https://www.gitanos.org/actualidad/archivo/136786.html>

La Fundación Santa María la Real ha realizado 32 videoconferencias con participantes de Lanzaderas Conecta Empleo; 16 encuentros presenciales con Lanzaderas Conecta Empleo y empresas; una

Feria Virtual de Empleabilidad de Lanzaderas Conecta Empleo; un Encuentro virtual participante de EmpleArte con Empresas; un Congreso Anual de REN (Rural Employability Network) en Madrid y un Evento final de Entrena Empleo para presentar resultados e investigación social.

La Confederación Empresarial Española de la Economía Social ha actualizado el Protocolo de Comunicación, Difusión y Publicidad que recogía las normas de uso para la correcta comunicación del programa por parte de las distintas entidades beneficiarias.

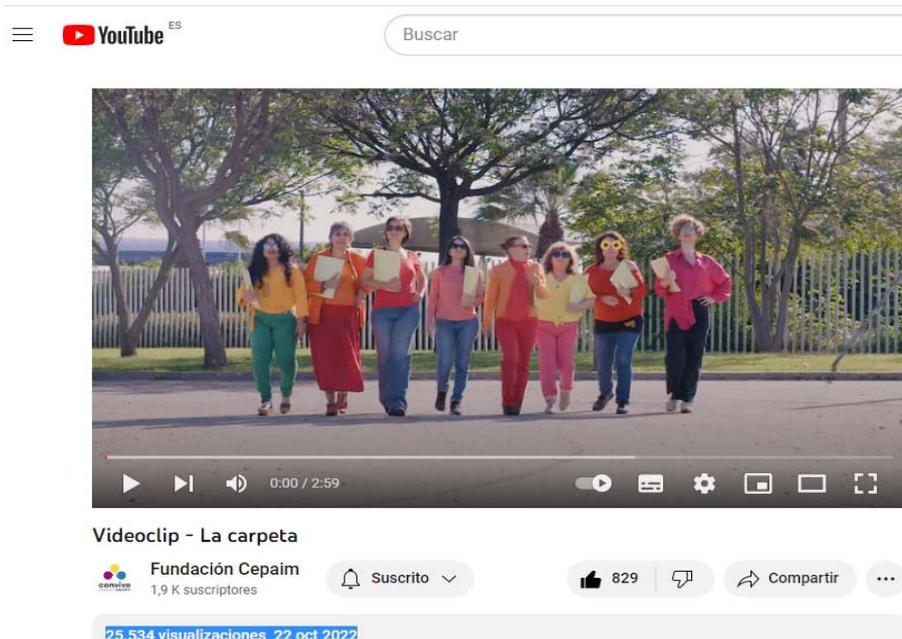
Medida 2.12.: Fundación CEPAIM Acción Integral con Migrantes, Cruz Roja Española, Fundación ONCE, Fundación Santa María la Real, Fundación Acción Contra el Hambre, han convocado ruedas de prensa para informar a la opinión pública sobre eventos concretos o para difundir determinadas actividades del Programa Operativo.

Medida 2.14.: Se han utilizado las redes sociales para comunicar y difundir actividades del Programa Operativo, como actuaciones formativas, encuentros, etc. (Confederación Empresarial Española de la Economía Social, Fundación ONCE, Fundación Mujeres, Fundación Secretariado Gitano, Fundación Santa María la Real, Fundación Acción Contra el Hambre,

Cáritas, Fundación CEPAIM Acción Integral con Migrantes, Cruz Roja Española, Asociación Proyecto Hombre, Instituto de las Mujeres -Ministerio de Igualdad-).

La Fundación CEPAIM Acción Integral con Migrantes ha realizado 133 publicaciones destacadas, la mayoría en redes sociales como YouTube, Twitter, Facebook y LinkedIn. Destaca el videoclip 'La Carpeta' con más de 25.534 visualizaciones en YouTube desde el 22 octubre de 2022 que se ha hecho viral en redes sociales.

Además, un documental homónimo recoge la experiencia de creación y grabación de la canción y los talleres del proyecto NEO50.



https://www.youtube.com/watch?v=GG_2NgecQrs

La Confederación Empresarial Española de la Economía Social ha seguido potenciando los Hashtag #CEPESFSE y #CEPESPOISES con el fin de difundir las acciones realizadas como Organismo Intermedio y también para visibilizar los proyectos de las Entidades Beneficiarias, con 926 contenidos en redes sociales, lo cual supone un incremento del 65,3 % respecto al 2021 en el que se elaboraron 321 contenidos. En el caso de Twitter, se han publicado un total de 913 tuits del proyecto que han tenido un impacto potencial de más de 2 millones y medio de impresiones y un alcance de 460.833 usuarios únicos. En cuanto a indicadores de engagement caben destacar cifras como 603 retuits y 1.417 Me Gusta. Además, se han publicado un total de 295 links e imágenes relacionadas con los distintos proyectos que se financian. En el caso de LinkedIn se han llevado a cabo un total de 4 contenidos desde el perfil de la Confederación Empresarial Española de la Economía Social que han generado 1.246 impresiones y 55 reacciones. En Facebook se han hecho un total de 7 contenidos desde el perfil de la Confederación Empresarial Española de la Economía Social que han supuesto un total de 1.583

usuarios alcanzados y 68 reacciones. En Instagram se hicieron 2 publicaciones que acumularon 291 usuarios alcanzados y 19 reacciones



Otros ejemplos:

<https://www.coceder.org/el-ano-pasado-128-familias-se-asentaron-en-el-mundo-rural-gracias-el-programa-de-despoblacion-de-coceder/>

<https://youtu.be/3lcO5AXymek>

<https://youtu.be/4qAeAqXEPUA>

En total, en las redes sociales estatales de la Fundación Secretariado Gitano, el incremento respecto al año anterior fue de unos 8.600 seguidores nuevos.

- La página de Facebook www.facebook.com/FundacionSecretariadoGitano. En 2022 alcanzó los 34.698 “Me gusta” (2.524 más con respecto al año anterior).
- La página o perfil de Twitter de la Fundación (con 16.362 16.986 seguidores en 2022, lo que supone 624 más que el año anterior): https://twitter.com/@gitanos_org
- Página de YouTube desde donde se difunden los principales audiovisuales producidos por la Fundación Secretariado Gitano, entre ellos los dedicados a los programas de empleo, educación e igualdad: <http://www.youtube.com/user/FSGitanos> En 2022 sumó 147.145 visualizaciones y cuenta con 5.270 suscriptores.
- Perfiles en LinkedIn, tanto específico del programa de empleo *Acceder* (<https://www.linkedin.com/company/programa-acceder>) como el corporativo de la Fundación Secretariado Gitano (<https://www.linkedin.com/company/fundación-secretariado-gitano>). El primero contó en 2022 con más de 2.000 seguidores y el segundo con 19.890 seguidores, 3.385 más.
- Perfil de Instagram https://www.instagram.com/gitanos_org/. En 2022 contó con 11.400 seguidores.

Facebook y Twitter han sido las más utilizadas, aunque también se ha utilizado YouTube, LinkedIn, e Instagram.

En algunos casos se han creado hashtag como el de la Fundación CEPAIM Acción Integral con Migrantes #Soy365, los de la Confederación Empresarial Española de la Economía Social: Hashtag #CEPESFSE y #CEPESPOISES o el del Instituto de las Mujeres (#Diferencia0 #RompeLaBrecha).

El Instituto de las Mujeres (Ministerio de Igualdad) cuenta con perfiles en Twitter <https://twitter.com/Instmujeres> con 41.649 seguidores, Facebook https://www.facebook.com/InstMujeres/?ref=py_c con más de 25.000 seguidores, Instagram: <https://instagram.instmujeres> con 23.300 seguidores y LinkedIn. En estas cuentas se difunden actuaciones cofinanciadas por el FSE.



Medida 2.15.: Se han presentado propuestas de Buenas Prácticas de Asociación Proyecto Hombre, Cáritas, Fundación CEPAIM Acción Integral con Migrantes, Confederación Empresarial Española de la Economía Social, Cruz Roja Española, Fundación Mujeres, Instituto de las Mujeres -Ministerio de Igualdad-.

Medida 2.16.: Todos insertan el emblema y el lema FSE en la documentación y material divulgativo, para que resalte el valor añadido del mismo y de la UE.

3. Coordinación

Medida 3.1.: Se han elaborado metodologías de trabajo y guías prácticas para la aplicación de la Estrategia de comunicación, o Instrucciones y Manuales de aplicación FSE 14-20 (Fundación Bancaria “La Caixa”, Secretaría de Estado de Migraciones -Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones-, Servicio Público de Empleo Estatal -Ministerio de Trabajo y Economía Social-).

La Confederación Empresarial Española de la Economía Social informa a todos los socios y su tejido asociativo, de los avances del Programa Operativo, así como de las actuaciones realizadas como Organismo intermedio. Durante la Asamblea General celebrada en mayo de 2022 se dedicó un capítulo a la Memoria de Gestión para informar de los datos de ejecución y resultados de las acciones de la Confederación Empresarial Española de la Economía Social como Organismo Intermedio. <https://www.cepes.es/files/docs/memoria-de-actividades-2021.pdf>.

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. (Confederación Empresarial Española de la Economía Social, Fundación Bancaria “La Caixa”, Fundación ONCE, Fundación CEPAIM Acción Integral con Migrantes, Secretaría de Estado de Migraciones -Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones-, Instituto de Mayores y Servicios Sociales -IMSERSO, Ministerio de Derechos Sociales y Agenda 2030-).

La Confederación Empresarial Española de la Economía Social ha ido actualizando y mejorando los contenidos de la MICROSITE de la Confederación Empresarial Española de la Economía Social (<https://fse.cepes.es/>), que es el principal instrumento de comunicación y de gestión con las Entidades Beneficiarias.

Medida 3.3.: Desde la Autoridad de Gestión y algunos Organismos Intermedios y Beneficiarios se han dado instrucciones para facilitar el cumplimiento de las obligaciones en materia de información y comunicación.

Medida 3.4.: Se han convocado las redes GERIP e INFORM, tanto por la Autoridad de Gestión como por la Comisión.

El Instituto de las Mujeres (Ministerios de Igualdad) ejerce la Secretaría de la Red de Política de Igualdad entre mujeres y hombres en los fondos comunitarios que es el principal foro de debate y análisis para mejorar la integración real y efectiva de la perspectiva de género en las intervenciones cofinanciadas por los Fondos Estructurales y de Inversión Europeos (FSE, FEDER, FEMP y FEADER) durante el período de programación 2014-2020.

Página web: <http://www.igualdadgenerofondoscomunitarios.es/index.php>



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 visto, anualidad a anualidad las acciones de información y comunicación de una forma descriptiva y cualitativa, donde se observa que todos los agentes implicados han contribuido la ejecución de la Estrategia de Comunicación del Programa Operativo de Inclusión Social y de la Economía Social FSE 2014-2020 con mayor o menor intensidad. Además, se aprecia

una importante labor de comunicación y de visibilización de las actuaciones realizadas en el marco del Programa Operativo de Inclusión Social y de la Economía Social FSE 2014-2020

También se procede a 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, la correspondiente al FSE es 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 Inclusión Social y de la Economía Social 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.

Asimismo, a lo largo de programación, se han presentado en los Comités de Seguimiento los siguientes casos de Buenas Prácticas:

- Campaña “Practica la igualdad, marca la diferencia”. #practicalaigualdad, dirigida a empresas y a los hombres en materia de corresponsabilidad. Fundación CEPAIM Acción integral con Migrantes.
- Campaña “CONTRATA SIN...”, dirigida a las empresas con el fin de promover la inserción de las personas en dificultad social. Cruz Roja Española.
- Lanzaderas de empleo. Fundación Santa María la Real.
- Campaña “Pasa del No al On”, destinada a fomentar el empleo de las mujeres con discapacidad. Fundación ONCE.
- E-Newsletter “Por el empleo y el emprendimiento, contra la exclusión sociolaboral”. Fundación Acción Contra el Hambre.
- Programa Sara. Motivación y acompañamiento a mujeres mayores de 45 años para su participación social y laboral. Instituto de las Mujeres. Ministerio de Igualdad.
- Desarrollo Programa Apoyo a la financiación de las mujeres emprendedoras. Instituto de las Mujeres. Ministerio de Igualdad.

- Desarrollo del enfoque de género / promoción igualdad de oportunidades a través de la comunicación. Fundación Acción Contra el Hambre.
- “Campaña SOY 365”. Fundación CEPAIM Acción Integral con Migrantes.
- Claveles por la igualdad. Una actividad de la campaña “Contrata sin género de dudas”. Cruz Roja Española.
- El Observatorio de Igualdad y Empleo. Fundación Mujeres.
- La Mujer en las Cooperativas Agroalimentarias. Instituto de las Mujeres. Ministerio de Igualdad.
- Programa ATENEA, formación TIC en el ámbito educativo. Instituto de las Mujeres. Ministerio de Igualdad.
- INNOVATIA. Instituto de las Mujeres. Ministerio de Igualdad.
- “Encuentra trabajo POR TALENTO. Fundación ONCE.
- Proyecto ADA. Desarrollo de actuaciones de formación TIC en el ámbito educativo. Instituto de las Mujeres. Ministerio de Igualdad.
- Proyecto de inserción sociolaboral para personas con problemas de adicción. INSOLA. Asociación Proyecto Hombre.
- Inclusión y +. Cruz Roja española, Cáritas y Fundación ONCE.
- Programa “Escuelas de Oficios Inclusivos”. Fundación Acción Contra el Hambre.
- “Desafío + 45” centrada en poner en valor las capacidades y el potencial profesional de las personas mayores de cuarenta y cinco años. Cruz Roja Española.
- “El balance más positivo” sobre medidas de conciliación y promoción de la igualdad de oportunidades en el mundo de la empresa. Cruz Roja Española.
- Campaña #Rompeamos la brecha, dirigida a informar y sensibilizar sobre las brechas de género en el mundo laboral. Fundación Mujeres.
- Campaña #Trabajaesunahistoria. Fundación ONCE.
- El Pupitre Gitano. Fundación Secretariado Gitano.
- Campaña “Lección Gitana”. Fundación Secretariado Gitano.
- MEDIMSOLA. Asociación Proyecto Hombre.
- Jornadas para inserción sociolaboral con personas con problemas de adicciones y/o otras situaciones de riesgo y/o exclusión social. Asociación Proyecto Hombre.
- Formación para la inserción socio laboral. Cáritas.

- Apoyo psicológico en los itinerarios de inserción. Fundación CEPAIM Acción Integral con Migrantes.
- Proyecto Coempresas. Confederación Empresarial Española de la Economía Social.
- Proyecto Antares: Creación tutorización y transformación de empresas. Confederación Empresarial Española de la Economía Social.
- INTEGRACOOOP- Castilla-La Mancha. Confederación Empresarial Española de la Economía Social.
- Innovación en el empleo inclusivo: nuevas metodologías y alianzas para mejorar la calidad del tránsito al empleo ordinario de personas en situación de riesgo de exclusión. Confederación Empresarial Española de la Economía Social.
- Innovación educativa. Confederación Empresarial Española de la Economía Social.
- Red Europea de Innovación por la Inclusión -Foro de Empleo y Emprendimiento inclusivos. Fundación Acción Contra el Hambre.
- Programa para el empoderamiento de mujeres para el empleo. Fundación Mujeres.
- DANA, empleo y emprendimiento en igualdad. Fundación Mujeres.
- Ayudas a proyectos de refuerzo de la empleabilidad de personas con discapacidad “Uno a Uno”. 2019. Fundación Capacis: “Aula Profesional: Formando para el futuro”. Fundación ONCE.
- Impulsa Tu Talento y Fortalece Tu Talento e Impulsa Tu Talento 4.0 y Fortalece Tu Talento 4.0. Fundación ONCE.
- Más Mujeres, mejores empresas y CV anónimo. Instituto de las Mujeres. Ministerio de Igualdad.
- Programa de Integración Socio-Laboral para Personas Inmigrantes. Entidad ACCEM. Secretaría de Estado de Migraciones. Ministerio de Inclusión. Seguridad Social y Migraciones.
- Reto Social Empresarial. Cruz Roja Española.
- Campaña #Tu TalentoTuEmprendimiento. Fundación Mujeres.
- Contrato Por Talento Fundación ONCE de la Semana.
- Feria virtual de Empleabilidad. Fundación Santa María la Real.
- Campaña de Sensibilización Social “Pan Para Mañana”. Fundación Secretariado Gitano.
- Aplicación principio igualdad de trato en FEIE 14-20. Instituto de las Mujeres. Ministerio de Igualdad.
- Innovadores mare Nostrum. Confederación Empresarial Española de la Economía Social.

- Itinerarios integrados para luchar contra la despoblación. Confederación de Centros de Desarrollo Rural.
- Vives emplea saludable. Fundación Acción Contra el Hambre.
- Escuela de verano para emprendedoras y empresarias. Fundación Mujeres.
- Entrena Empleo. Fundación Santa María la Real.
- Desafío Mujer Rural. Instituto de las Mujeres. Ministerio de Igualdad.
- Proyecto intergentes (ACROSS NATIONS). Asociación Proyecto Hombre.
- SOLEMCOR. Cáritas.
- Proyecto NEO 50. Estudio sobre la carga mental y emocional de los cuidados. Fundación CEPAIM Acción Integral con Migrantes.
- La Mare que VA. Confederación Empresarial Española de la Economía Social.
- Sistema de medición de la mejora del empoderamiento y la empleabilidad de mujeres en situación de vulnerabilidad. Fundación Mujeres.
- Tratamiento, catalogación y graduación DIE. Instituto de las Mujeres. Ministerio de Igualdad.
- Espacios de Intercambio de experiencia inspiradoras a favor de la inserción laboral: Jornadas de Cine. Cruz Roja Española.
- Diversificación profesional con formación a la carta. Cruz Roja Española.

En resumen, se observa que todas las medidas se han ejecutado o están a punto de ser finalizadas. No se ha podido realizar un análisis de los valores de los indicadores de realización y resultado al no haberse recogido de una forma periódica, como consecuencia de la excesiva carga de trabajo, reducido equipo dedicado a la comunicación y la no obligatoriedad de contabilizar dichos indicadores. Para intentar subsanar esta deficiencia en el análisis, se han revisado los informes que se han presentado en los Comités de Seguimiento, donde se puede apreciar una importante actividad de comunicación desde el Programa Operativo de Inclusión Social y de la Economía Social FSE 2014-2020

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 del Programa Operativo. 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.

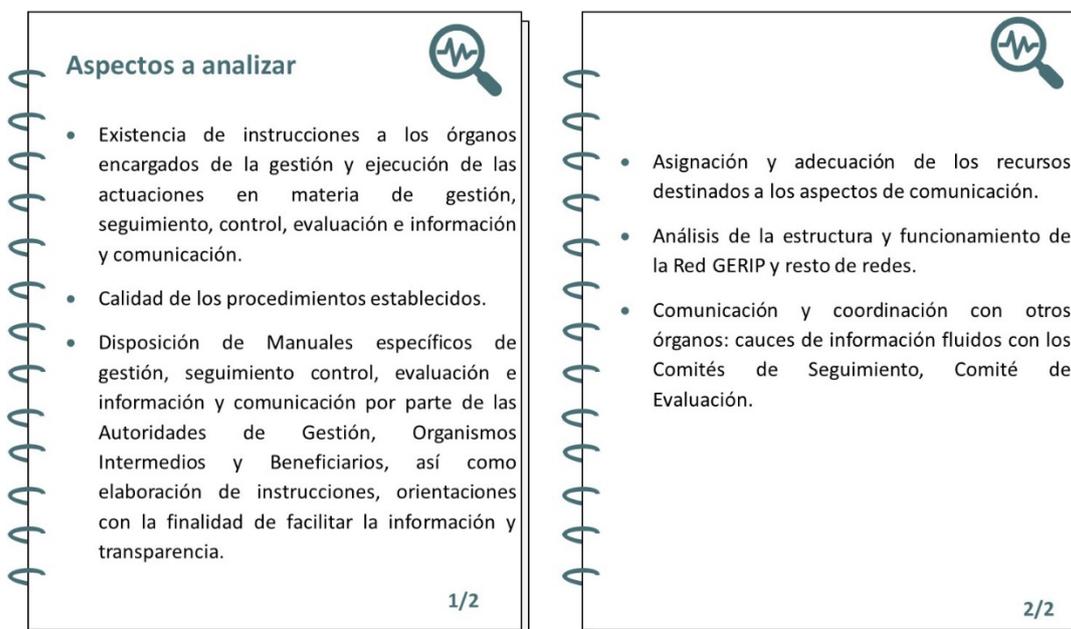
Por su parte, en los Informes Anuales de Ejecución de los años 2017 y 2019 se dio cumplimiento al epígrafe 12.2 Resultados de las medidas de información y publicidad de los Fondos aplicados conforme a la estrategia de comunicación.

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 7 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 práctica para la aplicación de la Estrategia de Comunicación. Fundación ONCE.
- Manual de aplicación FSE 14-20. Servicio Público de Empleo Estatal, Ministerio de Trabajo y Economía Social. Dirección General de Migraciones, Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones. Fundación Bancaria “La Caixa”.
- Protocolo de comunicación, información y publicidad de las operaciones cofinanciadas por FSE a través de Confederación Empresarial Española de la Economía Social, con las orientaciones e instrucciones específicas para dar cumplimiento a lo establecido en la Estrategia de Comunicación del Programa Operativo de Inclusión Social y de la Economía Social 2014-2020.

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 Inclusión Social y de la Economía Social 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 para acometer todas las obligaciones que se han establecido en el Reglamento de Disposiciones Comunes y aquellas que se han aprobado 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.

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 están 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 las redes 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 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.
- EURoma, Red Europea para la Inclusión Social de la Población Gitana. El objetivo fundamental de esta Red Europea es promover el uso de los Fondos Estructurales para garantizar la inclusión social de la Población Gitana. Asimismo, se busca desarrollar un enfoque común de trabajo y la creación de una plataforma de debate. De conformidad con este objetivo, se llevan a cabo dos líneas de trabajo: la transmisión y el intercambio de información, a través de la comunicación interna y externa y el aprendizaje mutuo, es decir, intercambio de enfoques y estrategias, la identificación y transferencia de experiencias, la creación de un foro para la organización y gestión de proyectos y la difusión de ese conocimiento.

- Red de Redes de Economía alternativa y solidaria (REAS), donde se busca la creación de unas estructuras económicas solidarias no excluyentes, no especulativas, donde la persona y el entorno sean el eje, el fin y no el medio para conseguir unas condiciones dignas para todas las personas.
- Red RETOS, que persigue articular, integrar e implementar distintas estrategias para el desarrollo de Territorios Socialmente Responsables, entendidos, éstos como un sistema territorial que conjuga el equilibrio entre los aspectos económicos, sociales, ambientales y culturales del modo de vida local, buscando conseguir una mejor calidad de vida para los habitantes locales y otros agentes implicados, a través de un enfoque de gobernanza participativa.

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 Inclusión Social y de la Economía Social 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 integrarla 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.

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.

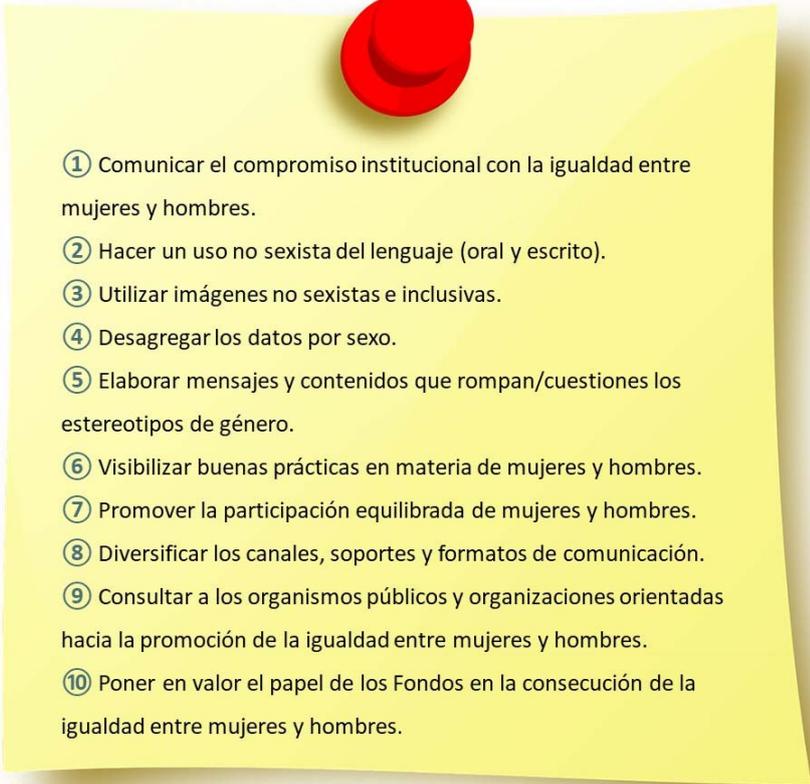
En conclusión, se puede apreciar la gran preocupación por parte de las Autoridades de Verificación y Control en cuanto a información y comunicación se refiere, teniendo la comunicación muy presente en su trabajo de verificación.

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

- 
- ① Comunicar el compromiso institucional con la igualdad entre mujeres y hombres.
 - ② Hacer un uso no sexista del lenguaje (oral y escrito).
 - ③ Utilizar imágenes no sexistas e inclusivas.
 - ④ Desagregar los datos por sexo.
 - ⑤ Elaborar mensajes y contenidos que rompan/cuestionen los estereotipos de género.
 - ⑥ Visibilizar buenas prácticas en materia de mujeres y hombres.
 - ⑦ Promover la participación equilibrada de mujeres y hombres.
 - ⑧ Diversificar los canales, soportes y formatos de comunicación.
 - ⑨ Consultar a los organismos públicos y organizaciones orientadas hacia la promoción de la igualdad entre mujeres y hombres.
 - ⑩ Poner en valor el papel de los Fondos en la consecución de la igualdad entre mujeres y hombres.

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 Inclusión Social y de la Economía Social 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 Inclusión Social y de la Economía Social 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 (apartado 3.2 de la Estrategia de Comunicación).

Por su parte, entre los objetivos específicos definidos destaca “[...] utilizar los 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 [...]”

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 los 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.

Asimismo, 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. 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.

Por su parte, se destacan el desarrollo de actuaciones diseñadas exclusivamente para mujeres con la finalidad de fomentar la igualdad de oportunidades. De estas actuaciones, se han destacado muchas como casos de buenas prácticas³.

Ilustración 9 Check list para verificar la incorporación de género en la comunicación

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?	✓
	¿Las imágenes reflejan a hombres y mujeres en su diversidad?	✓			¿Se ha tenido en cuenta, a la hora de elegir el soporte u otro, los usos y costumbres de mujeres y hombres?	✓	
4	¿Se han recogido los datos desagregados por sexo?		✗	9	¿Se ha consultado a Organismos de Igualdad o a la Red de Políticas de Igualdad entre Mujeres y Hombres en los Fondos Comunitarios?	✓	
	¿Se acompañan los datos cuantitativos de un análisis con enfoque de género que identifique posibles brechas de género?	✓			10	¿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?	✓
5	¿Se han empleado mensajes que fomentan la ruptura de estereotipos y roles sexistas?	✓		¿Se ha puesto en valor el papel de los Fondos EIE en la consecución de la igualdad de mujeres y hombres?		✓	
	¿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.

³ En el epígrafe 8 de este Informe de Evaluación se listan los casos de Buenas Prácticas seleccionados en el Programa Operativo de Inclusión Social y de la Economía Social 2014-2020.

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

El análisis del impacto se lleva a cabo a través 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.

Los indicadores de impacto son cinco: los tres primeros (I1, I2 e I3) que se pueden calificar 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.

Ilustración 10 Indicadores de impacto



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”.

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 Inclusión Social y de la Economía Social FSE 2014-2020

Indicador de impacto	Base	Meta	2019	2023
1. Grado de conocimiento de las obligaciones	93%	95%	84,1%	88,9%
2. Tasa de satisfacción	63%	73%	81,6%	68,1%
3. Tasa de utilidad de las actuaciones	62%	71%	85,3%	67,6%
4. Grado de conocimiento de los distintos Fondos	General	s.d	s.d	s.d
	FSE	50%	55%	55,3%
5. Grado de conocimiento del papel desempeñado por la Unión Europea	62%	70%	70,8%	79,4%

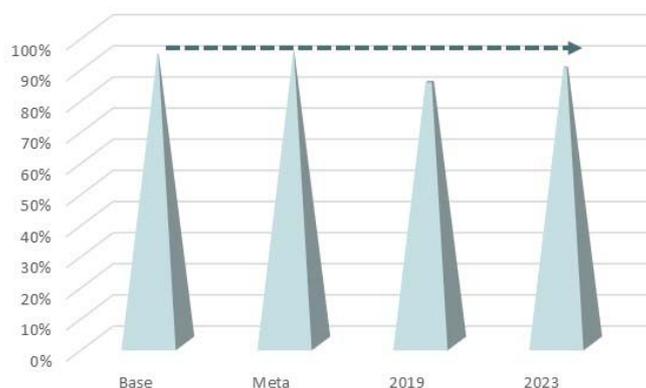
Fuente: Elaboración propia. S.d.: Sin dato.

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 50%. 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 y/o Beneficiarios

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 88,88%, porcentaje más elevado que el logrado en la evaluación intermedia de 2019 (84,10%), pero por debajo de la meta establecida (95%) y el valor base (93%)

Gráfico 4 Grado de conocimiento de las obligaciones (I1)

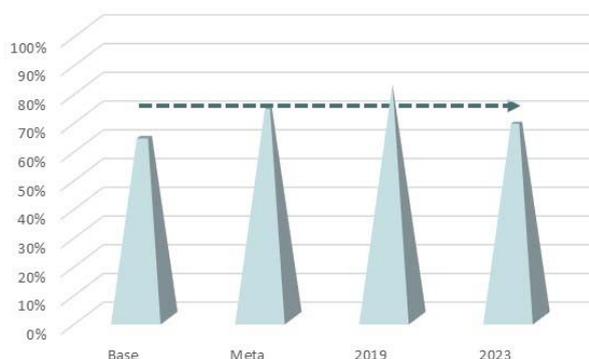


Fuente: Elaboración propia.

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 68,1%, valor superior al obtenido en el período 2007-2013 (valor base), que se situaba en un 63%, inferior a la meta establecida, que estaba cifrada en un 73% y el valor obtenido en el ejercicio de evaluación efectuado en el año 2019 (81,60%).

Gráfico 5 Tasa de satisfacción

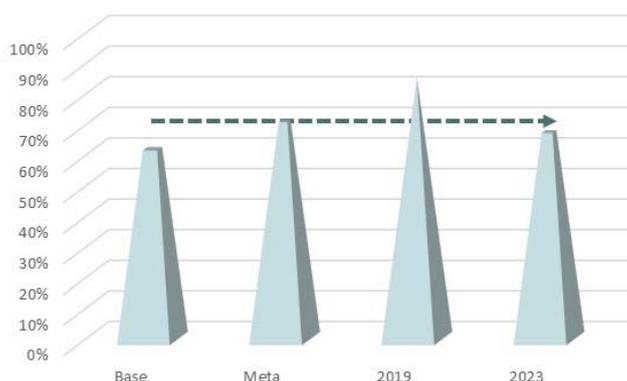


Fuente: Elaboración propia.

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 67,6%, siendo superior a la tasa del período anterior, la cual fue de un 62%, e inferior a la meta establecida (71%) y al valor obtenido en 2019 (85,3%).

Gráfico 6 Tasa de utilidad (I3)



Fuente: Elaboración propia.

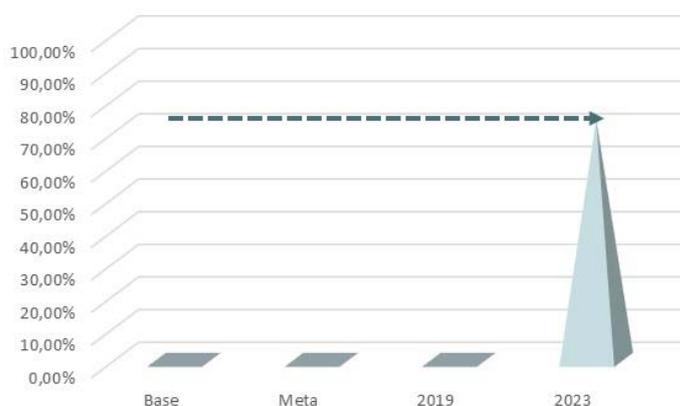
Los valores de los indicadores asociados al impacto interno no han alcanzado las metas establecidas y, a excepción del I1 Grado de conocimiento de las obligaciones, ofrecen valores inferiores a los alcanzados en la evaluación efectuada en 2019. Si bien, esto puede ser como consecuencia de un cambio en 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 Inclusión Social y de la Economía Social 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)⁴

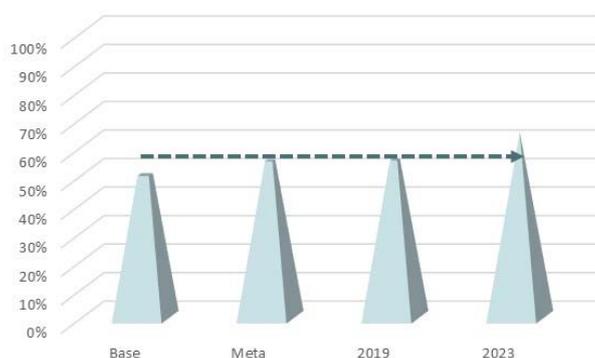


Fuente: Elaboración propia.

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 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

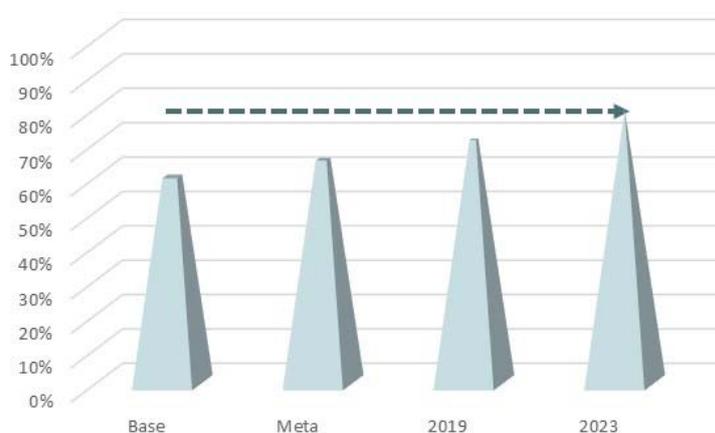
⁴ En la Estrategia de Comunicación no se estableció dato de referencia del período anterior, ni valor meta. Por su parte, en la Evaluación Intermedia realizada en 2019 no se recogió el correspondiente valor.

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 60%, en la Estrategia de Comunicación, se fijó un objetivo del 65% 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 las personas encuestadas 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 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, 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

La evaluación que se realiza es 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 reforzar 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 bien orientado a actuaciones cofinanciadas con FEDER, por su parte, tras efectuar un pretest, se pone de manifiesto las dificultades que tiene la ciudadanía para dar respuesta a las preguntas que se realizan.

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 Inclusión Social y de la Economía Social FSE 2014-2020 se ha definido un presupuesto indicativo de 12.557.000 euros para llevar a cabo las medidas definidas en la Estrategia de Comunicación. Este presupuesto representa un 1,53% de la ayuda del Programa Operativo, muy por encima del 0,3%, mínimo consensuado para la política de comunicación por Estrategia. Sin embargo, según la opinión de algunos entrevistados, la dotación financiera es insuficiente para llevar a cabo todas las obligaciones establecidas.

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.

Con respecto a la composición y experiencia de los recursos humanos implicados en la ejecución de actuaciones de comunicación, y de acuerdo con las opiniones vertidas en los cuestionarios facilitados, los Organismos Intermedios, Órganos Gestores y/o Beneficiarios señalan que cuentan con equipos de comunicación especializados, si bien suele tratarse de personas que no tienen dedicación exclusiva a la comunicación de operaciones cofinanciadas por el Programa Operativo de Inclusión Social y de la Economía Social FSE 2014-2020.

Por lo que se refiere al Portal Web Único, se puede consultar toda la información actualizada del Programa Operativo de Inclusión Social y de la Economía Social 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 Inclusión Social y de la Economía Social 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.

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,

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, dejándose constancia en los listados de comprobación. 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 Inclusión Social y de la Economía Social FSE 2014-2020.

Ilustración 11 Impacto de la Estrategia de Comunicación del Programa Operativo de Inclusión Social y de la Economía Social 2014-2020



Impacto interno

- I1: Grado de conocimiento de las obligaciones: 88,9%
- I2: Tasa de satisfacción: 68,1%
- I3: Tasa de utilidad: 67,6%

Ciudadanía



Impacto externo

- I4-1: Grado de conocimiento de los Fondos: 73,7%
- I4-2: Grado de conocimiento del FSE: 64,9%
- I5: Grado de conocimiento del papel desempeñado por la Unión Europea: 58,2%

Fuente: Elaboración propia.

RECOMENDACIONES

En función de la valoración efectuada en este informe de evaluación, cuyas principales conclusiones se han relacionado anteriormente, se ofrecen las siguientes recomendaciones, las cuales pueden ser un punto de partida y aprendizaje para mejorar la comunicación en el período de programación 2021-2027.

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

- En los indicadores referentes a personas, facilitar información desagregada por sexo.

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 presentación de las actuaciones específicas
- 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 en la materia 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.

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 plurregionales, 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

	Unidades en la muestra	Error de muestro (p=q=0,5)	Margen de error
		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

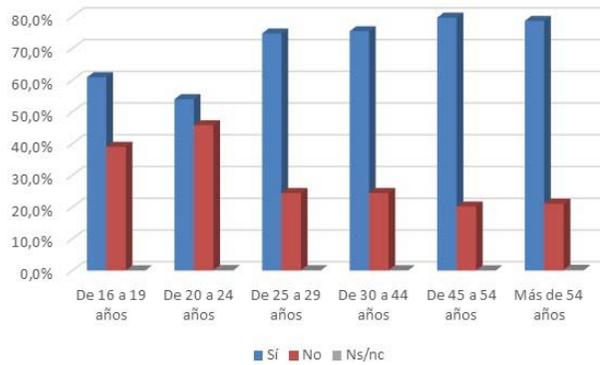
FICHA TÉCNICA DE LA ENCUESTA A LA CIUDADANÍA	
Objetivo:	Poder cuantificar los indicadores de impacto relacionados con la ciudadanía.
Universo:	39.526.789 habitantes de España de 16 años en adelante.
Muestra:	16.000 habitantes de España de 16 años en adelante.
Ámbito territorial:	España
Error de muestreo:	±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.

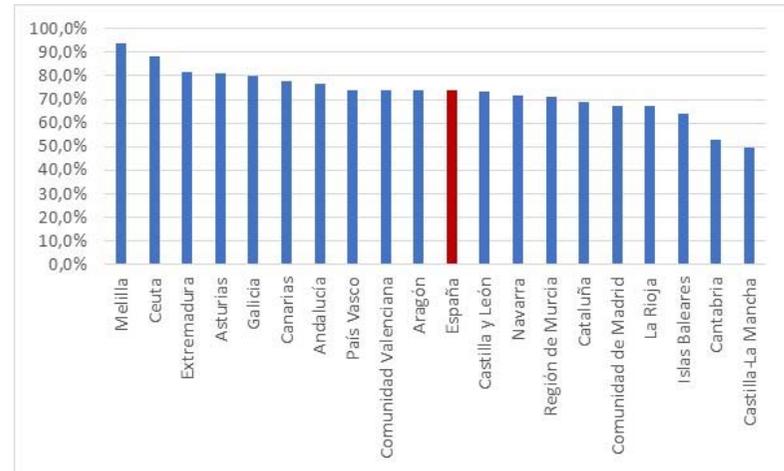
Pregunta 1: ¿Sabe usted que España recibe dinero de la Unión Europea para contribuir a su progreso económico y social?

Gráfico 11 Grado de conocimiento por región. Pregunta 1

Gráfico 10 Datos obtenidos. Pregunta 1



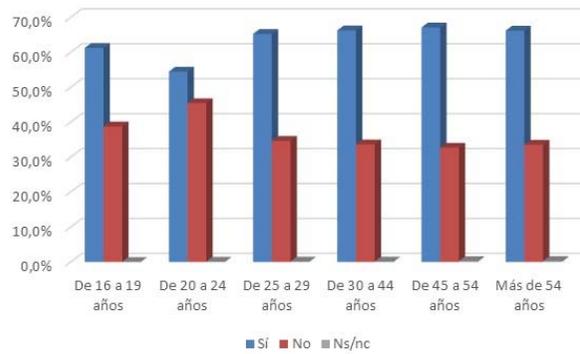
Fuente: Elaboración propia.



Fuente: Elaboración propia.

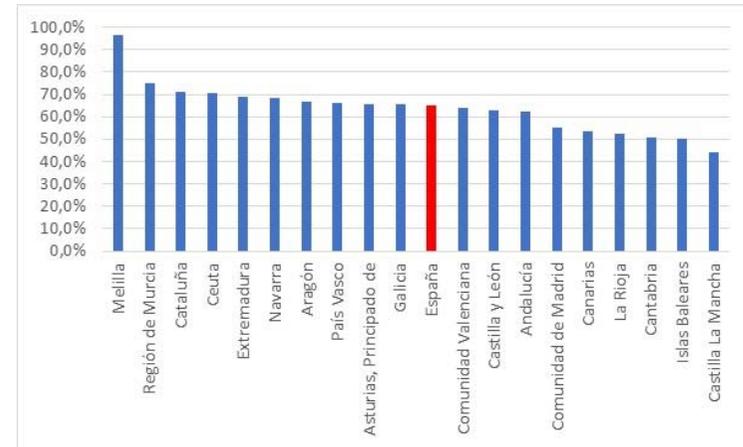
Pregunta 2: ¿Ha oído hablar del FSE?

Gráfico 12 Datos obtenidos. Pregunta 2



Fuente: Elaboración propia.

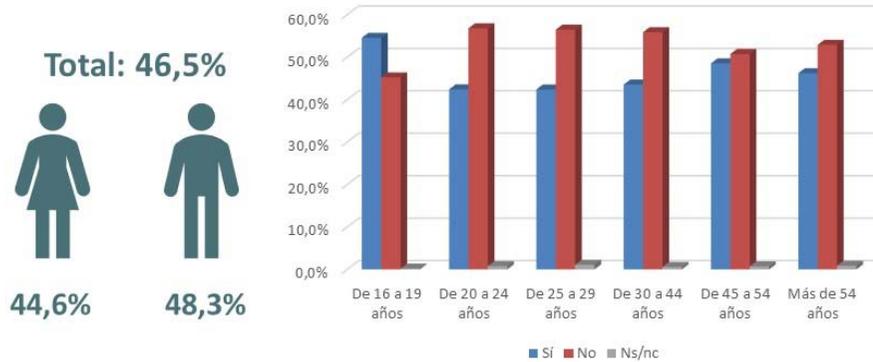
Gráfico 13 Grado de conocimiento por región. Pregunta 2



Fuente: Elaboración propia.

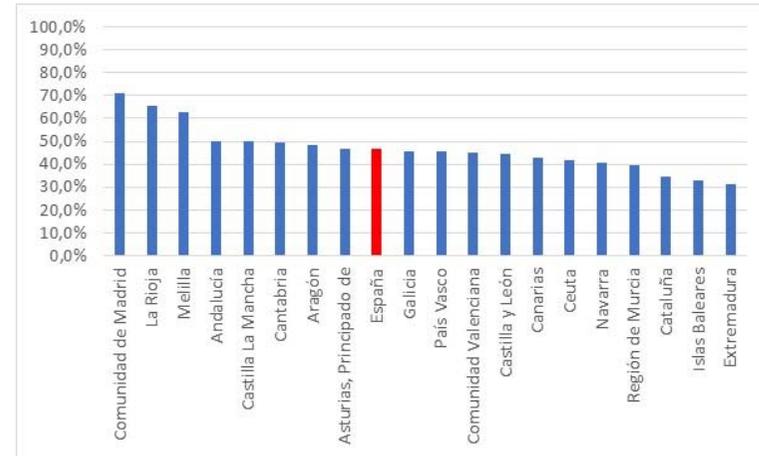
Pregunta 3-1: ¿Conoce usted o ha visto algún proyecto o inversión que se haya realizado con financiación europea en España relativo a Investigación, Desarrollo e Innovación y Sociedad de la Información?

Gráfico 14: Datos obtenidos. Pregunta 3-1



Fuente: Elaboración propia.

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

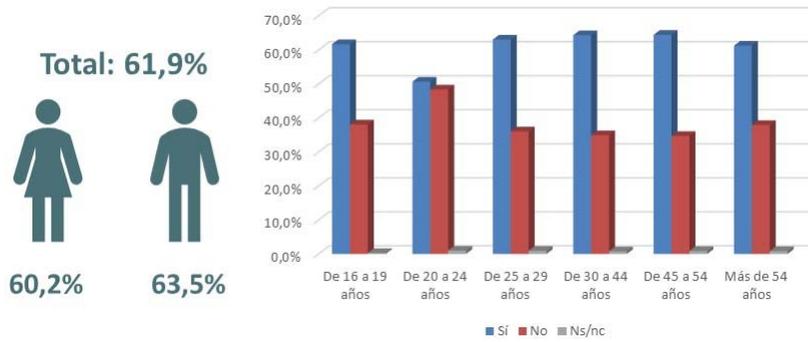


Fuente: Elaboración propia.

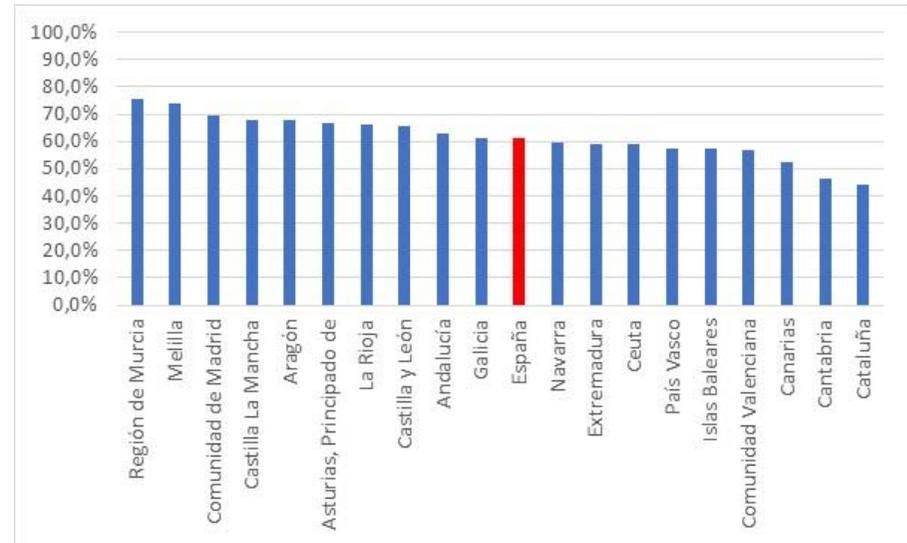
Pregunta 3-2: ¿Conoce usted o ha visto algún proyecto o inversión que se haya realizado con financiación europea en España relativo a ayudas a las empresas?

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

Gráfico 16 Datos obtenidos. Pregunta 3-2



Fuente: Elaboración propia.

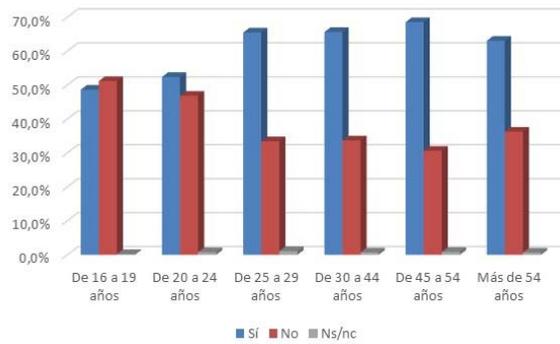


Fuente: Elaboración propia.

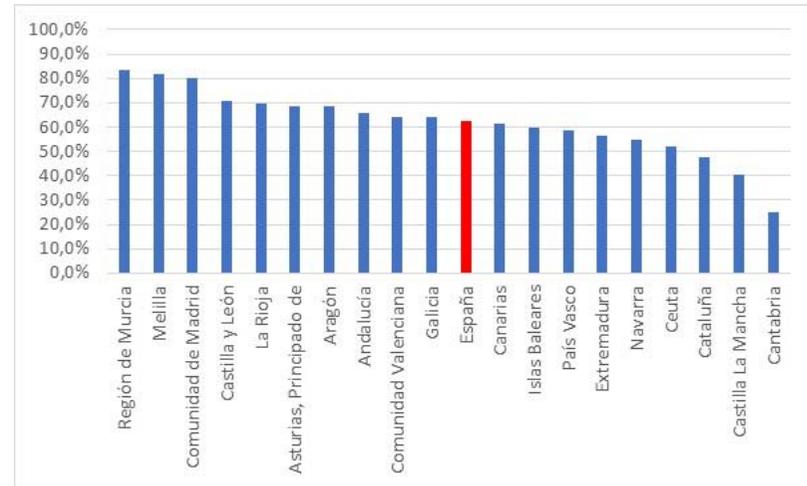
Pregunta 3-3: ¿Conoce usted o ha visto algún proyecto o inversión que se haya realizado con financiación europea en España relativo a Formación y Empleo?

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

Gráfico 18 Datos obtenidos. Pregunta 3-3



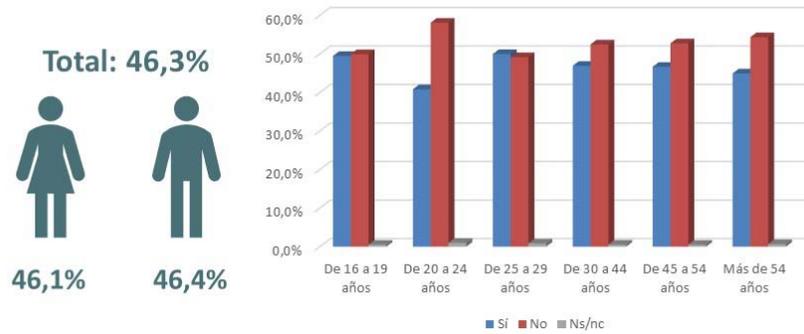
Fuente: Elaboración propia.



Fuente: Elaboración propia.

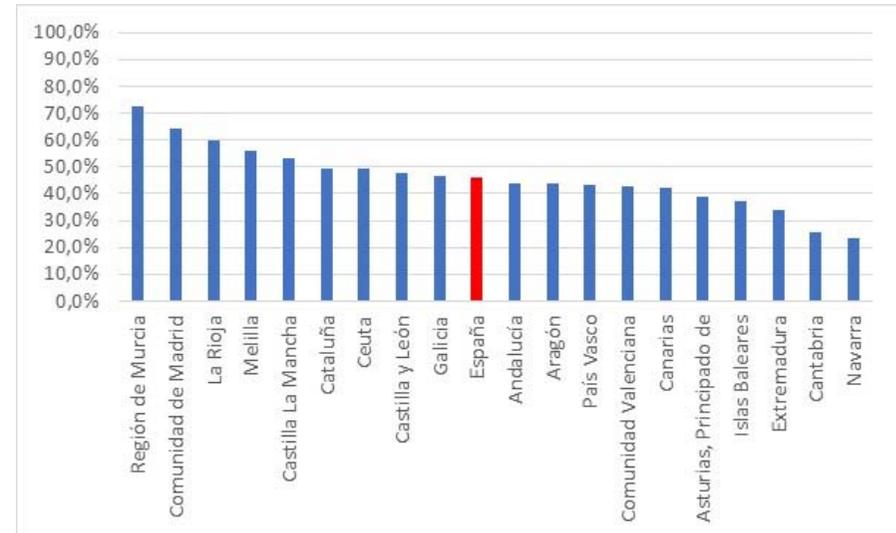
Pregunta 3-4: ¿Conoce usted o ha visto algún proyecto o inversión que se haya realizado con financiación europea en España relativo a ayudas para disminuir las desigualdades sociales entre mujeres y hombres?

Gráfico 20 Datos obtenidos. Pregunta 3-4



Fuente: Elaboración propia.

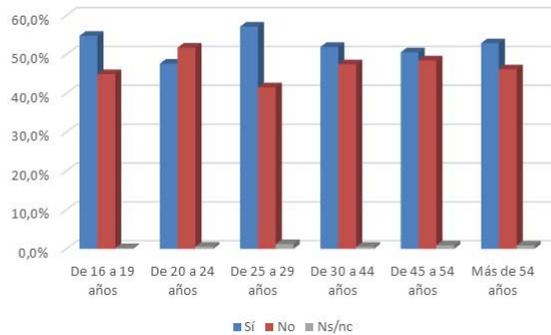
Gráfico 21 Grado de conocimiento por región. Pregunta 3-4



Fuente: Elaboración propia.

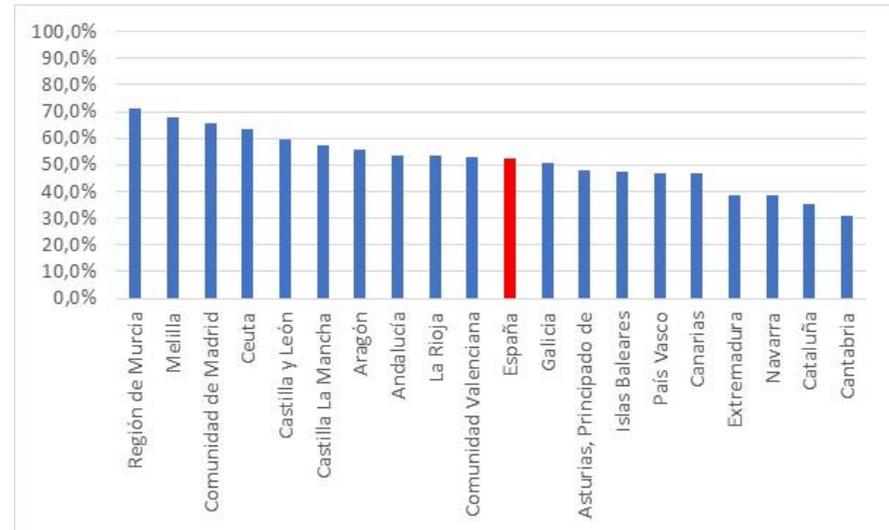
Pregunta 3-5: ¿Conoce usted o ha visto algún proyecto o inversión que se haya realizado con financiación europea en España relativo a ayudas para luchar contra la exclusión a personas con discapacidad?

Gráfico 22 Datos obtenidos. Pregunta 3-5



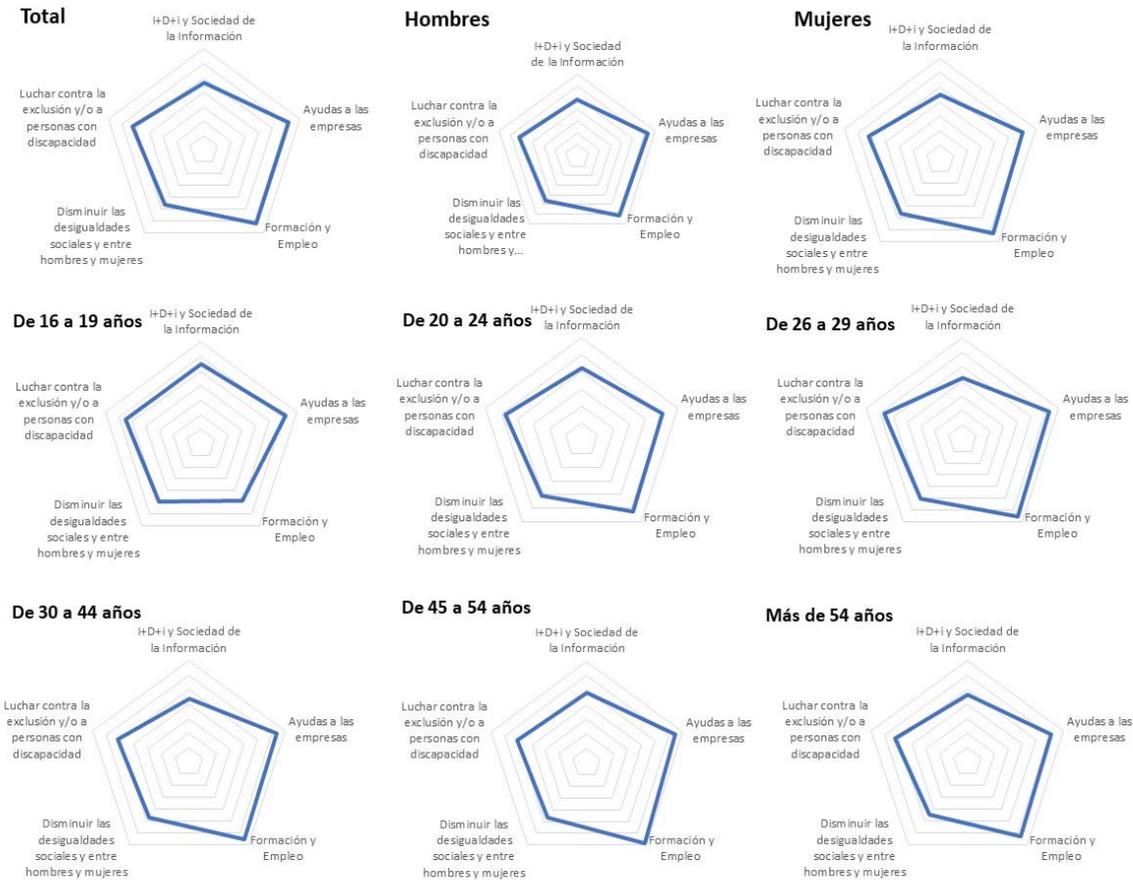
Fuente: Elaboración propia.

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



Fuente: Elaboración propia.

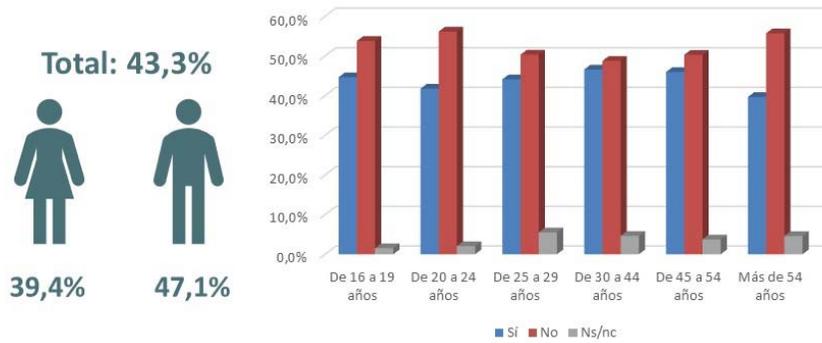
Gráfico 24 Resumen datos obtenidos. Pregunta 3



Fuente: Elaboración propia.

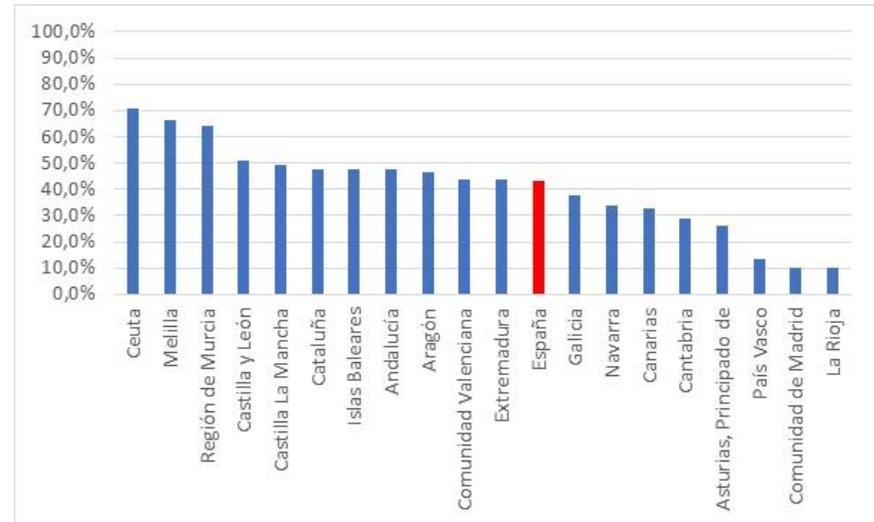
Pregunta 4-1: ¿Cómo se enteró de este tipo de actuaciones, ha visto vallas en carreteras / Placas en centros de formación?

Gráfico 25 Datos obtenidos. Pregunta 4-1



Fuente: Elaboración propia.

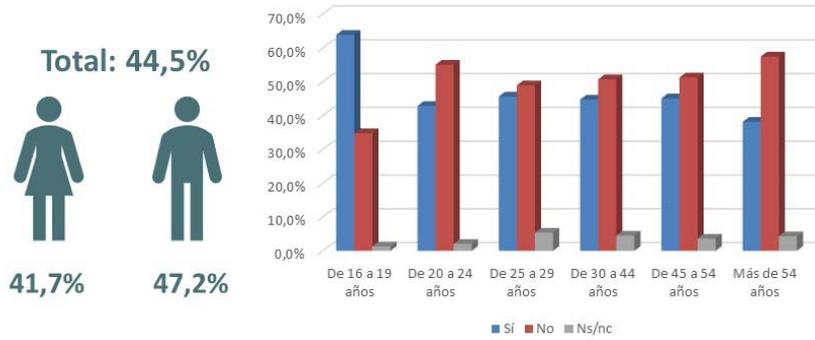
Gráfico 26 Grado de conocimiento por regiones



Fuente: Elaboración propia.

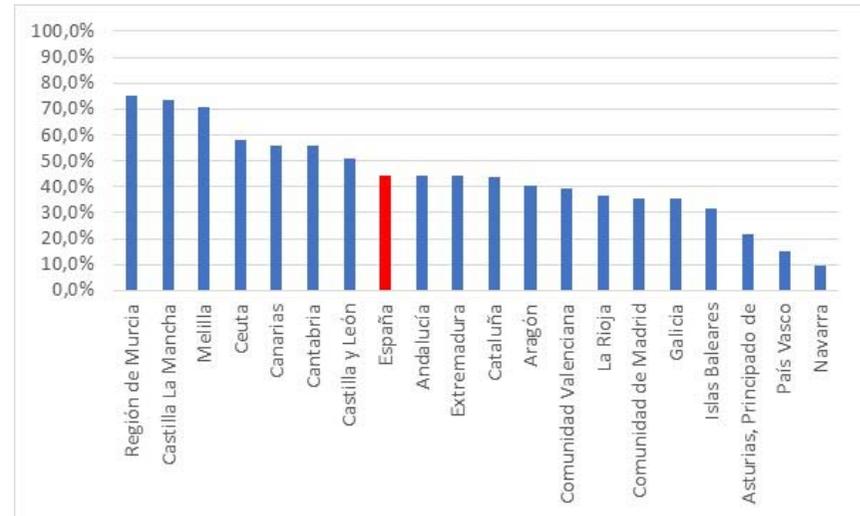
Pregunta 4-2: ¿Cómo se enteró de este tipo de actuaciones, ha visto carteles / posters en la calle?

Gráfico 27 Datos obtenidos- Pregunta 4-2



Fuente: Elaboración propia.

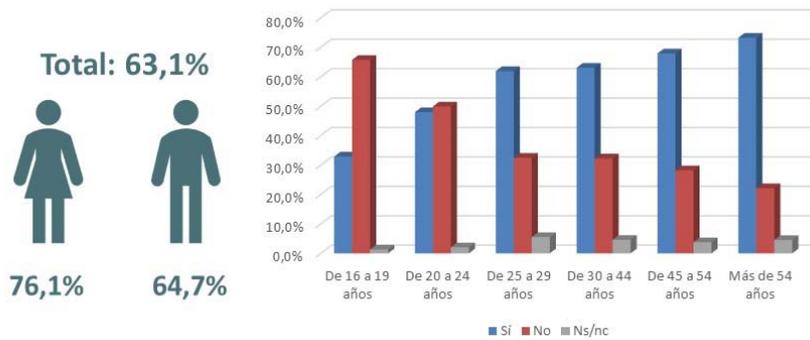
Gráfico 28 Grado de conocimiento por regiones. Pregunta 4-2



Fuente: Elaboración propia.

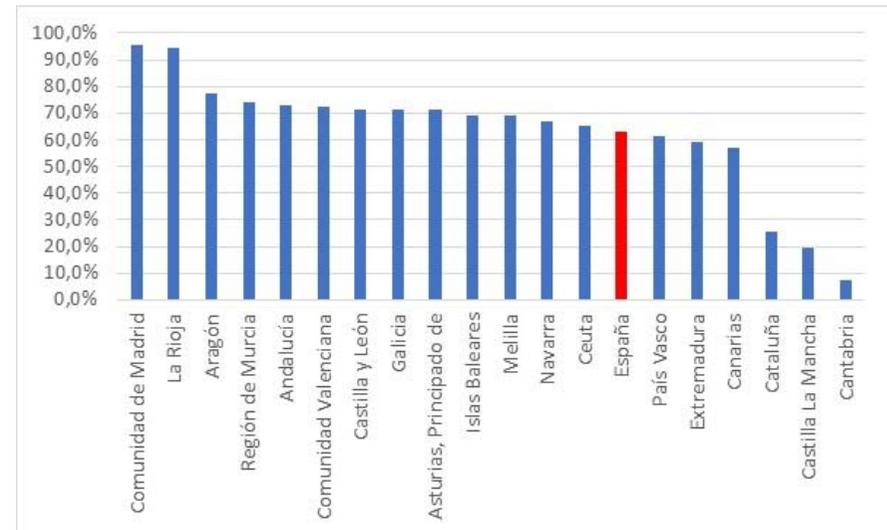
Pregunta 4-3: ¿Cómo se enteró de este tipo de actuaciones, ha visto anuncios en prensa, radio o TV?

Gráfico 29 Datos obtenidos. Pregunta 4-3



Fuente: Elaboración propia.

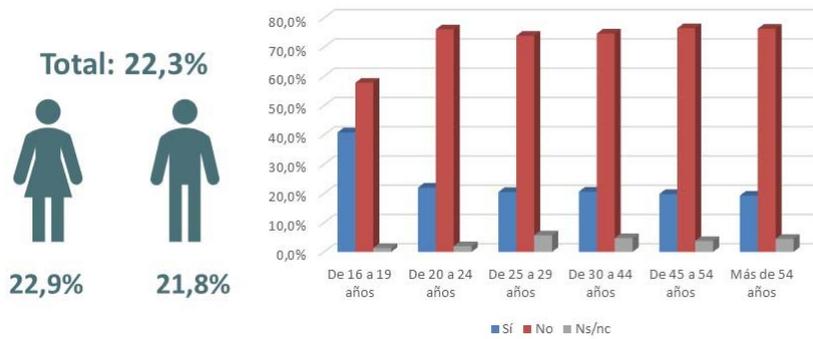
Gráfico 30 Grado de conocimiento por región. Pregunta 4-3



Fuente: Elaboración propia.

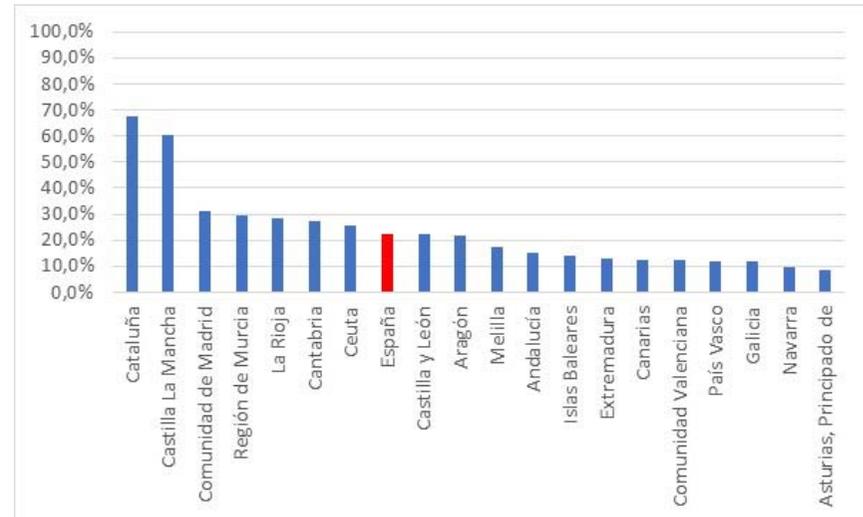
Pregunta 4-4: ¿Cómo se enteró de este tipo de actuaciones a través de folletos?

Gráfico 31 Datos obtenidos. Pregunta 4-4



Fuente: Elaboración propia.

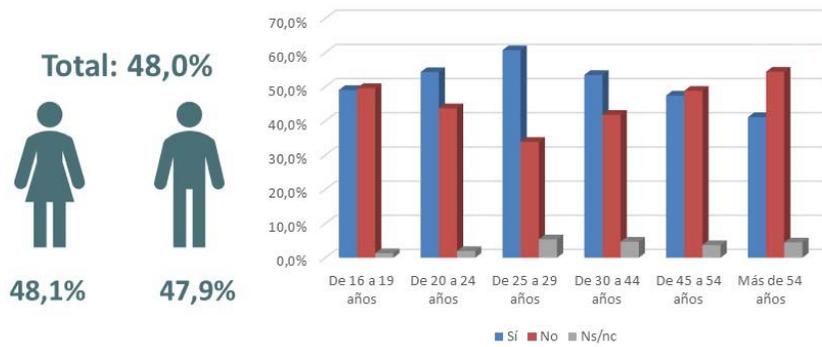
Gráfico 32 Grado de conocimiento por regiones. Pregunta 4-4



Fuente: Elaboración propia.

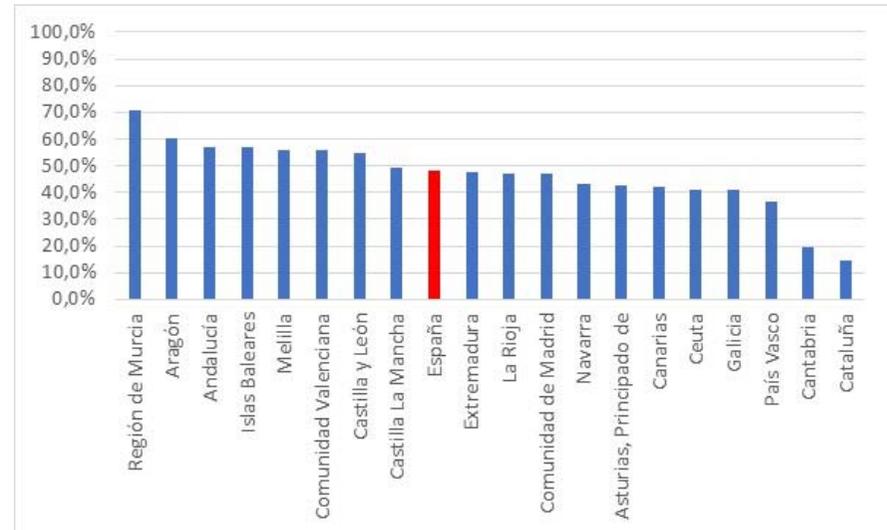
Pregunta 4-5: ¿Cómo se enteró de este tipo de actuaciones a través de Internet?

Gráfico 33 Datos obtenidos. Pregunta 4-5



Fuente: Elaboración propia.

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

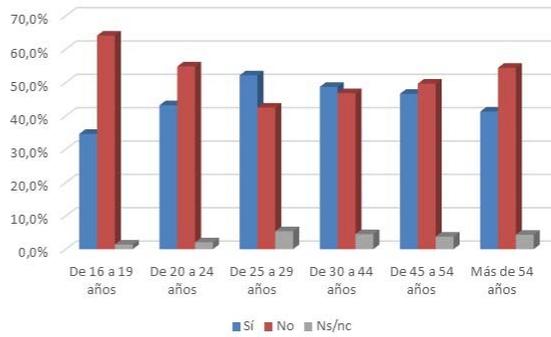
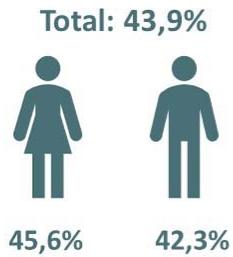


Fuente: Elaboración propia.

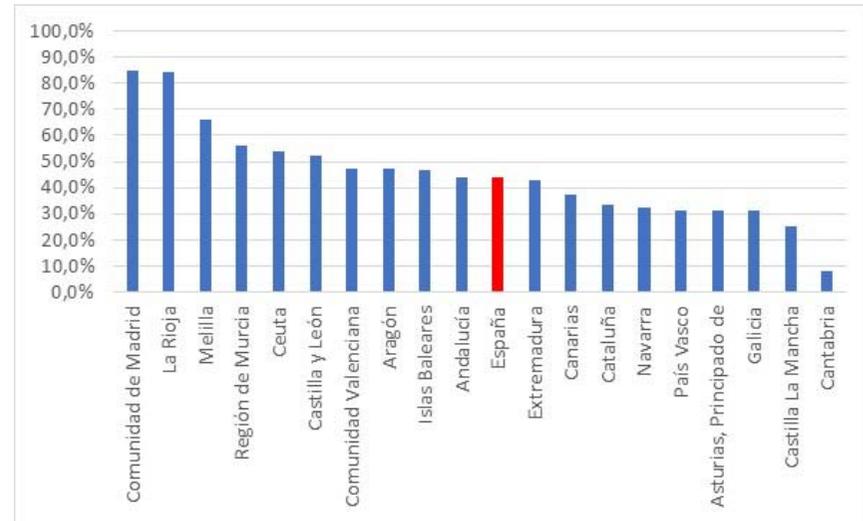
Pregunta 4-6: ¿Cómo se enteró de este tipo de actuaciones, a través de terceras personas?

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

Gráfico 35 Datos obtenidos. Pregunta 4-6



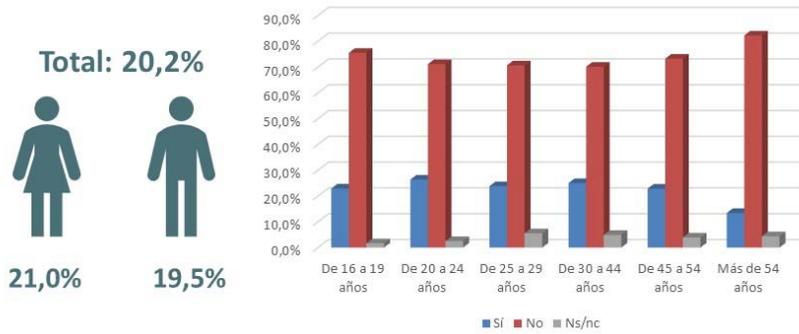
Fuente: Elaboración propia.



Fuente: Elaboración propia.

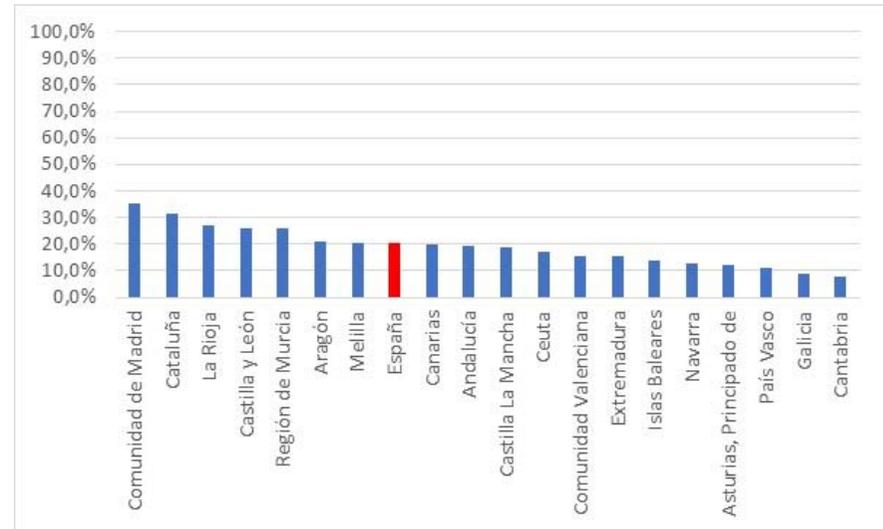
Pregunta 4-7: ¿Cómo se enteró de este tipo de actuaciones, ha participado en algún curso de formación financiado por la Unión Europea?

Gráfico 37 Datos obtenidos. Pregunta 4-7



Fuente: Elaboración propia.

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



Fuente: Elaboración propia.

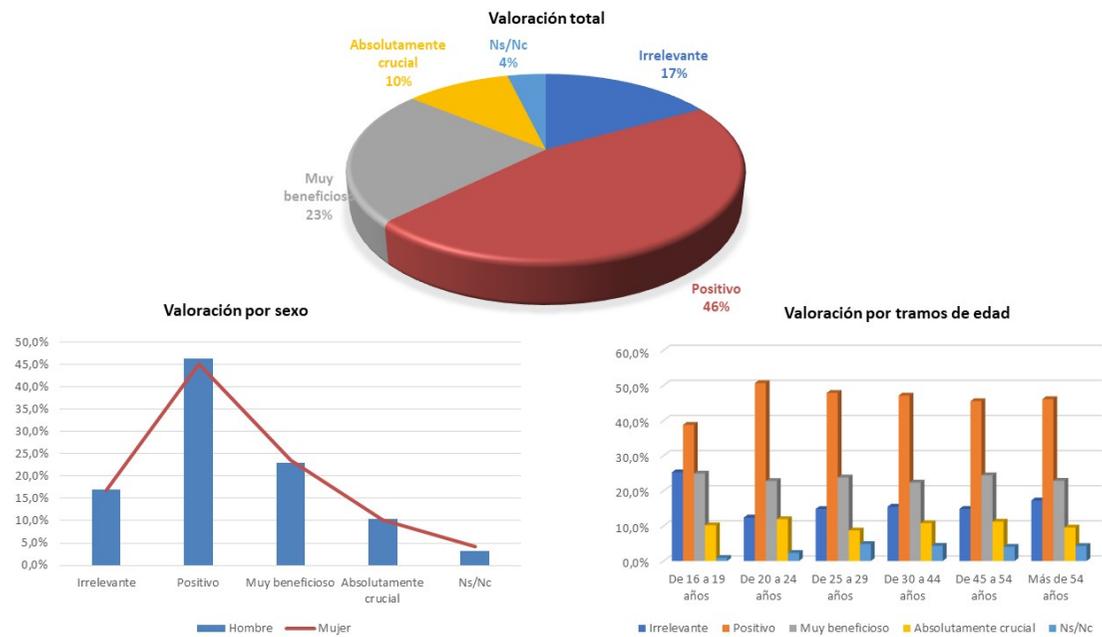
Gráfico 39 Resumen datos obtenidos. Pregunta 4



Fuente: Elaboración propia.

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

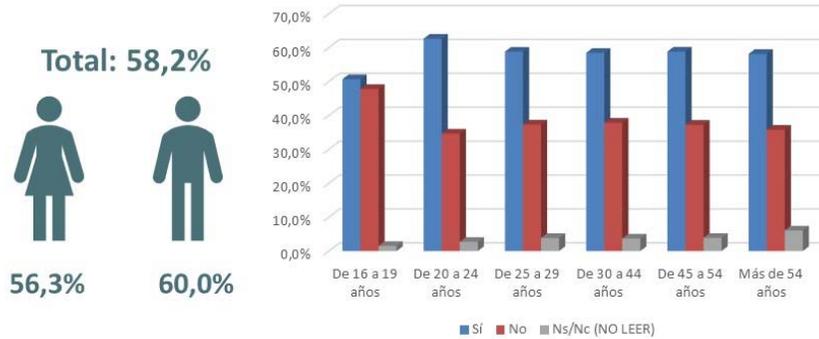
Gráfico 40 Datos obtenidos. Pregunta 5



Fuente: Elaboración propia.

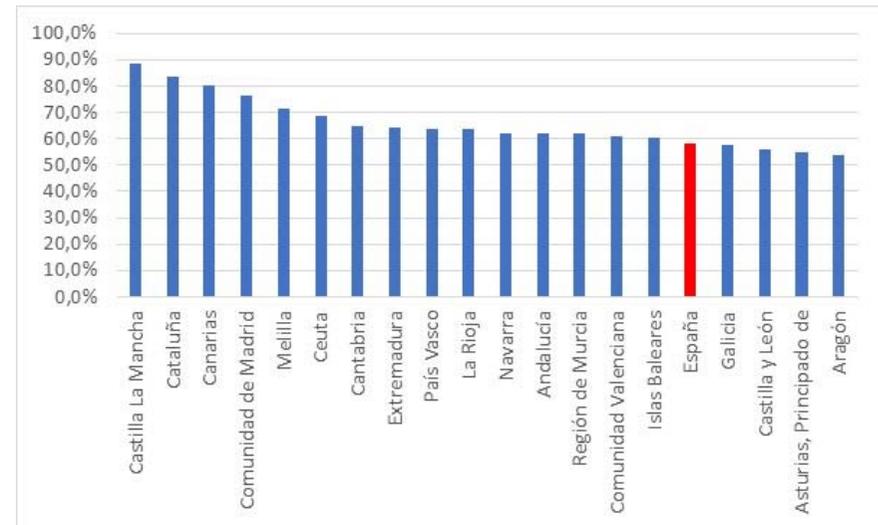
Pregunta 6: El lema “El FSE invierte en tu futuro” ¿le parece que refleja adecuadamente el papel que juega la Unión Europea, a través del FSE en el mayor desarrollo económico y social de España?

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
<p>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.?</p>	<p>Sí No (si es pertinente, aclarar)</p>
<p>10. ¿Ha proporcionado información sobre la normativa, los procedimientos de gestión y sus actualizaciones?</p>	<p>Sí No (si es pertinente, aclarar)</p>
<p>11. ¿Ha distribuido instrucciones específicas y/o manual de requisitos de comunicación entre los organismos intermedios y/o beneficiarios de las operaciones?</p>	<p>Sí No (si es pertinente, aclarar)</p>
<p>12. ¿Realiza una recopilación gráfica de las actuaciones informativas y publicitarias llevadas a cabo?</p>	<p>Sí No (si es pertinente, aclarar)</p>
<p>13. ¿Ha utilizado el lema acordado en la estrategia de Comunicación en el material de comunicación que haya puesto en práctica?</p>	<p>Sí No (si es pertinente, aclarar)</p>
<p>14. ¿Ha organizado alguna jornada, curso, seminario para dar a conocer la gestión del P.O. y de sus resultados?</p>	<p>Sí No (si es pertinente, aclarar)</p>
<p>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?</p>	<p>Sí No (si es pertinente, aclarar)</p>
<p>16. ¿Ha aplicado correctamente las exigencias técnicas para las medidas de información y comunicación recogidas en los Reglamentos?</p>	<p>Sí No (si es pertinente, aclarar)</p>
<p>17. ¿Ha participado en alguna red de comunicación relacionada con los Fondos Europeos?</p>	<p>Sí No (si es pertinente, aclarar)</p>
<p>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?</p>	<p>Sí No (si es pertinente, aclarar)</p>
<p>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?</p>	<p>Sí No (si es pertinente, aclarar)</p>
<p>20. ¿Incluye la Estrategia de Comunicación de su P.O. alguna medida destinada a la presentación de ejemplos de</p>	<p>Sí</p>

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 ciudadanía⁵

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 <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>
Ayudas a empresas	Sí <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>
Formación y Empleo	Sí <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>
Ayudas para disminuir las desigualdades sociales y entre hombres y mujeres	Sí <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>
Ayudas para luchar contra la exclusión y/o a personas con discapacidad	Sí <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>

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

Ha visto vallas en las carreteras / placas en centros de formación?	Sí <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>
Ha visto carteles, posters en la calle?	Sí <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>
Ha visto/oído anuncios en prensa, radio, televisión...?	Sí <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>
A través de folletos?	Sí <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>
A través de Internet?	Sí <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>
A través de terceras personas?	Sí <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>
Ha participado en algún curso de formación financiado por la Unión Europea?	Sí <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>

⁵ 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?