

El FSE invierte en tu futuro

Estrategia de Comunicación del Programa Operativo de Inclusión Social y de la Economía Social



2016



Unión Europea
Fondo Social Europeo
El FSE invierte en tu futuro

Versión: 0

Unidad Administradora del Fondo Social Europeo

Estrategia de Comunicación POISES

Contenido

1. Introducción	3
2. Situación de partida: resultados de las evaluaciones del período 2007-2013 y lecciones aprendidas	4
3. Alcance y contenido de la estrategia de comunicación	8
3.1 Objetivos	10
3.2 Grupos destinatarios	15
3.3 Contenido de las medidas de información y comunicación	17
3.4 Actuaciones a desarrollar por parte de los beneficiarios y fórmulas previstas para ayudar a los mismos en sus actuaciones de comunicación	31
3.5 Las herramientas a utilizar	33
4. Organismos responsables en materia de información y publicidad	35
4.1 Creación y participación en redes de intercambio de buenas prácticas	36
4.2 Personas de contacto responsables de la información y comunicación	39
5. Presupuesto indicativo	45
6. Sistema de seguimiento de la estrategia de comunicación.....	46
7. Evaluación de la estrategia	47
8. Anexo de indicadores	51
9. Anexo de Preguntas de evaluación.....	54

Estrategia de Comunicación POISES

1. Introducción

Durante el período de programación 2014-2020, la Unión Europea, a través de la Política de Cohesión, invertirá 351.800 millones de euros con la finalidad de alcanzar los objetivos definidos en la estrategia Europa 2020, es decir, generar crecimiento y puestos de trabajo, teniendo muy presente la innovación y el desarrollo, abordar el cambio climático y la dependencia energética y reducir la pobreza y la marginación social y las tasas de abandono escolar. En definitiva, el bienestar y la prosperidad de la ciudadanía europea.

Por estos motivos, la Comisión Europea a través de la reglamentación y el “Libro Blanco sobre una política europea de comunicación” establece la importancia que tiene comunicar a la ciudadanía los logros que se alcanzan mediante la inversión de estos Fondos y los objetivos de la Política de Cohesión, así como los beneficios que dicha ciudadanía puede obtener.



En este contexto, el Reglamento (UE) nº 1303/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 17 de diciembre de 2013, determina que el Estado miembro o la Autoridad de Gestión serán responsables, entre otras cuestiones, de elaborar estrategias de comunicación. Estas Estrategias deberán tener en cuenta la magnitud del Programa Operativo en cuestión, de acuerdo con el principio de proporcionalidad.

Consecuentemente, este documento describe la Estrategia de Comunicación del Programa Operativo de Inclusión Social y de la Economía Social 2014-2020. El Programa Operativo fue aprobado por Decisión ejecutiva de la Comisión de 6 de agosto de 2015 con CCI 2014ES05SFOP012.



2. Situación de partida: resultados de las evaluaciones del período 2007-2013 y lecciones aprendidas

La situación de partida con la que la Autoridad de Gestión afronta la definición de esta Estrategia de Comunicación para el período 2014-2020 contiene elementos favorables, ya que, por una parte, se han adquirido conocimientos, prácticas y métodos de trabajo en el área de la comunicación en períodos anteriores que han demostrado su eficacia y, por otro lado, vinculado con lo anterior, los resultados arrojados por los indicadores de realización, resultado e impacto avalan esta afirmación.

La experiencia adquirida y acumulada de períodos anteriores se sustenta en varios pilares:

1. El establecimiento de un Plan de Comunicación orientado a garantizar la **visibilidad** de la contribución de los Fondos Comunitarios y el papel desempeñado por la Unión Europea, la **concienciación** de la ciudadanía acerca de los beneficios de la Política de Cohesión Europea y de los esfuerzos para paliar las disparidades sociales y económicas entre los ciudadanos de la Unión Europea y la **transparencia** de la ayuda procedente de la Unión Europea.
2. Creación de redes como GERIP e INIO que han permitido la coordinación entre los distintos agentes involucrados y ha facilitado el flujo de información y metodologías de trabajo, que han dado lugar a mejorar la eficacia y eficiencia de dicho Plan de Comunicación, aunando esfuerzos entre todos los agentes implicados en difundir el importante papel que juega la Unión Europea en la mejora de la calidad de vida de la ciudadanía.
3. El desarrollo de herramientas adecuadas para el seguimiento de las medidas de comunicación y el establecimiento de criterios comunes para identificar casos de buenas prácticas, que han permitido cerrar el ciclo de la comunicación de las intervenciones cofinanciadas con el Fondo Social Europeo.



Resultado de las evaluaciones del período 2007-2013

En el período de programación 2007-2013 se llevaron a cabo dos ejercicios de evaluación del Plan de Comunicación del Programa Operativo de Lucha contra la Discriminación FSE 2007-2013, uno intermedio (2007-2010) y otro final (2010-2013),

Estrategia de Comunicación POISES

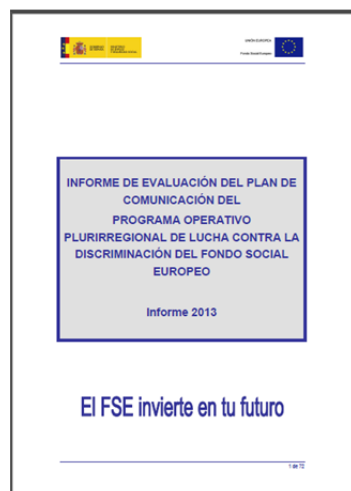
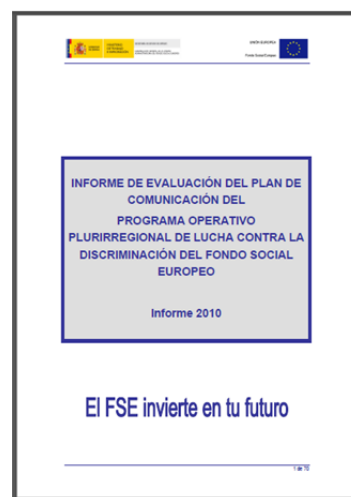
donde, además, se obtuvieron conclusiones globales de todo el período de aplicación y recomendaciones para el período 2014-2020.

De las conclusiones obtenidas se desprende una adecuada aplicación de dicho Plan de comunicación. Así, los indicadores de impacto ponen de manifiesto importantes logros:

- Grado de conocimiento de las obligaciones en la programación, gestión, seguimiento, control, evaluación e información y publicidad: 93%.
- Tasa de utilidad de las actuaciones: 62,75%
- Tasa de satisfacción, que indica la valoración de los Beneficiarios/Organismos Intermedios y/o Gestores o Participantes respecto de la información facilitada: 62%.
- Grado de conocimiento del Fondo Social Europeo por parte de la ciudadanía: 50%¹.
- Grado de conocimiento del papel desempeñado por la Unión Europea: 62%².

Asimismo, el informe de evaluación resalta los siguientes aspectos:

- En la ejecución del Plan de Comunicación se han alcanzado los Objetivos Estratégicos definidos en la Estrategia del mismo, es decir:
 - ✓ Incentivar la participación en la ejecución del Programas Operativo.
 - ✓ Hacer más ágil y operativa la gestión del FSE.
 - ✓ Alcanzar una amplia participación de las acciones del Programa Operativo.
 - ✓ Dotar de visibilidad al Programa Operativo, al FSE y al papel de la Unión Europea y de los Organismos Intermedios. Hacer ver a la ciudadanía los logros y resultados en materia de empleo que se obtienen con el Programa Operativo.
 - ✓ Sensibilizar a la opinión pública sobre las



¹Valor medio de todas las evaluaciones regionales.

²Valor medio de todas las evaluaciones regionales.

Estrategia de Comunicación POISES

dificultades de acceso y permanencia en el mercado de trabajo de determinados colectivos.

- Los niveles de ejecución de los indicadores de realización y resultado muestran valores en torno al 100%, lo que pone de manifiesto la completa ejecución del Plan de Comunicación.
- Por lo que respecta a los Informes Anuales de Ejecución, se observa una correcta integración de las actividades de información y publicidad en los mismos, percibiéndose importantes mejoras a medida que avanza el período de programación.
- Además, el equipo de evaluación pone de relieve el diseño de un correcto sistema de seguimiento en la calidad de la ejecución de las medidas de información y publicidad: recursos humanos, herramientas informáticas, redes de comunicación, etc.
- Se aprecia una correcta inclusión de las medidas de información y publicidad en las actuaciones de verificación y control del Fondo Social Europeo.
- Se ha tenido muy presente el cumplimiento del principio de igualdad de oportunidades en las medidas de información y publicidad en la programación y diagnóstico, gestión y seguimiento de las actuaciones, proceso de justificación y certificación, seguimiento estratégico y evaluación, diseño específico de actividades de comunicación para la difusión de actuaciones ejecutadas en el marco de programas dirigidos específicamente a mujeres.



Asimismo, tanto de los ejercicios de evaluación como de las tareas de ejecución, seguimiento y control del Plan de Comunicación del Programa Operativo de Lucha contra la Discriminación 2007-2013 se pueden extraer una serie de lecciones que deberían tenerse en cuenta en la definición de esta Estrategia de Comunicación para su mejora.

Lecciones aprendidas del período 2007-2013 y Recomendaciones para el período 2014-2020

Con el fin de alcanzar una mayor efectividad en la comunicación del papel que juega la Unión Europea en promover la sostenibilidad y la calidad en el empleo y favorecer la movilidad laboral y el fomento de la inclusión social y lucha contra la pobreza y cualquier forma de discriminación, en definitiva, en la mejora del bienestar y la calidad de vida de la ciudadanía, se destacan las siguientes recomendaciones para la definición de la Estrategia de Comunicación para el período 2014-2020:

Estrategia de Comunicación POISES

- Mejora del sistema de seguimiento de las actuaciones de comunicación, mediante un volcado periódico de los indicadores de realización y resultado asociados a las actuaciones realizadas.
- Redacción de casos de Buenas Prácticas de Actuación y de Comunicación como se venía haciendo en el período 2007-2013 e intentando una mejora progresiva en la identificación de los mismos. La selección de dichos casos debe orientarse hacia la finalidad de poner en conocimiento de la ciudadanía los objetivos que persigue el Programa Operativo de Inclusión Social y de la Economía Social y del Fondo Social Europeo y facilitar la visibilidad de los resultados obtenidos a través de su utilización.
- Procurar, en la medida de lo posible, realizar adecuadas estimaciones de los indicadores de realización y resultado, así como de los montantes estimados, analizando los niveles de ejecución alcanzado en el período 2007-2013.
- Incentivar la participación de los Organismos Intermedios y Beneficiarios en las redes de comunicación. Estas redes también pueden ser el instrumento para dar a conocer, entre los Organismos Intermedios y los Beneficiarios, la Estrategia de Comunicación y recordarles la importancia de mostrar a la ciudadanía, beneficiarios potenciales y beneficiarios finales la acción del Fondo Social Europeo en los distintos colectivos, regiones, sectores.
- Impulsar la creación de Grupos de Trabajo con el fin último de dar a conocer las obligaciones en materia de comunicación y diseñar los instrumentos adecuados para mejorar las acciones de comunicación.
- Mejorar las áreas de comunicación de la Autoridad de Gestión y de los Organismos Intermedio y/o Beneficiarios.
- Reforzar las actividades de comunicación en las cuales se haga partícipe a la ciudadanía.
- Aunque en el Informe de Evaluación Final se pone de manifiesto que los canales de comunicación tradicionales (televisión, prensa y radio) han sido los más efectivos, se hace necesario realizar un gran esfuerzo en poner al servicio de la comunicación las tecnologías de comunicación, las cuales permitirán acceder a un número mayor de población, con un menor coste, además de ayudar a reducir la brecha digital, por ello es muy importante el uso de las redes sociales.



Estrategia de Comunicación POISES

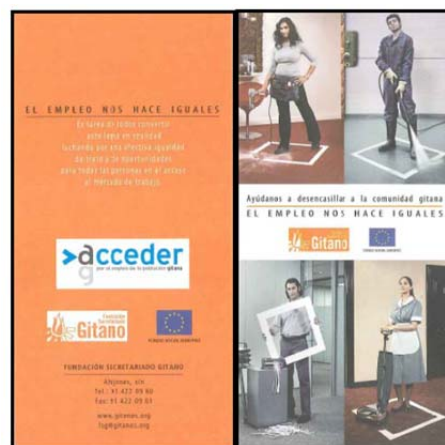
3. Alcance y contenido de la estrategia de comunicación

La Política de Cohesión es el instrumento de inversión más importante de la Unión Europea para lograr los objetivos de la Estrategia Europea. Dentro de esta política se enmarca el Programa Operativo de Inclusión Social y de la Economía Social.

En el marco de este Programa plurirregional, España invertirá 1.100 millones de euros, lo que incluirá 800 millones del Fondo Social Europeo, para impulsar la inserción laboral de las personas más alejadas del mercado laboral y potenciar el papel de la economía social.

El Programa se basa en tres principios básicos:

- La inclusión activa para que toda la ciudadanía, especialmente la más desfavorecida, pueda participar completamente en la sociedad y tener unas mejores opciones en el mercado laboral.
- La economía social como elemento clave para contrarrestar las repercusiones negativas de la situación económica y social actual en España.
- La importancia de adoptar un enfoque integrado que enlace las distintas áreas políticas y que favorezca la creación de sinergias entre el Fondo Social Europeo y el Fondo Europeo de Desarrollo Regional.



Conoce la guía de buenas experiencias en la integración laboral



Humanidad Imparcialidad Neutralidad Independencia Voluntariado

A partir de los buenos resultados y experiencias del Programa Operativo de Lucha contra la Discriminación 2007-2013, este nuevo Programa Operativo de Inclusión Social y de la Economía Social 2014-2020 tiene como

finalidad ayudar a los grupos de población que se encuentran más alejados del mercado laboral y con un mayor riesgo de discriminación, la población romaní y otras minorías étnicas, inmigrantes, emigrantes retornados, presos y exdelincuentes, mujeres y hombres con discapacidades, incluidas las mujeres, las familias monoparentales y los jóvenes. En definitiva, se espera que 500.000 personas participen en proyectos financiados por este Programa.



Estrategia de Comunicación POISES

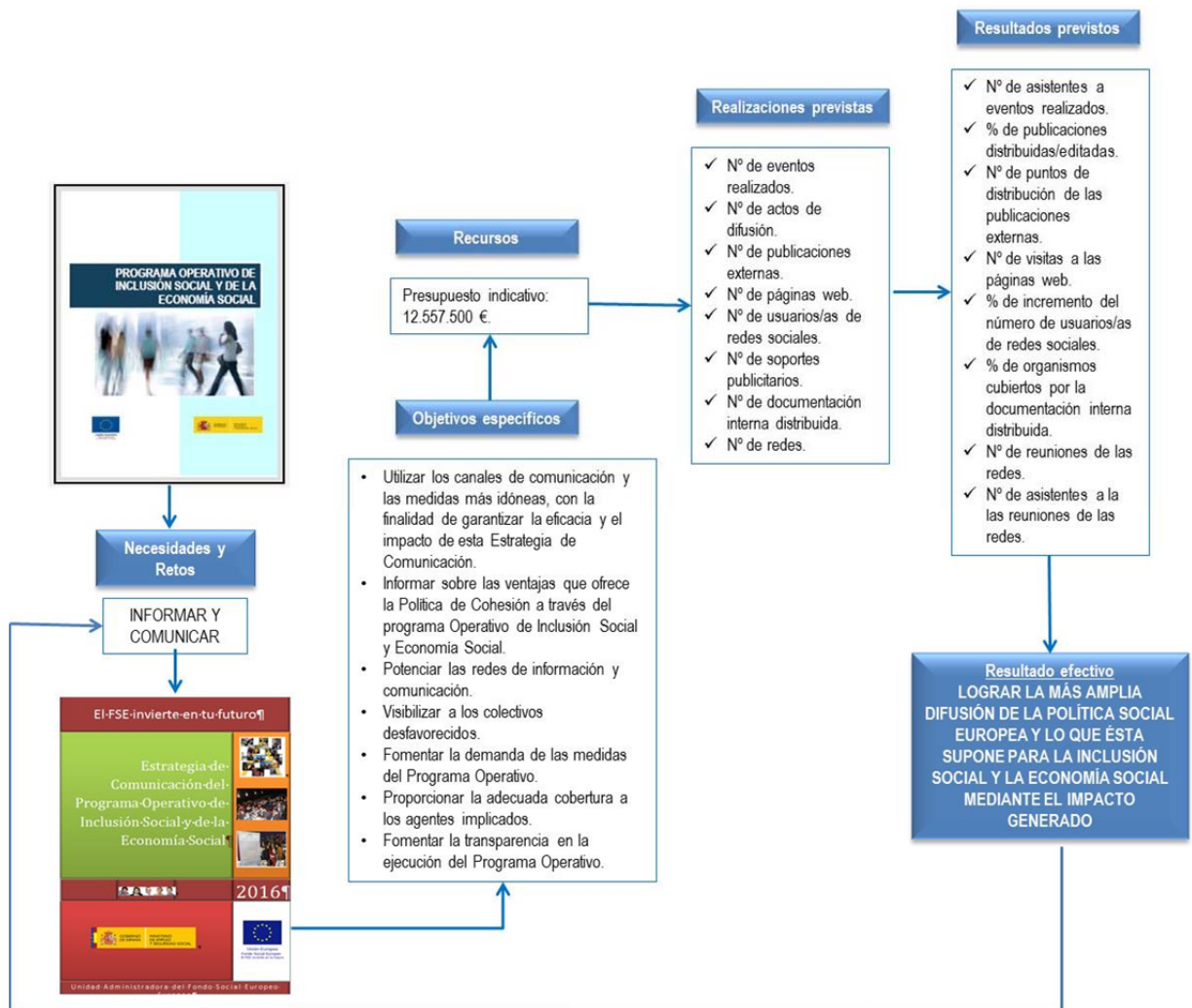
Además, las medidas previstas no sólo están orientadas hacia los propios grupos en riesgo de discriminación, sino que también tienen como finalidad aumentar la concienciación de los empresarios, instituciones y del público en general.

También es de destacar que España dedicará una parte importante de este Programa a invertir en la economía social y el emprendimiento social como vía para facilitar el acceso a un empleo.

Por último, dos ejes específicos dedicados a la innovación social y a la cooperación transnacional completan este Programa Operativo Temático en el que las asociaciones públicas y privadas, incluidas las ONG y el empresariado, desempeñarán un papel fundamental.



Lógica de intervención de la Estrategia de Comunicación



Estrategia de Comunicación POISES

3.1 Objetivos

Una vez conocido el contexto en el cual hay que actuar y la situación de partida, la Estrategia de Comunicación del Programa Operativo de Inclusión Social y de la Economía Social FSE 2014-2020 tiene que perseguir dar un mayor alcance, profundidad y cobertura a los objetivos y medidas desarrolladas en el período de programación 2007-2013, especialmente, en aquellas áreas que los equipos evaluadores externos e independientes han señalado como mejorables.



En consecuencia, se define el siguiente objetivo estratégico:

- Lograr la más amplia difusión de la Política Social Europea y lo que ésta supone para la Inclusión Social y la Economía Social.

Objetivos generales:

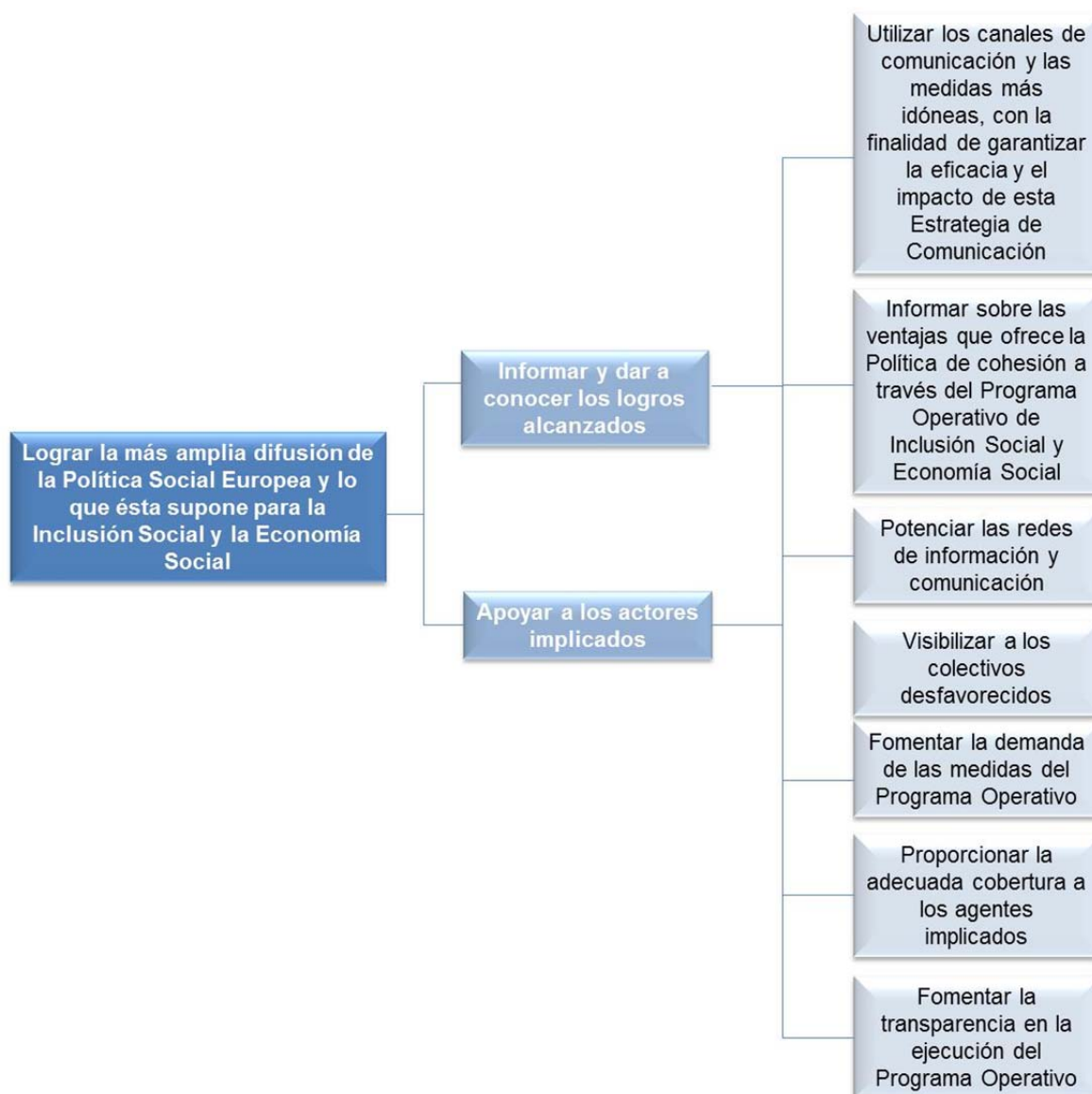
- Informar y dar a conocer los logros alcanzados con la ejecución de las operaciones definidas en el Programa Operativo, así como la importancia de la Política de Cohesión Europea.
- Apoyar a los actores implicados en las tareas de información y comunicación, para facilitarles la ejecución de las medidas establecidas y en las cuales participan de esta Estrategia de Comunicación.

Objetivos específicos:

- Utilizar los canales de comunicación y las medidas más idóneas, con la finalidad de garantizar la eficacia y el impacto de esta Estrategia de Comunicación y que la información llegue por igual a mujeres y a hombres.
- Informar sobre las ventajas que ofrece la Política de Cohesión a través del Programa Operativo de Inclusión Social y Economía Social.
- 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.
- Fomentar la transparencia en la ejecución del Programa Operativo.

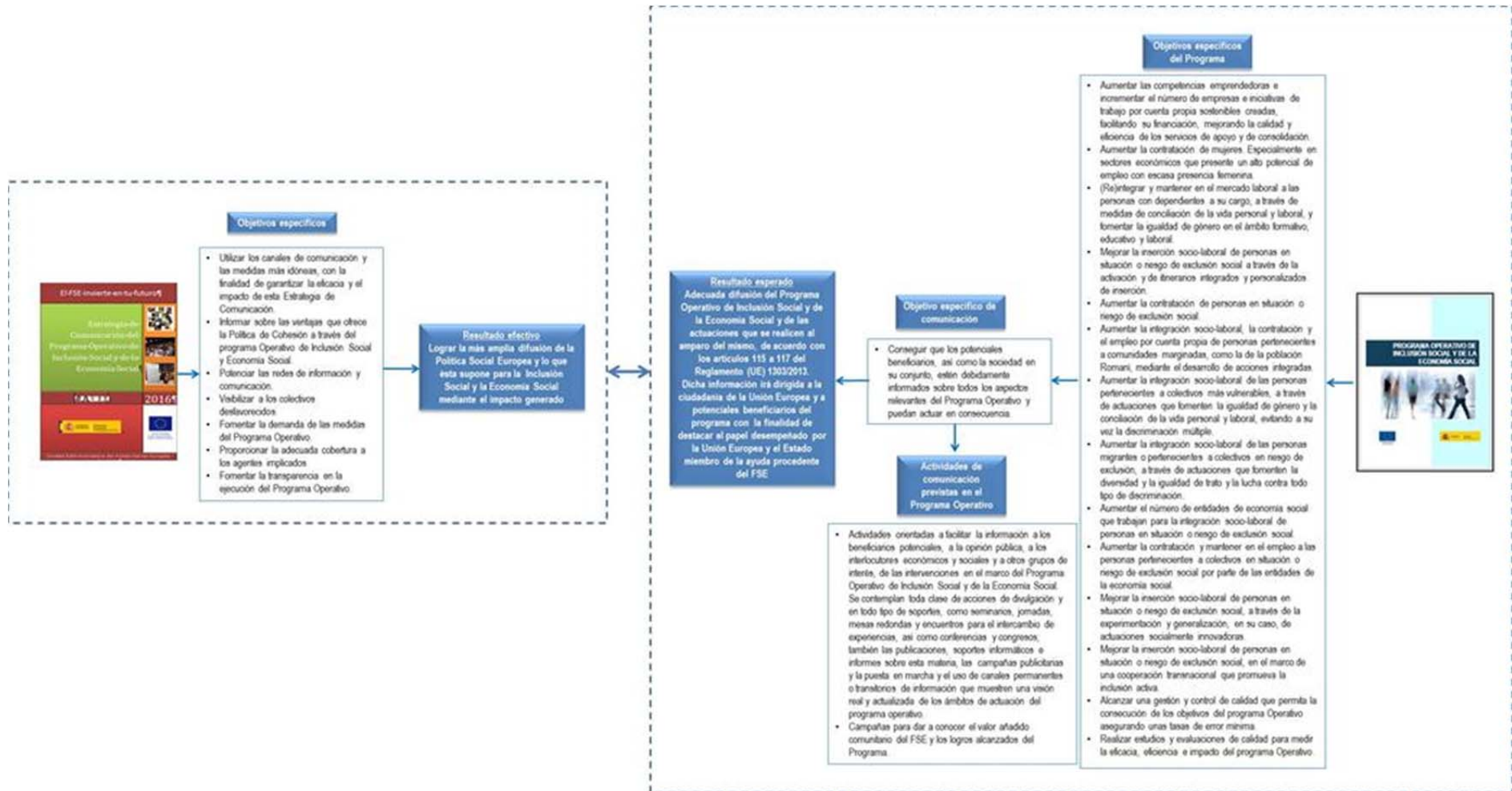
Estrategia de Comunicación POISES

Árbol de objetivos de la Estrategia de Comunicación del Programa Operativo de Inclusión Social y de la Economía Social



Estrategia de Comunicación POISES

Vinculación entre los objetivos de la Estrategia de Comunicación y los del Programa Operativo



Estrategia de Comunicación POISES

Matriz de relaciones entre los Objetivos específicos y los resultados esperados

Objetivos específicos	Resultados previstas							
	Nº de asistentes a eventos realizados	% de publicaciones distribuidas/editadas	Nº de puntos de distribución de las publicaciones externas	Nº de visitas a las páginas web	% de incremento del nº de usuarios/as de redes sociales	% organismos cubiertos por la documentación interna distribuida	Nº de reuniones de las redes	Nº de asistentes a las reuniones de las redes
Utilizar los canales de comunicación y las medidas más idóneas, con la finalidad de garantizar la eficacia y el impacto de esta Estrategia de Comunicación	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Informar sobre las ventajas que ofrece la Política de Cohesión a través del programa Operativo de Inclusión Social y Economía Social	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
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	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Fomentar la transparencia en la ejecución del Programa Operativo	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

Matriz de relaciones entre los Objetivos específicos y los impactos esperados

Objetivos específicos	Impactos esperados				
	Grado de conocimiento de las obligaciones existentes en el marco de las actuaciones de 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 participantes respecto a la información facilitada	Tasa de utilidad de las actuaciones	Grado de conocimiento del FSE por parte de la ciudadanía	Grado de conocimiento del papel desempeñado por la Unión Europea por parte de la ciudadanía
Utilizar los canales de comunicación y las medidas más idóneas, con la finalidad de garantizar la eficacia y el impacto de esta Estrategia de Comunicación	✓	✓	✓	✓	✓
Informar sobre las ventajas que ofrece la Política de Cohesión a través del programa Operativo de Inclusión Social y Economía Social	✓		✓	✓	✓
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	✓	✓	✓		
Fomentar la transparencia en la ejecución del Programa Operativo	✓	✓	✓	✓	✓

Estrategia de Comunicación POISES

Para poder alcanzar estos objetivos y según las directrices definidas por la Comisión Europea, hay que tener en cuenta tres criterios:

- Transparencia.
- Concienciación pública.
- Coordinación.

Es importante difundir las oportunidades definidas en el Programa Operativo de Inclusión Social y Economía Social y la forma de poder acceder a dichas oportunidades con transparencia, es decir:

- Hacer llegar a la ciudadanía y a los potenciales beneficiarios información sobre las posibilidades que ofrece el Fondo Social Europeo.
- Fomentar una mayor transparencia en la información que se ofrezca del Programa Operativo, es decir, de la utilidad que tiene el Fondo Social Europeo, así como de las medidas desarrolladas para luchar contra el fraude, la trazabilidad de las operaciones y la procedencia de los fondos.
- Asegurar una correcta comprensión de los procesos de acceso al Fondo Social Europeo.
- Establecer cauces de comunicación claros, sencillos y accesibles entre los potenciales beneficiarios y la ciudadanía y la Administración Pública.
- Dar a conocer de forma sencilla y comprensible a los potenciales beneficiarios las posibilidades de ayuda con las que pueden contar.

Se pretende dar a conocer en qué está invirtiendo el Fondo Social Europeo, los resultados que se van obteniendo y cómo pueden mejorar las condiciones de vida de sus beneficiarios y la ciudadanía, es decir, concienciación pública:

- Mejorar el grado de conocimiento de la ciudadanía y de los potenciales beneficiarios del funcionamiento del Fondo Social Europeo y del papel de la Unión Europea, dando a conocer la labor que se lleva a cabo para mejorar la calidad de vida de la ciudadanía a partir de una estrecha colaboración de todos los agentes implicados.
- Al llevar a cabo las actuaciones de concienciación, la opinión pública deberá comprender que la financiación de la Unión Europea va más allá de una contribución financiera, puesto que es el resultado de un conjunto de actuaciones y esfuerzos llevados a



Estrategia de Comunicación POISES

cabo para lograr un mayor equilibrio y armonía entre todos los territorios y colectivos de la Unión Europea.

- Es necesario comunicar de forma clara y sencilla los logros que se van alcanzando con la ejecución del Programa Operativo, con el fin de que la ciudadanía conozca las prioridades del FSE y en qué se invierten estos Fondos Europeos, así como la manera en que estas inversiones pueden mejorar su calidad de vida.

Además, se ha puesto de manifiesto la importancia de las redes durante el período 2007-2013, por tal motivo, es importante seguir trabajando y mejorando en la coordinación:

- Gestión y control de las medidas de comunicación.
- Establecer las medidas más acordes con lo que se quiere transmitir.
- Utilización de canales específicos para cada colectivo.
- Seguimiento y evaluación de las medidas de comunicación.
- Utilización de mensajes, claros, sencillos y accesibles.
- La coordinación de la participación en distintas redes.

3.2 Grupos destinatarios

En virtud de lo establecido en el Anexo XII del Reglamento (UE) nº1303/2013 se han establecido los siguientes grupos destinatarios:

A) Beneficiarios potenciales³:

- Organizaciones del tercer sector.
- Autoridades públicas nacionales, regionales y/o locales.
- Empresas y agentes económicos.
- Interlocutores económicos y sociales.
- Proveedores de enseñanza y formación profesional.
- Organismos de promoción de la igualdad de género, la igualdad de oportunidades y no discriminación.



³Los beneficiarios potenciales son los organismos públicos y privados susceptibles de optar a la financiación comunitaria.

Estrategia de Comunicación POISES

- Economía social.
- Redes especializadas.

B) Beneficiarios⁴ públicos y privados.

C) Colectivos diana /destinatarios últimos de las operaciones:

- Minorías étnicas.
- Inmigrantes.
- Personas con discapacidad.
- Parados de larga duración.
- Otros grupos con especiales dificultades de acceso al mercado laboral.

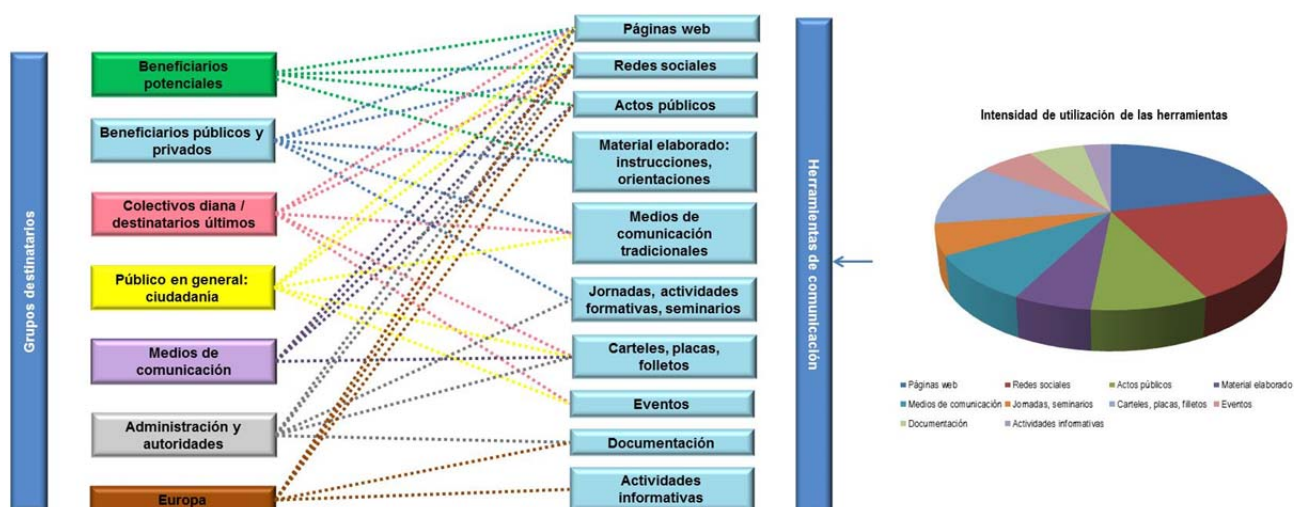
D) Público en general, es decir la ciudadanía.

E) Medios de comunicación.

F) Administración y autoridades.

G) Europa.

Relación entre los grupos destinatarios y las herramientas e intensidad de utilización de las mismas



Además, tanto la Autoridad de Gestión como los organismos Intermedios y Beneficiarios del Programa Operativo de Inclusión Social y de la economía Social implementarán actuaciones específicas para la elaboración de materiales accesibles a personas con discapacidad.

Se deberá emplear subtítulos en los audiovisuales que se elaboren en todas las medidas que se basen en emisión de imágenes, asimismo, se adaptarán los productos

⁴Los beneficiarios son los organismos públicos o privados responsables de iniciar o de iniciar y ejecutar las operaciones.

Estrategia de Comunicación POISES

digitales a los distintos tamaños de pantalla, para que se pueda leer el contenido con independencia del dispositivo que se elija o que se necesite utilizar. Se empleará, cuando sea conveniente, programas de lectura de texto (TTS), que permitan convertir el texto digital a voz sintetizada a través del programa informático adecuado.

3.3 Contenido de las medidas de información y comunicación

La definición de las medidas de información y comunicación deberá atender al cumplimiento de los objetivos establecidos y tienen que ser diseñadas en función del público objetivo. Por estos motivos, las medidas deberán ser:

- **Adaptadas:** es decir, el público destinatario tiene que recibir la información en función de sus necesidades, de forma clara, completa y coherente.
- **Accesibles,** o lo que es lo mismo, las medidas deberán utilizar los canales de comunicación y soportes más adecuados para cada grupo destinatario, haciéndose un especial hincapié en las medidas de accesibilidad de las personas con discapacidad, y debiendo estar la información disponible cómo y cuándo el destinatario la necesite.



Así pues, las personas destinatarias de la información tienen características diversas, tipos de necesidades diferentes y cuando solicitan información no siempre buscan la misma. Por ello, se han previsto los siguientes canales de difusión de las medidas:

- Las tecnologías de la información y comunicación (NTIC) y, en particular, internet y las redes sociales, tendrán un especial protagonismo en el desarrollo de la Estrategia de Comunicación por su impacto, bajo coste y la importancia otorgada al creciente uso de las TIC por parte de la Administración Pública, de los colectivos destinatarios del Programa Operativo y la ciudadanía
- También tendrán un papel preponderante los medios de comunicación social tradicionales (prensa, radio, televisión), ya sea mediante la inserción de anuncios, la realización de campañas publicitarias y/o el contacto permanente con los mismos para hacerles partícipes de la evolución del Programa Operativo (notas de prensa, comunicados, ruedas de prensa, sesiones informativas con periodistas, etc.).



Estrategia de Comunicación POISES

- Finalmente, las acciones de comunicación se completarán con otros medios como la edición de materiales divulgativos (folletos, carteles y similares), la organización y/o participación en actos y eventos de distinto tipo, la realización de estudios e investigaciones, la edición de publicaciones en formato papel y/o electrónico, la preparación de documentación de tipo metodológico, etc.



En todos los casos, se ha de buscar adaptar los mensajes que se quieren difundir, al público destinatario y el canal de comunicación seleccionado, teniendo en cuenta la perspectiva de género.

Asimismo, las medidas establecidas en esta Estrategia de Comunicación se han definido en función de los criterios establecidos de transparencia, concienciación y coordinación.

1. Transparencia

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.



En las convocatorias de ayudas y/o licitaciones se incluirá el siguiente párrafo o uno similar:

Este proyecto está cofinanciado por el Fondo Social Europeo (FSE).

Además, en las resoluciones y/o adjudicaciones de actuaciones que vayan a ser cofinanciadas se incluirán los siguientes párrafos o similares:

Este proyecto se cofinancia por el Fondo Social Europeo (FSE).

Esta resolución/adjudicación supone su aceptación a ser incluido en la lista pública prevista en el artículo 115, apartado 2 del Reglamento (UE) nº 1303/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo de 17 de diciembre de 2013.

Estrategia de Comunicación POISES

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.

En todas las convocatorias de proyectos, ayudas o subvenciones, los criterios de admisibilidad de las solicitudes se deben exponer de forma clara, así como el procedimiento para acceder a las ayudas comunitarias incluidas en el Programa Operativo de Inclusión Social y de la Economía Social.

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.



El nombre y los datos de contacto de estas unidades se pondrá a disposición de los potenciales beneficiarios, siempre que se estime oportuno, a través de los materiales divulgativos que se editen, en las jornadas que se celebren y en portal único de la Autoridad de Gestión y, en su caso, en las de los Organismos Intermedios implicados en el Programa Operativo de Inclusión Social y de la Economía Social.

Medida 1.7.: Informar sobre las obligaciones que se adquieren en materia de información y comunicación al ser beneficiario.

Con objeto de dar transparencia al proceso de acceso al FSE, los potenciales beneficiarios deben estar informados acerca de las principales responsabilidades y obligaciones que en materia de gestión, seguimiento, control, evaluación, información y comunicación de los proyectos que ejecuten van a asumir si finalmente son seleccionados.

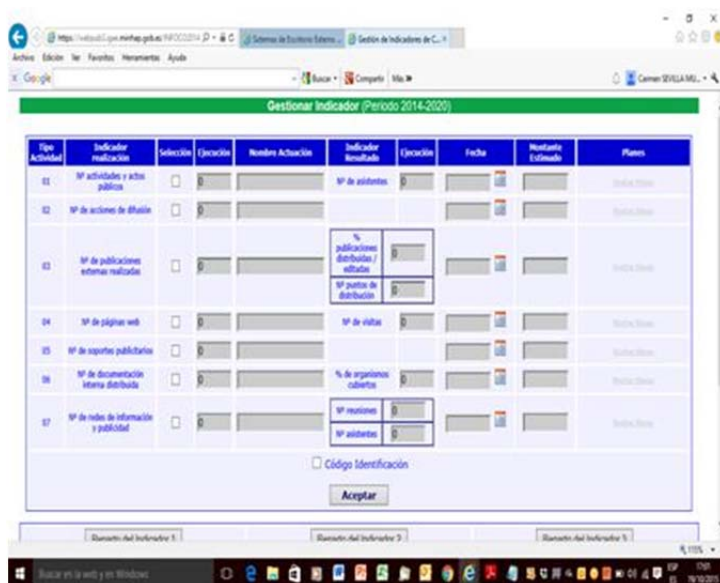
Estrategia de Comunicación POISES

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.

Esta resolución/adjudicación supone su aceptación a ser incluido en la lista pública prevista en el artículo 115, apartado 2 del reglamento (UE) nº 1303/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo de 17 de diciembre de 2013.

Medida 1.9.: Medidas de seguimiento.

A través de los Informes Anuales de Ejecución, de forma cuantitativa y cualitativa y mediante la aplicación de seguimiento INFOCO2014, de manera cuantitativa, se llevará cabo el seguimiento de las medidas de información y comunicación adoptadas para dar a conocer la Política de Cohesión de la Unión Europea.



Medida 1.10.: Medidas de impacto.

Mediante el estudio de los casos de buenas prácticas detectados y los indicadores de impacto obtenidos por los evaluadores externos e independientes, se procederá al análisis del impacto de la Estrategia de Comunicación y la aplicación de las medidas definidas en ella.

Medida 1.11.: Publicación de los criterios de selección de las operaciones.

En el portal único de la Autoridad de Gestión y en las páginas web de los Organismos Intermedios, si procediese, se publicarán los criterios de selección de las operaciones con la finalidad de proporcionar la correspondiente transparencia.

Cuadro resumen de medidas

Público destinatario	Medidas	Ejecutores
Beneficiarios potenciales Beneficiarios públicos y privados Ciudadanía Medios de comunicación	1.1. Dar a conocer los objetivos del PO y las oportunidades de financiación.	Autoridad de Gestión Organismos Intermedios
Beneficiarios potenciales	1.2. Facilitar información sobre la publicación y el inicio de convocatorias de ayuda.	Autoridad de Gestión Organismos Intermedios Beneficiarios públicos y privados

Estrategia de Comunicación POISES

Público destinatario	Medidas	Ejecutores
Beneficiarios públicos y privados	1.3 Garantizar dentro de las páginas web asociadas al PO, la mención expresa sobre las responsabilidades de los beneficiarios en materia de información y comunicación.	Organismos Intermedios
Beneficiarios públicos y privados	1.4 Facilitar herramientas a los beneficiarios para el cumplimiento de las obligaciones en materia de información y comunicación.	Autoridad de Gestión Organismos Intermedios
Beneficiarios potenciales	1.5 Descripción de los procedimientos utilizados en la selección de operaciones de financiación y plazos.	Autoridad de Gestión Organismos Intermedios
Beneficiarios potenciales	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.	Autoridad de Gestión Organismos Intermedios
Beneficiarios potenciales Beneficiarios públicos y privados	1.7 Informar sobre las obligaciones que se adquieren en materia de información y comunicación al ser beneficiario.	Autoridad de Gestión Organismos Intermedios
Beneficiarios públicos y privados	1.8 Informar a los beneficiarios de que la aceptación de la financiación implica la aceptación de su inclusión en la lista de beneficiarios	Autoridad de Gestión Organismos Intermedios
Ciudadanía Medios de Comunicación	1.9 Medidas de seguimiento	Autoridad de Gestión Organismos Intermedios Beneficiarios públicos y privados
Ciudadanía Medios de Comunicación Administración y autoridades Europa	1.10 Medidas de impacto	Autoridad de Gestión Organismos Intermedios Beneficiarios públicos y privados
Beneficiarios potenciales Beneficiarios públicos y privados Ciudadanía Medios de comunicación	1.11 Publicación de los criterios de selección de las operaciones	Autoridad de Gestión

2. Concienciación

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.

Estrategia de Comunicación POISES

Con la finalidad de que todos los destinatarios del Programa Operativo de Inclusión Social y de la Economía Social conozcan dicha intervención, así como las posibilidades de financiación que ofrece, se realizará un acto de presentación del mismo, con el objetivo último de darle la máxima difusión.



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.

La Autoridad de Gestión organizará anualmente un evento referido a todos los Programas Operativos financiados con FSE de aplicación en España, con la participación de la Comisión Europea, representantes de los Organismos Intermedios y Beneficiarios. Dicho evento tendrá lugar donde se decida por parte de la Autoridad de Gestión y en el mismo se difundirán, de cara a la ciudadanía, los avances registrados en los distintos Programas Operativos, así como los aspectos relevantes de buenas prácticas en cada período.



Medida 2.3.: Exponer el emblema de la Unión Europea en las instalaciones de la Autoridad de Gestión.

La bandera de la Unión Europea deberá permanecer izada de manera permanente delante de la sede de la Autoridad de Gestión durante todos los días del año.



Medida 2.4.: Hacer una publicación electrónica con la lista de operaciones y actualizarla cada seis meses como mínimo.

Esta lista de operaciones se presentará en un formato adecuado que permita clasificar, consultar, extraer y comparar los datos, así como publicarlos fácilmente en internet, actualizándose como mínimo cada seis meses.



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 Gestión⁵. Los ejemplos de operaciones deben formularse en una lengua oficial de la Unión Europea de amplia difusión distinta de la lengua o lenguas oficiales del Estado miembro, por tanto, serán redactados en español e inglés.

⁵<http://www.empleo.gob.es/uafse/>

Estrategia de Comunicación POISES

Dichas operaciones deberán cumplir los criterios establecidos de forma consensuada en el ámbito del GERIP, es decir:

- La actuación ha sido convenientemente difundida entre los beneficiarios, beneficiarios potenciales y el público en general.

Elevada difusión entre los beneficiarios y el público en general. Se deberá presentar todo lo realizado para la comunicación de la citada actuación.

- La actuación incorpora elementos innovadores.

Habrá que destacar el carácter innovador de la actuación, que puede estar vinculado a las metodologías, tecnologías o procesos, a los servicios facilitados y a las distintas herramientas empleadas para ponerla en marcha. También se considerará la innovación respecto al territorio o ámbito de ejecución y al público objetivo.

- Adecuación de los resultados obtenidos a los objetivos establecidos.

Se han de destacar los principales objetivos, haciendo ver el valor añadido que supone el haber recibido Fondos Europeos, indicando si todos ellos se están cumpliendo y haciendo hincapié en qué tipo de actividades y resultados se pueden atribuir al proyecto. Impacto en términos físicos, cuantitativos, cualitativos e impacto en términos de crecimiento y empleo, diferenciando entre el impacto entre mujeres y hombre, siempre que sea posible.

- Contribución a la resolución de un problema o debilidad detectada en el ámbito territorial de ejecución.

Es preciso describir a qué problemática responde el proyecto presentado y cómo su puesta en marcha favorece el desarrollo del territorio y/o del público objetivo.

- Alto grado de cobertura sobre la población a la que va dirigida.

Debe mencionarse el alcance, no solo sobre los beneficiarios directos, sino también sobre la población en general, con distinción entre hombres y mujeres, siempre que sea posible.

- Consideración de los criterios horizontales de igualdad de oportunidades y no discriminación, así como responsabilidad social y sostenibilidad ambiental.

Se debe indicar cómo se han aplicado estos criterios en la actuación correspondiente.



Estrategia de Comunicación POISES

- Sinergias con otras políticas o instrumentos de intervención pública.

Se tendrá en cuenta si la actuación ha reforzado la actuación de otros fondos (regionales, nacionales, europeos) y ha contribuido a potenciar los aspectos positivos de los mismos.

Su presentación se hará mediante un informe de buenas prácticas en el que se aportarán los argumentos necesarios para justificar el cumplimiento de los anteriores criterios, así como cuanta documentación gráfica y documental de apoyo se considere oportuna, el importe de la ayuda y el gasto total al que asciende la operación en cuestión y el impacto de la misma en términos de desarrollo económico y empleo.

Todos los organismos públicos que reciban Fondos procedentes de la Política de Cohesión en cada Programa Operativo deberán presentar al menos una buena práctica por año. Esta obligación se hace extensible a aquellos Organismos Públicos que gestionan líneas de ayuda a empresas, que en este caso, deberán presentar Buenas Prácticas que impliquen a alguna o algunas de las empresas que hayan sido beneficiarias de las ayudas de una determinada convocatoria. En todo caso, y en la medida que sea posible se intentará que el montante global que supongan las Buenas Prácticas en el total del período supere al menos el 50% del montante total asignado.

Medida 2.6.: Actualizar la información sobre la ejecución del Programa Operativo, sus principales logros, en el portal único de la Autoridad de Gestión.

En el portal único de la Autoridad de Gestión se actualizará periódicamente la información que se proporcione sobre la ejecución del Programa. Los contenidos de este portal único serán:

- Información relacionada con el proceso de programación, gestión, evaluación, comunicación y control.
- Estrategia de Comunicación, así como sus avances.
- Información dirigida a los beneficiarios y organismos gestores de las distintas actuaciones, con información y documentación de su interés: manuales de gestión y control de las operaciones, guía de información y comunicación dirigida a los gestores, etc.
- Selección de noticias destinadas a informar sobre las novedades que se produzcan en el ámbito del FSE y, en especial, sobre la evolución del Programa Operativo de Inclusión Social y de la Economía Social.
- Zona de descarga de documentación en formato electrónico relacionada con el Programa Operativo.

Estrategia de Comunicación POISES

Medida 2.7.: Inclusión en las páginas web de los Organismos Intermedios de toda la información necesaria para facilitar la accesibilidad al Programa.

Entre dicha documentación se puede incluir:

- Documentos de Programación.
- Normativa aplicable.
- Manuales de normas y procedimientos.
- Convocatorias de ayudas.
- Resoluciones de las distintas convocatorias.
- Etc.



Medida 2.8.: Realizar campañas divulgativas de las medidas incluidas en el Programa Operativo.

A lo largo del período de ejecución del Programa Operativo, desde la Autoridad de Gestión, los distintos Organismos Intermedios y/o Beneficiarios se podrán en marcha campañas publicitarias en los medios de comunicación que se consideren en cada caso más oportunos (televisión, prensa, radio, páginas web, redes sociales), con el objeto de difundir a la ciudadanía los logros, avances y resultados de las acciones emprendidas.



En particular, a través de los medios de comunicación se tratará de que la ciudadanía, en general, conozca el papel que el FSE, juega en la inclusión social y en la mejora de la calidad de vida de la población española.

Medida 2.9.: Celebración del Día de Europa (9 de mayo)

La organización de este acto tendrá un carácter festivo, en el cual se involucrará en su realización a colectivos diferenciados de la sociedad, como pueden ser niños/as, jóvenes, ancianos/as, mujeres, con la finalidad última de explicarles, de forma clara, sencilla y accesible, lo que es Europa, el FSE y la importancia que tiene la Política de Cohesión en la creación de empleo, formación, inclusión, etc.



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.

Estrategia de Comunicación POISES

Dar a conocer a la ciudadanía, determinadas actividades desarrolladas en el marco del Programa Operativo, que puedan ser de máximo interés, facilitando, así, su comprensión.

Medida 2.11.: Organizar seminarios, jornadas y conferencias para dar a conocer actividades concretas del Programa.

Se potenciará la presencia en jornadas, seminarios, eventos, ferias, certámenes donde se haga ver el papel relevante que la financiación europea desempeña en la puesta en marcha de las actuaciones recogidas en el Programa Operativo.

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.

Tras los Comités de Seguimiento es adecuado convocar a la prensa para poner de manifiesto las principales conclusiones que se han alcanzado, así como la marcha en la ejecución del Programa y los logros que se están alcanzando con el mismo.

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.

Todos los actores implicados en la gestión, seguimiento y ejecución del Programa Operativo deben destacar los mejores proyectos efectuados al amparo del Programa y ponerlos a disposición del público en general, y de aquellos colectivos interesados en particular, para dar a conocer en qué se está invirtiendo el FSE destinado al Programa. Estos casos de buenas prácticas serán incluidos en el portal único de la Autoridad de Gestión.

Medida 2.16.: Utilización del lema que se venía utilizando en el período 2007-2013: “*El FSE invierte en tu futuro*”.



Estrategia de Comunicación POISES

Incluir en todas las actuaciones de comunicación y en la documentación, siempre que sea posible, el lema acordado para el FSE, para que resalte el valor añadido del mismo y de la Unión Europea.

Medida 2.17.: Al finalizar el período de programación, se organizará un acto público para dar a conocer los resultados del Programa Operativo.

Bajo la premisa de concienciar de los objetivos y resultados del FSE y de la Política de Cohesión de la Unión Europea, se realizará un acto, en el cual, se expongan las inversiones realizadas en el marco del Programa Operativo y los resultados obtenidos con las mismas.

Cuadro resumen de medidas

Público destinatario	Medidas	Ejecutores
Beneficiarios potenciales Beneficiarios públicos y privados Ciudadanía Medios de comunicación Administración y autoridades Europa	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.	Autoridad de Gestión
Beneficiarios potenciales Beneficiarios públicos y privados Ciudadanía Medios de comunicación Administración y autoridades Europa	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.	Autoridad de Gestión
Ciudadanía	2.3 Exponer el emblema de la Unión Europea en las instalaciones de la Autoridad de Gestión.	Autoridad de Gestión Organismos Intermedios
Beneficiarios potenciales Beneficiarios públicos y privados Ciudadanía Medios de comunicación Administración y autoridades Europa	2.4 Hacer una publicación electrónica con la lista de operaciones y actualizarla cada seis meses como mínimo.	Autoridad de Gestión
Beneficiarios potenciales Beneficiarios públicos y privados Ciudadanía Medios de comunicación Administración y autoridades Europa	2.5 Destacar operaciones del Programa Operativo en la página web de la Autoridad de Gestión	Autoridad de Gestión
Beneficiarios potenciales Beneficiarios públicos y privados Ciudadanía Medios de comunicación Administración y autoridades	2.6 Actualizar la información sobre la ejecución del Programa Operativo, sus principales logros, en el portal único de la Autoridad de Gestión	Autoridad de Gestión

Estrategia de Comunicación POISES

Público destinatario	Medidas	Ejecutores
Europa		
Beneficiarios potenciales Beneficiarios públicos y privados Ciudadanía Medios de comunicación	2.7 Inclusión en las páginas web de los Organismos Intermedios de toda la información necesaria para facilitar la accesibilidad al Programa	Organismos Intermedios
Beneficiarios potenciales Ciudadanía Medios de comunicación	2.8 Realizar campañas divulgativas de las medidas incluidas en el Programa Operativo	Autoridad de Gestión Organismos Intermedios Beneficiarios públicos y privados
Beneficiarios potenciales Ciudadanía Medios de comunicación	2.9 Celebración del Día de Europa (9 de mayo).	Autoridad de Gestión De forma voluntaria, los Organismos Intermedios
Beneficiarios potenciales Ciudadanía Medios de comunicación	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.	Autoridad de Gestión Organismos Intermedios Beneficiarios públicos y privados
Beneficiarios potenciales Beneficiarios públicos y privados	2.11 Organizar seminarios, jornadas y conferencias para dar a conocer actividades concretas del Programa	Autoridad de Gestión Organismos Intermedios Beneficiarios públicos y privados
Ciudadanía Medios de comunicación	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	Autoridad de Gestión Organismos Intermedios Beneficiarios públicos y privados
Ciudadanía Medios de comunicación	2.13 Convocatoria de ruedas de prensa tras los Comités de Seguimiento.	Autoridad de Gestión
Beneficiarios potenciales Ciudadanía Medios de comunicación	2.14 Utilización de las redes sociales para comunicar y difundir actividades concretas del Programa.	Autoridad de Gestión Organismos Intermedios Beneficiarios públicos y privados
Beneficiarios potenciales Ciudadanía Medios de comunicación	2.15 Selección y recopilación de casos de buenas prácticas.	Organismos Intermedios Beneficiarios públicos y privados
Beneficiarios potenciales Ciudadanía Medios de comunicación	2.16 Utilización del lema que se venía utilizando en el período 2007-2013: "El FSE invierte en tu futuro"	Autoridad de Gestión Organismos Intermedios Beneficiarios públicos y privados
Ciudadanía Medios de comunicación	2.17 Al finalizar el período de programación, se organizará un acto público para dar a conocer los resultados del Programa Operativo	Autoridad de Gestión con la colaboración de los Organismos Intermedios

Estrategia de Comunicación POISES

3. Coordinación

Medida 3.1.: Elaboración de metodologías de trabajo.

Es fundamental establecer líneas de trabajo que fomenten la coordinación y la homogeneización de las tareas a realizar en todos los ámbitos de ejecución del Programa Operativo, es decir, seguimiento, gestión, control, evaluación, comunicación y cierre. Por ello, se elaborarán aquellos documentos que faciliten las labores a realizar durante el período de vida del Programa Operativo.



Medida 3.2.: Realización de reuniones, jornadas, seminarios con la finalidad de poner en común obligaciones en materia de información y comunicación.

Asimismo, es importante compartir y exponer las obligaciones existentes en materia de información y comunicación, así como la resolución de posibles dudas que surjan, para ello, se hace necesario este tipo de encuentros.



Medida 3.3.: Elaboración de documentos de orientaciones e instrucciones específicas en la materia.

Desde la Autoridad de Gestión y/o Organismos Intermedios se elaborará una guía que facilite el cumplimiento de las obligaciones en materia de información y comunicación.



Medida 3.4.: Participación en redes temáticas.

En el pasado período de programación ya se puso de manifiesto la gran utilidad de las redes temáticas, por tal motivo, en este período 2014-2020 se seguirá trabajando en el mismo sentido. En dichas redes se facilitará documentación, además de fomentar el intercambio de experiencias.

Cuadro resumen de medidas

Público destinatario	Medidas	Ejecutores
Beneficiarios potenciales Beneficiarios públicos y privados Administración y autoridades Europa	3.1 Elaboración de metodologías de trabajo.	Autoridad de Gestión Organismos Intermedios

Estrategia de Comunicación POISES

Público destinatario	Medidas	Ejecutores
Beneficiarios potenciales Beneficiarios públicos y privados Administración y autoridades Europa	3.2 Realización de reuniones, jornadas, seminarios con la finalidad de poner en común obligaciones en materia de información y comunicación.	Autoridad de Gestión Organismos Intermedios
Beneficiarios potenciales Beneficiarios públicos y privados	3.3 Elaboración de documentos de orientaciones e instrucciones específicas en la materia.	Autoridad de Gestión Organismos intermedios
Beneficiarios potenciales Beneficiarios públicos y privados Administración y autoridades Europa	3.4 Participación en redes temáticas.	Autoridad de Gestión Organismos Intermedios

Por otra parte, el Programa Operativo tiene previsto desarrollar operaciones de innovación y cooperación, es decir:

- Se promoverá la innovación social en los sectores correspondientes a su ámbito de actuación, con el fin de ensayar, evaluar y generalizar soluciones innovadoras, que hagan frente a las necesidades sociales, en colaboración con todos los socios pertinentes y, en particular, con los agentes sociales. Para ello se integrará la perspectiva de género en cada una de las actuaciones que se lleven a cabo y se potenciará la aplicación de soluciones innovadoras a los retos que afrontan las personas más vulnerables.

Además se promoverá un refuerzo y crecimiento innovador de la economía social en España, sector económico que ha mostrado mayor resistencia a la crisis económica y que, por tanto, presenta a priori mayor capacidad de innovación social.

- Respecto de la cooperación transnacional, también queda contemplada en el Programa Operativo, facilitando la promoción del aprendizaje mutuo para aumentar la eficacia de las políticas financiadas.

De esta manera, se promoverá el aprendizaje e intercambio de experiencias en materia de economía social con el resto de los países de la Unión Europea, de cara a promover el refuerzo y crecimiento de la economía social en España.

Según se articulen estas operaciones y cuando se conozca el modo de participar en las mismas, se procederá a la inclusión de medidas de comunicación específicas para éstas.

En conclusión, la ejecución de las medidas propuestas en esta Estrategia de Comunicación ha de potenciar el desarrollo del Programa Operativo, mediante la captación de beneficiarios, que puedan disfrutar de las operaciones que se han

Estrategia de Comunicación POISES

definido en la intervención, así como informar y difundir los proyectos desarrollados y los logros alcanzados con el Programa.

3.4 Actuaciones a desarrollar por parte de los beneficiarios y fórmulas previstas para ayudar a los mismos en sus actuaciones de comunicación

El compromiso de los Beneficiarios públicos y privados que han participado en el Programa Operativo de Lucha contra la Discriminación 2007-2013 ha sido muy elevado, tal y como se desprende no sólo de los indicadores de comunicación puestos en marcha durante los años 2007-2013, sino también en las conclusiones de las dos evaluaciones llevadas a cabo durante dicho período de programación.

Además, el valor añadido de este Programa Operativo no está sólo en su orientación cualitativa específica, sino en su composición, ya que combina actores de la esfera pública y de la esfera privada, con el fin de cubrir de forma eficaz todas las situaciones de exclusión y de incorporar aquellos agentes que trabajan sobre el terreno con las personas que sufren la discriminación, la pobreza y la exclusión social, tal y como se venía haciendo en el Programa de Lucha contra la Discriminación, en el cual el papel desarrollado por los Beneficiarios, en la comunicación de las actuaciones y la difusión de los logros alcanzados, ha sido muy relevante.



Así, las actuaciones a desarrollar por los beneficiarios serán aquellas vinculadas con la responsabilidad que asumen al adquirir tal condición⁶:

- En todas las medidas de información y comunicación que lleve a cabo y que su tamaño lo permita, el beneficiario deberá indicar el apoyo del FSE a la operación, mostrando:
 - ✓ El emblema de la Unión Europea de conformidad con las características establecidas en el Reglamento de Ejecución (UE) nº 82/2014 de la Comisión, de 28 de julio⁷.
 - ✓ Una referencia al Fondo cofinanciador, es decir, al FSE.
 - ✓ Lema relacionado con el Fondo: “El FSE invierte en tu futuro”.

⁶ Anexo XII del Reglamento (UE) nº 1303/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo de 17 de diciembre de 2013.

⁷ Capítulo II y Anexo II.

Estrategia de Comunicación POISES

- ✓ Objetivo Temático en el que se enmarca, los cuales se relacionan a continuación:

OT 8: Conseguir formación y un empleo de calidad.

OT 9: Promover la igualdad, la salud, y la inclusión social.

- Durante la realización de una operación, el beneficiario informará al público del apoyo obtenido del FSE.
 - ✓ Beneficiarios públicos:
 - Haciendo una breve descripción en su sitio web, en caso de que se disponga de uno, de la operación, de manera proporcionada al nivel de apoyo prestado, con sus objetivos y resultados, y destacando el apoyo financiero de la Unión Europea y del FSE.
 - Colocando, para las operaciones que no sean obras de infraestructuras, al menos un cartel con información sobre el proyecto (de un tamaño mínimo A3), en el que mencionará la ayuda financiera de la Unión Europea, en un lugar visible para el público, por ejemplo, la entrada del edificio.
 - ✓ Beneficiarios privados:
 - Cuando se trate de beneficiarios privados, siempre que éste no pueda cumplir de forma estricta las obligaciones recogidas, el Organismo Intermedio y/o Autoridad de Gestión buscará algunas vías para garantizar que el público conozca que el beneficiario ha recibido la ayuda del FSE, bien a través de la puesta en marcha por parte del mismo de alguna otra medida alternativa de información y comunicación recogida en la Estrategia de Comunicación del Programa Operativo, o bien con la ayuda del propio Organismo Intermedio y/o Autoridad de Gestión en la difusión de esa ayuda particular del beneficiario privado hacia el público en general. Por ejemplo:

La aceptación de esta ayuda supone su permiso a que el Organismo que la concede publique en su página web su conformidad con el texto que se adjunta:

“Soy conocedor de que esta actuación está cofinanciada con fondos europeos y me comprometo a indicarlo así siempre que deba hacer referencia a la misma, frente a terceros o a la propia ciudadanía. Por la importancia que considero tienen este tipo de ayudas para nuestra organización, es por ello que valoro muy positivamente la contribución del FSE, principal fondo de la política de cohesión europea, por lo que supone de impulso a nuestro trabajo y en consecuencia al crecimiento económico, la creación de empleo, la inclusión social de los colectivos de esta región y de España en su conjunto”

Además, el beneficiario deberá conservar constancia gráfica del cumplimiento de los requisitos establecidos en la reglamentación en materia de información y comunicación. Es decir:

- Cumplimentar y conservar toda la información y documentación vinculada con las obligaciones establecidas en el marco de la información y la comunicación o su puesta a disposición de la Autoridad de Gestión y/o Organismos Intermedios, para las verificaciones previas necesarias para los controles de gastos y para los ejercicios de evaluación de la Estrategia de Comunicación.
- Disponer de toda la información y documentación gráfica que facilite el seguimiento, control y evaluación de las medidas de información y comunicación.

Para facilitar el cumplimiento de dichos requisitos se crearán los instrumentos necesarios por parte de la Autoridad de Gestión y/o Organismos Intermedios, en respuesta a lo establecido en el Reglamento (UE) nº 1303/2013. Destacándose que la Autoridad de Gestión facilitará la información y documentación necesaria, que se descargará del portal único, mediante la cual los beneficiarios, si lo estiman oportuno, podrán elaborar sus elementos de comunicación tales como placas o carteles, folletos, diplomas, la información para poner en los documentos, etc., acordes con las exigencias reglamentarias.

3.5 Las herramientas a utilizar

Desde la Autoridad de Gestión y los Organismos Intermedios del Programa Operativo de Inclusión Social y de la Economía Social se pondrá a disposición de los agentes que lo requieran todas las herramientas y medios de comunicación de los que se disponen, además de desarrollar aquellas nuevas que se consideren oportunas para una correcta comunicación de la aportación de la Unión Europea, mediante la ejecución de este Programa, a la mejora de la calidad de vida de la ciudadanía excluida y/o en riesgo de exclusión.

Estrategia de Comunicación POISES

En esta línea, se elaborarán los documentos, instrucciones, orientaciones, metodologías, etc. que puedan facilitar y ayudar a los agentes involucrados en el cumplimiento de sus obligaciones en materia de información y comunicación de las ejecuciones de las intervenciones, sus avances y su difusión.

Consecuentemente, las herramientas disponibles para la comunicación son:

- Páginas web de la Autoridad de Gestión, Organismos Intermedios y Beneficiarios.
- Redes sociales: Facebook, Twitter, Vimeo, Youtube.
- Actos públicos: Jornadas, seminarios, cursos, encuentros.
- Carteles, placas.
- Publicaciones: revistas, informes, folletos.
- Actividades informativas.
- Medios de comunicación: prensa, radio, televisión.
- Material elaborado en el marco del Grupo Español de Responsables en materia de Información y Publicidad (GERIP).
- Material elaborado y conclusiones alcanzadas en los Grupos de Trabajo que se creen en el marco del Programa Operativo.



4. Organismos responsables en materia de información y publicidad

La responsabilidad de la aplicación de esta Estrategia de Comunicación y del cumplimiento de la normativa comunitaria en materia de información y comunicación⁸ recae, principalmente, sobre la Autoridad de Gestión, pero también sobre los Organismos Intermedios y los Beneficiarios.

Los organismos responsables son:

- Autoridad de Gestión del FSE: Unidad Administradora del Fondo Social Europeo, Ministerio de Empleo y Seguridad Social.
- Organismos Intermedios:
 - ✓ Servicio Público de Empleo Estatal, Ministerio de Empleo y Seguridad Social.
 - ✓ Subdirección General de Inmigración, Ministerio de Empleo y Seguridad Social.
 - ✓ Subdirección General de Integración de los Inmigrantes, Ministerio de Empleo y Seguridad Social.
 - ✓ Instituto de la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades, Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad.
 - ✓ Instituto de Mayores y Servicios Sociales, IMSERSO, Ministerio de Sanidad. Servicios Sociales e Igualdad.
 - ✓ Entidad Estatal de Derecho Público Trabajo Penitenciario y Formación para el Empleo, Ministerio del Interior.
 - ✓ Fundación ONCE.
 - ✓ Confederación Empresarial Española de la Economía Social (CEPES).
 - ✓ Fundación Bancaria “La Caixa”.
- Beneficiarios:
 - ✓ Cáritas.
 - ✓ Fundación ONCE.
 - ✓ Cruz Roja.

⁸En el Reglamento (UE) nº 1303/2013, Anexo XII se especifica las responsabilidades de cada uno de los actores implicados en la información y comunicación sobre el apoyo procedente de los Fondos.

- ✓ Fundación Secretariado Gitano.
- ✓ Acción contra el Hambre.
- ✓ Fundación Mujeres.
- ✓ Fundación CEPAIM.
- ✓ Fundación Santa María la Real del Patrimonio Histórico.
- ✓ Asociación Proyecto Hombre.

4.1 Creación y participación en redes de intercambio de buenas prácticas

En el período de programación 2007-2013 se puso de manifiesto la importancia de las redes creadas al efecto y la metodología de trabajo llevada a cabo. A nivel nacional destaca el Grupo Español de Responsables de Información y Publicidad (GERIP) y a nivel europeo la Red INIO (Informal Network of ESF Information Officers), red que lleva funcionando desde 1994 para agrupar a los responsables de comunicación de las Autoridades de Gestión del Fondo Social Europeo de los distintos Estados miembro de la Unión Europea.

Así, como consecuencia de la utilidad de dichas redes, en el período 2014-2020 se continuará la colaboración con ellas y se procederá, igualmente, a la difusión de documentación, metodologías, instrucciones que se vayan elaborando, a través de todos los canales de distribución posibles, con la finalidad de darles la máxima difusión y fomentar la coordinación y homogeneización en materia de información y comunicación.

La red de comunicación GERIP reúne a los responsables en materia de información y comunicación en España en relación con el FSE y el FEDER. Su funcionamiento está basado en una fluida comunicación con todos los colectivos implicados en la gestión de los Fondos Europeos y con los beneficiarios y potenciales beneficiarios, para garantizar que se dispone de los mejores proyectos a cofinanciar con dichos fondos, además de la generación de mecanismos de información a la ciudadanía, con el fin último de informarles sobre el papel que la Política Europea de Cohesión juega en la mejora de su calidad de vida.



El GERIP está presidido por las Autoridades de Gestión del FSE y del FEDER y en él participan los responsables de comunicación de todas las Estrategias de Comunicación de los Programas Operativos Regionales del FSE y del FEDER de España.

Su objetivo principal es definir una estrategia de comunicación conjunta y común; coordinación, intercambio de conocimientos; creación de foros de discusión y el lugar

Estrategia de Comunicación POISES

para la toma de decisiones y orientaciones consensuadas por todos sus miembros para lograr una comunicación de los Fondos Europeos más eficaz y eficiente. Siendo, asimismo, el nexo de unión con las redes europeas INFORM e INIO.

Gracias a la labor realizada en el GERIP se ha logrado una importante concienciación en la necesidad de difundir y comunicar las oportunidades de financiación y dar a conocer las ejecuciones y los logros alcanzados con los Programas Operativos, así como, el importante papel de la Unión Europea en la mejora de la calidad de vida de los territorios y los colectivos.

Además, la Autoridad de Gestión impulsará la creación de una red de Comunicación con responsables de comunicación de los Organismos Intermedios de la Administración General del Estado (AGECO) con el objetivo de potenciar su participación y colaboración, así como, establecer metodologías de trabajo e intercambio de experiencias.

Por último, la red INIO fue creada a instancias de la Dirección General de Empleo e Igualdad de Oportunidades de la Comisión Europea. Organiza, a través de su Unidad de Comunicación, reuniones puntuales para debatir e intercambiar las experiencias que en materia de información y publicidad van desarrollándose entre cada uno de los miembros participantes. Además, la Comisión Europea se sirve de esta red para proponer y valorar iniciativas en este campo.



A esta red acude un representante de la Autoridad de Gestión del FSE de cada Estado miembro. Desde España, entre otras cuestiones, se aprovecha este foro para presentar Casos de Buenas Prácticas de Comunicación bajo los siguientes criterios:

1. Uso de elementos innovadores en la presentación, organización y/o desarrollo en los objetivos, enfoque, metodología y colectivos a los que va dirigida.
2. Adecuación de los contenidos a los objetivos perseguidos.
3. Incorporación de criterios de igualdad de género, igualdad de oportunidades y no discriminación.
4. Alto grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción de comunicación, distinguiendo entre mujeres y hombres, siempre que sea posible.
5. Adecuación con el objetivo general de difusión del Fondo Social Europeo.
6. Alto grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción de comunicación.

7. Evidencia de un alto grado de calidad.
8. Uso de tecnologías de la información y las redes sociales.

En la Medida 2.15 se establece la selección y recopilación de buenas prácticas, éstas han de servir de ejemplos del buen uso de los Fondos Europeos, de los logros e impactos que se pueden alcanzar y, además, que pueden ser de aplicación e otros territorios con problemas similares y colectivos parecidos. En este sentido, se considera que la Red INIO es un foro adecuado para compartir esta información y mostrar casos de buenas prácticas.

Además, se participará en las siguientes redes:

- 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.

Estrategia de Comunicación POISES

- 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.

Asimismo, se impulsará la creación de Grupos de Trabajo específicos para los distintos colectivos y para las diferentes áreas de actuación, que fomenten el intercambio de experiencias, el aprendizaje y aprovechamiento de las posibles sinergias que puedan existir.

4.2 Personas de contacto responsables de la información y comunicación

Serán responsables de la aplicación de la Estrategia de Comunicación y del cumplimiento de la normativa comunitaria en materia de información y comunicación, cada uno en las intervenciones de su competencia.

Por la Autoridad de Gestión del FSE

D Salvador Vargas Barba

Subdirector General Adjunto de Gestión

Unidad Administradora del Fondo Social Europeo

Ministerio de Empleo y Seguridad Social

C/ Pío Baroja, 6

28009 Madrid

Tel.: 91 363 18 00

Fax: 91 363 20 36

e-mail: uafse@meyss.es

Estrategia de Comunicación POISES

Por los Organismos Intermedios:

*D Miguel Ángel Tejedor García
Jefe de Servicio de Gestión y Seguimiento de Fondos Comunitarios
Servicio Público de Empleo Estatal
Ministerio de Empleo y Seguridad Social
C/ Condesa de Venadito, 9
28027 Madrid
Tel.: 91 585 97 26
e-mail: servicio.fse@sepe.es*

*Dª Rosa Escalera Rodríguez
Adjunta al Director General de Migraciones
Dirección General de Migraciones
Ministerio de Empleo y Seguridad Social
C/ José Abascal, 39 – despacho 40
28003Madrid
Tel.: 91 363 73 50
e-mail: Rosamaria.escalera@meyss.es*

*Dª Raquel Crespo Rodríguez
Subdirectora General de Programas
Instituto de la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades
Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad
C/ Condesa de Venadito, 34
28027 Madrid
Tel.: 91 452 85 22
Fax: 91 452 87 86
e-mail: sgprogmujer@inmujer.es*

Estrategia de Comunicación POISES

D^a M^a Teresa Vilda Gutiérrez

Instituto de Mayores y Servicios Sociales, IMSERSO

Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad

Avda. de la Ilustración con vuelta a Ginzo de Limia, 58

28029 Madrid

Tel.: 91 703 38 13

Fax: 91 703 37 94

e-mail: mtvildag@imserso.es

D^a Isabel del Valle Alonso

Jefa del Área de Formación para el Empleo e Inserción Laboral

Entidad Estatal de Derecho Público Trabajo Penitenciario y Formación para el Empleo

Ministerio del Interior

C/ Cedaceros, 11-4^a planta

28014 Madrid

Tel.: 91 524 29 03

Fax: 91 524 29 08

e-mail: Isabel.DelValle@dgip.mir.es

D^a Maria Tussy

Jefa Departamento de Programas Europeos

Fundación ONCE

C/ Sebastián Herrera, 15

28012 Madrid

Tel: 91 506 88 89

Fax: 91 539 34 87

e-mail: mtussy@fundaciononce.es

Estrategia de Comunicación POISES

D^a Carmen Comos Tovar

Directora CEPES

Confederación Empresarial Española de la Economía Social

C/ Virgen de los Peligros, 3-4^a planta

28013 Madrid

Tel: 91 593 04 12

Fax: 91 448 73 93

e-mail: c.comos@cepes.es

D. Alberto Abad Fernández

Departamento de Publicidad e Imagen Corporativa. Área de Comunicación y Marketing

Fundación Bancaria "La Caixa".

Avda. Diagonal, 621, Torre 2, Plta 4

208028 Barcelona

Tel: 93 93 404 49 69

e-mail: aabad@fundaciolacaixa.org

Por los Beneficiarios:

D Angel Arrivi

Responsable de comunicación

Cáritas Española

C/ Embajadores, 162

28045 Madrid

Tel.: 91 444 10 16

Fax: 91 593 48 82

e-mail: aarrivo@carita.es

Estrategia de Comunicación POISES

D José María Alías
Jefe del Dpto. de Comunicación
Fundación ONCE
C/ Sebastián Herrera, 15
28012 Madrid
Tel.: 91 506 88 40
Fax: 91 539 34 87
e-mail: jalias@servimedia.net

Dª Carmen Cárdenas
Técnica de Empleo
Cruz Roja
C/ Reina Victoria, 26
28003 Madrid
Tel.: 91 335 43 53
e-mail: ccardenas@cruzroja.es

D Benjamín Cabaleiro Sobrino
Responsable de Comunicación
Fundación Secretariado Gitano
C/ Ahijones, s/n
28018 Madrid
Tel.: 645 87 63 84 / 91 422 09 60
Fax: 91422 09 61
e-mail: benjamín.cabaleiro@gitanos.org

Dª Beatriz Tejada
Técnica de Comunicación Externa
Acción contra el Hambre
C/ Duque de Sevilla, 3
28002 Madrid
Tel.: 91 184 08 37
e-mail: btejada@accioncontraelhambre.org

Estrategia de Comunicación POISES

D^a Marisa Soletó Ávila
Responsable de Comunicación
Fundación Mujeres
C/ Ponzano, 7-4^a planta
28010 Madrid
Tel.: 91 591 24 20
e-mail: direccion@fundacionmujeres.es

D Domingo Segura Bernabéu
Coordinador Departamento de Comunicación
Fundación CEPAIM
C/ Estación, s/n
30570 Beniajan (Murcia)
Tel.: 968 90 68 62
e-mail: comunicación@cepaim.org

D^a Soraya de las Sías Blanco
Responsable de Comunicación del programa Lanzaderas de Empleo.
Fundación Santa María la Real del Patrimonio Histórico
C/ Infantas, 40. 2^o Dcha
28004 Madrid
Tel.: 91 522 12 62 / 663 10 13 82
e-mail: ssias@santamarialareal.org

D^a Olatz González
Responsable de Comunicación
Asociación Proyecto Hombre
C/ Sánchez Díaz, 2
28027 Madrid
Tel.: 91 357 01 04
e-mail: comunicación@proyectohombre.es

Estrategia de Comunicación POISES

5. Presupuesto indicativo

Para acometer esta Estrategia de Comunicación se dispone de un presupuesto de 12.557.500 euros, cofinanciados con el eje de Asistencia Técnica del Programa Operativo de Inclusión Social y de la Economía Social FSE 2014-2020. “Objetivo Específico: Conseguir que los potenciales beneficiarios, así como la sociedad en su conjunto, estén debidamente informados sobre todos los aspectos relevantes del Programa Operativo y puedan actuar en consecuencia”.

La distribución del presupuesto indicativo por tipo de actividad será:



TIPO DE ACTIVIDAD	PRESUPUESTO INDICATIVO
Actividades y actos públicos	2.200.000 €
Difusión en medios de comunicación	5.300.000 €
Publicaciones realizadas	2.800.000 €
Información a través de páginas web	800.000 €
Información a través de las redes sociales	128.000 €
Información a través de cualquier tipo de cartelería	750.000 €
Instrucciones emitidas hacia los participantes del POISES	94.000 €
Redes de información y comunicación	485.500 €
TOTAL	12.557.500 €

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, pero su coste no se ha incluido en este presupuesto para evitar duplicidades, ya que serán presupuestadas en la Estrategia de Comunicación del Programa Operativo de Asistencia Técnica.

6. Sistema de seguimiento de la estrategia de comunicación

El sistema de seguimiento de las medidas incluidas en la Estrategia de Comunicación del Programa Operativo de Inclusión Social y de la Economía Social está dirigido a cumplir con lo estipulado en el artículo 116 del Reglamento (UE) 1303/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo. Su principal objetivo es garantizar que, en todo momento, se disponga de la información necesaria para atender los requerimientos establecidos en la reglamentación.

Así, en el artículo 110 del citado Reglamento se dispone que el Comité de Seguimiento del Programa Operativo examinará la aplicación de la Estrategia de Comunicación; por su parte, el artículo 116 determina que la Autoridad de Gestión informará al Comité de Seguimiento acerca del avance en la aplicación de la Estrategia de Comunicación, el análisis de los resultados obtenidos y las actividades de información y comunicación previstas para el siguiente ejercicio.

Igualmente, en los Informes Anuales de Ejecución se incluirá un epígrafe específico, en el cual se darán a conocer los resultados de las medidas de información y publicidad del Fondo Social Europeo aplicadas conforme a la Estrategia de Comunicación definida. Se ofrecerá tanto información cualitativa como cuantitativa:

1. Medidas de información y publicidad llevadas a cabo en el marco de la Estrategia de Comunicación.
2. Medios y canales de comunicación empleados.
3. Disposiciones relativas a la publicación de la lista de beneficiarios.
4. Grado de ejecución física y financiera de la Estrategia de Comunicación.
5. Propuesta de modificación, si fuera el caso, de la Estrategia de Comunicación.

Además, se llevará a cabo un seguimiento pormenorizado de cada una de las operaciones que conforman el Programa Operativo. Para ello, se diseñarán en el marco de la red de comunicación unas listas de comprobación, que permitirán realizar dicho seguimiento y facilitarán información para poder realizar las evaluaciones intermedia y final de la Estrategia de Comunicación.

Dichas listas serán cumplimentadas a lo largo del período de comprobación, su periodicidad dependerá de la casuística de cada operación.



Estrategia de Comunicación POISES

7. Evaluación de la estrategia

La evaluación es un proceso de valoración de las intervenciones según sus resultados, sus repercusiones y las necesidades que pretenden satisfacer. La evaluación tiene en cuenta la eficacia (en qué medida se logran los objetivos), la eficiencia (la mejor relación entre los recursos empleados y los resultados obtenidos) y la pertinencia de una intervención (en qué medida los objetivos de una intervención guardan relación con las necesidades, problemas y cuestiones).

Por consiguiente, la evaluación de la Estrategia de Comunicación del Programa Operativo de Inclusión Social y de la Economía Social debe proporcionar información sobre la ejecución y el impacto de la misma. Los **objetivos** son:

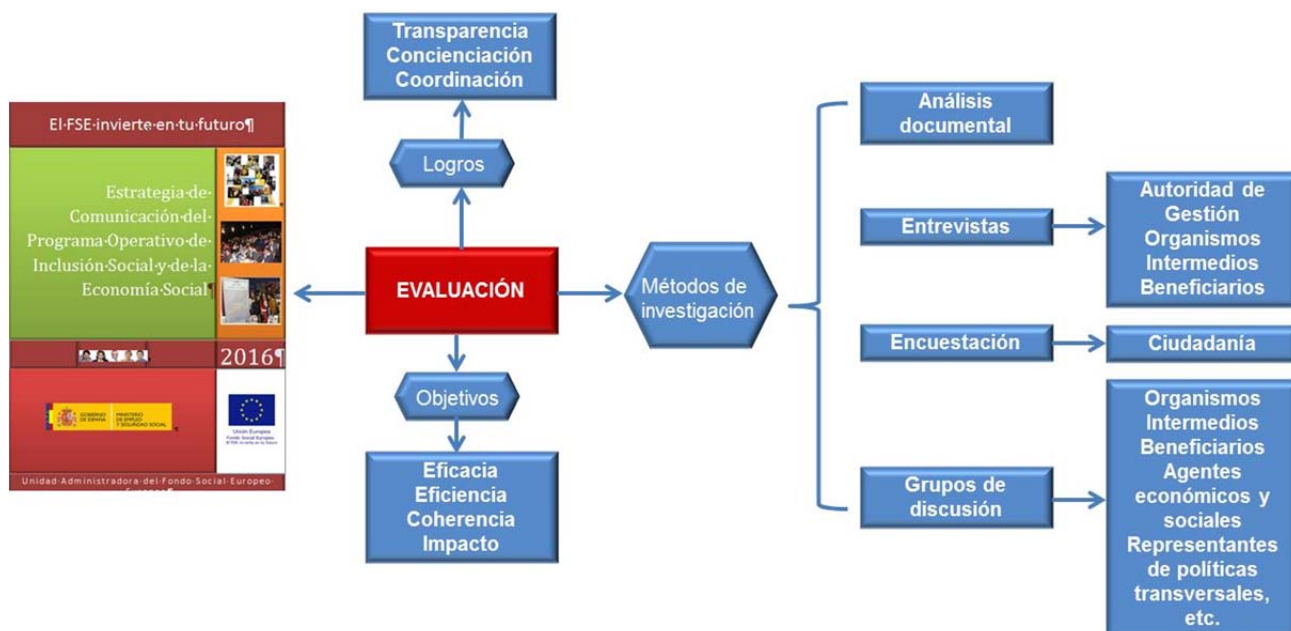
Objetivo general:

- Impacto de la Estrategia de Comunicación del POISES.

Objetivos específicos:

- Transparencia.
- Concienciación.
- Coordinación.

Esquema proceso de evaluación



Estrategia de Comunicación POISES

En este contexto, está previsto realizar dos ejercicios de evaluación a lo largo del período de programación 2014-2020, una evaluación intermedia en 2018 y una evaluación final en 2021. Estas evaluaciones permitirán comprobar si la aplicación de la Estrategia de Comunicación ha logrado incrementar la visibilidad del Fondo Social Europeo, del Programa Operativo de Inclusión Social y de la Economía Social y del papel desempeñado por la Unión Europea.

Las evaluaciones se realizarán conforme a la metodología establecida en el marco de trabajo del GERIP, teniendo también en cuenta las Buenas Prácticas intercambiadas en el marco de la Red INIO.



La metodología de evaluación se sustentará en los indicadores de evaluación e impacto ya definidos para el período de programación anterior, siendo sus valores objetivo los siguientes:

Indicador	Valor de partida 2013 ⁹	Valor objetivo 2020 ¹⁰
Grado de conocimiento de las obligaciones existentes en la programación, gestión, seguimiento, control, evaluación e información y publicidad, medido en porcentaje.	93%	95%
Tasa de satisfacción, que indique la valoración de los Beneficiarios / Organismos Intermedios y/o Gestores o Partícipes respecto a la información facilitada, medido en porcentaje.	62,75%	73%
Tasa de utilidad de las actuaciones, medido en porcentaje.	62%	71%
Grado de conocimiento del FSE por parte de la ciudadanía, medido en porcentaje.	50%	55%
Grado de conocimiento del papel desempeñado por la Unión Europea por parte de la ciudadanía, medido en porcentaje.	62%	70%

Los métodos de investigación definidos son:

- Análisis documental. El análisis documental permitirá llevar a cabo el examen del marco de referencia relativo a las actuaciones en materia de información y comunicación. Por ello, integrará la revisión de aquellos documentos relevantes

⁹ Los datos de partida se han obtenido a partir del análisis de los datos obtenidos en los informes de evaluación de los Planes de Comunicación del período de programación 2007-2013.

¹⁰ Para el año 2020, se han realizado estimaciones de los indicadores en función del comportamiento de los mismos en el periodo de programación 2007-2013.

Estrategia de Comunicación POISES

o claves en la materia. Los documentos servirán de marco de referencia, destacándose entre otros, los siguientes:

- ✓ Reglamentos.
 - ✓ Estrategia de Comunicación.
 - ✓ Documentación emitida por la red de comunicación INIO.
 - ✓ Documentación emitida por la red GERIP.
 - ✓ Información de seguimiento: Informes de Ejecución Anuales, Actas de los Comités de Seguimiento.
 - ✓ Manuales de Procedimientos y/o específicos en materia de información y comunicación.
 - ✓ Otros.
- Entrevistas. El equipo evaluador independiente encargado de la evaluación deberá llevar a cabo entrevistas.

Atendiendo a criterios de equilibrio en cuanto a representatividad y calidad, se entrevistará a la Autoridad de Gestión, a los Organismos Intermedios y a Beneficiarios con la finalidad de obtener información cuantitativa y cualitativa ligada no sólo 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.

- Encuestación a la ciudadanía para conocer si el público en general sabe el importante papel que juega la Unión Europea en la mejora de su calidad de vida.
- Grupos de discusión. Los grupos de discusión tienen por finalidad obtener resultados concretos en cuanto a las causas de necesidades o problemas y sus posibles soluciones y, si procede, la propuesta de modificación de la Estrategia de Comunicación.

Estrategia de Comunicación POISES

Relación entre los indicadores de evaluación y seguimiento y los logros



Así, además de obtenerse información cualitativa de la implementación de la Estrategia de Comunicación del Programa Operativo de Inclusión Social y de la Economía Social, se adquirirá la información suficiente para cuantificar los indicadores de impacto, es decir:

- Indicadores dirigidos a los Organismos Intermedios y Beneficiarios:
 - ✓ Grado de conocimiento de las obligaciones (%).
 - ✓ Tasa de satisfacción (%).
 - ✓ Tasa de utilidad de las actuaciones (%).
- Indicadores dirigidos a la ciudadanía:
 - ✓ Grado de conocimiento del FSE (%).
 - ✓ Grado de conocimiento del papel desempeñado por la Unión Europea (%).

Los resultados de estas evaluaciones:

- Se presentarán en el Comité de Seguimiento de las correspondientes anualidades.
- Se incluirán como Anexos a los Informes Anuales de Ejecución correspondientes.
- Se pondrán a disposición del público en general a través de la página web de la Autoridad de Gestión.

Además, no obstante, esto no quita que anualmente se hará una evaluación continua, a través de la cumplimentación (a lo largo de la anualidad) de los indicadores, análisis de ejecución de los mismos y logros alcanzados y puestos de manifiesto mediante la redacción e inclusión en el Informe Anual de Ejecución de Casos de Buenas Prácticas.

8. Anexo de indicadores

En el marco de una programación donde las actuaciones deben estar “orientadas a resultados”, la importancia de los indicadores resulta vital, ya que permiten conocer el alcance de los resultados obtenidos y comunicar y visibilizar las actuaciones cofinanciadas con el Fondo Social Europeo.

En esta línea, los indicadores que se proponen para el seguimiento y evaluación de la Estrategia de Comunicación del Programa Operativo de Inclusión Social y de la Economía Social 2014-2020 han de medir los siguientes tipos de actividades:

- Actividades y actos públicos. Se recoge el número de actos de lanzamiento del Programa Operativo para el que se elabora la Estrategia de Comunicación, los actos informativos importantes anuales, acto en torno al Día de Europa y cualquier otro evento contemplado para desarrollar las medidas de la Estrategia o transmitir información acerca de la política comunitaria en España.
- Medidas de difusión en medios de comunicación. Se recogen distintos tipos de acciones de difusión realizadas en los medios (spot en TV, anuncios en prensa, cuñas en radio, “banner” en internet, notas de prensa, etc.), ya sean utilizados de forma individual o formando parte de una campaña publicitaria más amplia, con el fin de dar a conocer el Programa Operativo o alguna de sus actuaciones concretas, y de la política de cohesión europea, entre la ciudadanía.
- Publicaciones realizadas. Se recoge cualquier tipo de publicaciones editadas (en soporte papel o electrónico: libros, folletos, revistas, CD, DVD, vídeos, etc.) dirigidos a la ciudadanía con la finalidad de dar a conocer el Programa Operativo o alguna de sus actuaciones concretas.
- Información a través de páginas web. Contabiliza las principales web utilizadas para la transmisión de información sobre el Programa Operativo o algunas actuaciones en concreto. Se contabilizarán no sólo la de la Autoridad de Gestión sino las de los Organismos Intermedios y/o Beneficiarios Públicos que participan en la aplicación del FSE de este Programa Operativo.

Estos indicadores se cumplimentarán para cada una de las anualidades del período de programación, fechándose la actuación el 31 de diciembre del año en curso.

- Información a través de cualquier tipo de cartelería. Se recogen los distintos tipos de soportes (carteles, placas, expositores, stands y/o vallas) utilizados con fines publicitarios, con la finalidad de dar a conocer el Programa Operativo o alguna de sus actuaciones concretas entre la ciudadanía. También se incluirá el material promocional realizado (bolígrafos, carpetas, camisetas, pendrives, etc.).

Estrategia de Comunicación POISES

- Instrucciones/Orientaciones dirigidas a los participantes en el Programa Operativo. Se incluye toda la documentación distribuida desde la Autoridad de Gestión y/o los Organismos Intermedios a los gestores del Programa Operativo, potenciales beneficiarios y/o beneficiarios del FSE (guías metodológicas, instrucciones, informes, etc.).
- Redes de información y comunicación. Se recogen las Redes de Comunicación establecidas para poner en marcha y llevar a la práctica la Estrategia de Comunicación definida, en la línea de especial sensibilización sobre el establecimiento de redes comunitarias, que permitan garantizar el intercambio de buenas prácticas y el intercambio de experiencias en materia de información y publicidad.

En consecuencia, se definen **tres tipos de indicadores**¹¹:

- De realización:
 - ✓ Número de eventos realizados.
 - ✓ Número de actos de difusión.
 - ✓ Número de publicaciones externas.
 - ✓ Número de páginas web.
 - ✓ Número de usuarios/as de redes sociales.
 - ✓ Número de soportes publicitarios.
 - ✓ Número de documentación interna distribuida.
 - ✓ Número de redes.
- De resultado.
 - ✓ Número de asistentes a eventos realizados.
 - ✓ Porcentaje de publicaciones distribuidas/editadas.
 - ✓ Número de puntos de distribución de las publicaciones externas.
 - ✓ Número de visitas a las páginas web.
 - ✓ Porcentaje de incremento del número de usuarios/as de redes sociales.
 - ✓ Porcentaje de organismos cubiertos por la documentación interna distribuida.

¹¹Siempre que sea posible, en función de la casuística del indicador, éste será desagregado por sexo.

Estrategia de Comunicación POISES

- ✓ N° de reuniones de las redes.
- ✓ N° de asistentes a las reuniones de las redes.
- De impacto¹².
 - ✓ Grado de conocimiento de las obligaciones existentes en el marco de las actuaciones de 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 participantes respecto a la información facilitada.
 - ✓ Tasa de utilidad de las actuaciones.
 - ✓ Grado de conocimiento del FSE por parte de la ciudadanía.
 - ✓ Grado de conocimiento del papel desempeñado por la Unión Europea por parte de la ciudadanía.

Valores de los indicadores de realización y resultado programados a 2020:

Tipos de actividades	Indicadores de realización		Indicadores de resultados	
	1. Actividades y actos públicos	N° eventos realizados	2.365	N° asistentes
2. Difusión en medios de comunicación	N° actos difusión	2.823		
3. Publicaciones realizadas	N° publicaciones externas	800	% publicaciones distribuidas / editadas	95%
			N° puntos de distribución	180
4. Información a través de páginas web	N° páginas web	16	N° visitas	4.125.611
5. Información a través de las redes sociales	N° de usuarios/as	70.432	Incremento del número de usuarios/as (%)	24%
6. Información a través de cualquier tipo de cartelería	N° soportes publicitarios	880		
7. Instrucciones emitidas hacia los participantes del Programa Operativo	N° documentación interna distribuida	2.450	% organismos cubiertos	100%
8. Redes de información y comunicación	N° redes	21	N° reuniones	112
			N° asistentes	2.740

¹²Estos indicadores son obtenidos por los evaluadores externos independientes que realicen los distintos informes de evaluación.

9. Anexo de Preguntas de evaluación

Por lo que respecta a las preguntas de evaluación, éstas podrían ser:

- Para la Autoridad de Gestión y/o Organismos Intermedios:
 - ✓ ¿Ha elaborado una Estrategia de Comunicación para el Programa Operativo?
 - ✓ ¿Se ha advertido a los beneficiarios de que formarán parte de un listado público en caso de acceder a una ayuda comunitaria?
 - ✓ ¿Ha realizado alguna actividad de lanzamiento del Programa Operativo?
 - ✓ ¿Ha realizado actividades anuales que presenten los logros y avances del Programa Operativo?
 - ✓ ¿Ha realizado la publicación electrónica de la lista de beneficiarios?
 - ✓ ¿Ha informado a través del portal único del contenido del Programa Operativo?
 - ✓ ¿Ha publicado material divulgativo sobre el Programa Operativo?
 - ✓ ¿Ha informado acerca de las responsabilidades que los beneficiarios adquieren en materia de gestión, control, evaluación e información y comunicación?
 - ✓ ¿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 Programa Operativo?
 - ✓ ¿Ha proporcionado información sobre la normativa, los procedimientos de gestión y sus actualizaciones?
 - ✓ ¿Ha distribuido instrucciones específicas y/o guía de requisitos de comunicación entre los Organismos Intermedios y/o Beneficiarios de las operaciones?
 - ✓ ¿Realiza una recopilación gráfica de las actuaciones informativas y publicitarias llevadas a cabo?
 - ✓ ¿Ha utilizado el lema acordado en la Estrategia de Comunicación en el material de comunicación que haya puesto en práctica?
 - ✓ ¿Ha organizado alguna jornada, curso, seminario para dar a conocer la gestión del Programa Operativo y sus resultados?

Estrategia de Comunicación POISES

- ✓ ¿Ha puesto en marcha alguna actuación de publicidad para hacer ver los logros alcanzados por el Programa Operativo?
 - ✓ ¿Ha aplicado correctamente las exigencias técnicas para las medidas de información y comunicación recogidas en los Reglamentos?
 - ✓ ¿Ha participado en alguna red de comunicación relacionada con el FSE?
 - ✓ ¿Lleva a cabo un seguimiento de los avances de la Estrategia de Comunicación, plasmándolo en los informes que se remiten al Comité de Seguimiento?
 - ✓ ¿Contribuye a la difusión de buenas prácticas de los proyectos recogidos en el Programa Operativo para el que se ha elaborado la Estrategia de Comunicación?
 - ✓ ¿Cumplimenta indicadores de comunicación (realización y resultado) como consecuencia de su participación en el Programa Operativo?
- Para Beneficiarios:
 - ✓ ¿Conoce la Estrategia de Comunicación del Programa Operativo en el que participa?
 - ✓ ¿Ha recibido instrucciones específicas y/o una guía de seguimiento de la Estrategia de Comunicación?
 - ✓ ¿Ha participado en alguna jornada o sesión formativa en relación con los requisitos de comunicación del período de programación 2014-2020?
 - ¿La información presentada ha servido para adecuar y/o actualizar sus conocimientos sobre el FSE y/o su aplicación?
 - ¿Los contenidos presentados son de utilidad práctica?
 - ¿La sesión/evento es una herramienta adecuada para informar/formar sobre el FSE?
 - ¿La duración de la sesión/evento y el número de participantes fue el adecuado para cumplir con los objetivos previstos?
 - ¿La sesión/evento ha satisfecho sus expectativas?
 - ✓ ¿Forma parte de alguna red de comunicación relacionada con el FSE?
 - ✓ ¿Ha aplicado correctamente las características técnicas exigidas reglamentariamente para las medidas de información y comunicación?

Estrategia de Comunicación POISES

- ✓ ¿Ha utilizado el eslogan acordado en la Estrategia de Comunicación para el material de comunicación puesto en práctica?
- ✓ ¿En las convocatorias y/o resoluciones de ayudas, convenios, etc. ha mencionado la participación del FSE?
- ✓ ¿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?
- ✓ ¿Ha difundido a través de algún procedimiento electrónico las distintas convocatorias existentes en el marco del Programa Operativo?
- ✓ ¿Ha remitido notas de prensa y/o ha publicado alguna noticia a través de los medios de comunicación en relación con el Programa Operativo y/o el papel desempeñado por la Unión Europea?
- ✓ ¿Recopila y archiva el material de comunicación de las actuaciones que gestiona?
- ✓ ¿Ha participado en alguna reunión, jornada y/o curso donde se haya informado acerca de los procedimientos de gestión, control, evaluación y/o comunicación del FSE?
- ✓ ¿Ha puesto en marcha alguna actuación de publicidad para hacer ver los logros conseguidos en actuaciones cofinanciadas con el FSE?
- ✓ ¿Ha organizado alguna jornada, seminario, evento, feria y/o certamen para divulgar su participación en el Programa Operativo?
 - ¿La información presentada ha servido para adecuar y/o actualizar sus conocimientos sobre el FSE y/o su aplicación?
 - ¿Los contenidos presentados son de utilidad práctica?
 - ¿La sesión/evento es una herramienta adecuada para informar/formar sobre el FSE?
 - ¿La duración de la sesión/evento y el número de participantes fue el adecuado para cumplir con los objetivos previstos?
 - ¿La sesión/evento ha satisfecho sus expectativas?
- ✓ ¿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?
 - Emblema comunitario.

Estrategia de Comunicación POISES

- Lema del FSE.
 - Comunicar la cofinanciación europea.
 - Lista de beneficiarios.
 - Contenido de las herramientas específicas (vallas, carteles, etc.).
 - Otros.
- Para la ciudadanía:
 - ✓ ¿Sabe usted que su (ciudad, región) recibe dinero de la Unión Europea para contribuir a su progreso económico y social?
 - ✓ ¿Ha oído hablar del Fondo Social Europeo?

Si ambas respuestas son negativas, aquí acabaría la encuesta.
 - ✓ Conoce proyectos o inversiones que se han realizado con financiación europea en su ciudad, región relativos a:
 - Ayudas a empresas.
 - Formación y Empleo.
 - Ayudas para disminuir las desigualdades sociales y entre hombres y mujeres.
 - Ayudas para luchar contra la exclusión social y/o personas con discapacidad.
 - ✓ ¿Cómo se enteró de este tipo de actuaciones?
 - ¿Ha visto placas en los centros de formación?
 - ¿Ha visto carteles, posters en la calle?
 - ¿Ha visto/oído anuncios en prensa, radio, televisión?
 - ¿A través de folletos?
 - ¿A través de internet?
 - ¿A través de las redes sociales?
 - ¿A través de terceras personas?
 - ¿Ha participado en algún curso de formación financiado por el FSE?

Estrategia de Comunicación POISES

- ✓ ¿Cómo valora el papel jugado por el FSE en el desarrollo de su ciudad, región?
- ✓ ¿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 y/o en concreto de su ciudad, región?