



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

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



RED2RED

RESUMEN EJECUTIVO DE LA EVALUACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DEL PO FSE 2014-2020 DE LA COMUNIDAD DE MADRID

El **contexto de la presente Evaluación** viene determinado por la **normativa de aplicación** para el periodo de programación 2014 – 2020 establece la necesidad de destacar el papel desempeñado por la Unión Europea, **garantizar la transparencia de la ayuda procedente de los Fondos y transmitir los logros de la Política de Cohesión** e informar a las personas beneficiarias potenciales sobre las oportunidades de financiación y establece la obligación de evaluar los resultados de las medidas de información y comunicación en cuanto al grado de visibilidad y concienciación de los programas, así como del papel desempeñado por la UE.

En este contexto se enmarca la evaluación intermedia reglamentaria de la Estrategia de Comunicación del PO FSE 2014-2020 de la Comunidad de Madrid, que se ha realizado siguiendo de forma exhaustiva la metodología de evaluación prevista en la Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de las Estrategias de Comunicación de los Programas Operativos FEDER y del Fondo Social Europeo 2014-2020, facilitada por las Autoridades nacionales de Gestión. El ámbito temporal de la Evaluación engloba las actuaciones de información y comunicación realizadas entre el 1 de enero de 2014 y el 30 de junio de 2019.

En cuanto a la **metodología utilizada** durante el proceso evaluativo, se ha tratado de una combinación de técnicas tanto cualitativas basadas en entrevistas a la Autoridad de Gestión del FSE, Organismo Intermedio Coordinador y Organismos Intermedios Gestores del PO, así como en la celebración de unos Grupos de Discusión y una entrevista realizada a la ciudadanía de la Comunidad de Madrid sobre la base de una muestra estratificada proporcional¹. Las técnicas cuantitativas se han centrado sobre el análisis de los indicadores de comunicación, tanto de realización como de resultado. Asimismo, se ha realizado un intenso trabajo de análisis documental.

Del **análisis de la validez y consistencia** de la Estrategia de Comunicación, se aprecia que existe una lógica de programación que se extiende desde los objetivos generales a los objetivos específicos, pasando por los distintos niveles de aplicación de la misma (nivel de programa y de proyecto), por lo que estas se garantizan

Puede comprobarse que en la Estrategia de Comunicación del PO se da una **proporcionalidad** en cuanto al presupuesto previsto en cuanto a las medidas de Información y comunicación, desde el punto de vista cualitativo y a la vista del grado de ejecución de las actuaciones a través de las que estas medidas se concretan, puesto que en todas las previstas se han producido significativos avances a lo largo del período de programación transcurrido, al haberse puesto en práctica actuaciones por parte de la gran mayoría de Organismos Intermedios Gestores y del propio Organismo Intermedio Coordinador.

Por lo que se refiere a los **Indicadores de Comunicación**, se dividen en **Indicadores de Realización**, que miden el grado de ejecución de las actuaciones que alimentan cada uno de ellos y en **Indicadores de Resultados**, que miden el grado de consecución de los mismos, con respecto a las metas establecidas para el final del período de programación y reflejadas en la Estrategia de

¹ A través de un sistema CATI (Computed Assisted Telephone Interview)

Comunicación. A continuación, se presentan sendas tablas recopilatorias de los grados de ejecución de los indicadores.

Indicadores de realización

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

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

El grado de ejecución de los **indicadores de realización** es, en los casos de los indicadores 1 “N° de actividades y actos públicos” y número 5 “N° de soportes publicitarios”, algo inferior al que sería acorde con el momento del período de programación en que nos encontramos. Los indicadores número 2 “N° de acciones de difusión”, número 3 “N° de publicaciones externas realizadas” y 4 “N° de páginas web”, se encuentran en valores que exceden ampliamente el valor meta establecido en la Estrategia de Comunicación, pudiéndose hablar de un exceso de ejecución. El indicador número 6 “Número de documentación interna distribuida” es el que se encuentra en valores más alejados, debido a que se alimenta de información que habitualmente tiende a no registrarse.

Indicadores de resultado

Indicadores de resultado	Programación	Total	
		Ejecución	%
1. N° de asistentes	40.000	92.344	230,86%
3.1. % de publicaciones distribuidas/editadas	350	90,12%	
3.2. N° de puntos de distribución	381	5.947	1.560,89%
4. N° de visitas en páginas Web	1.980.000	2.571.090	129,85%
6. % de organismos cubiertos	100%	99,6%	
7.1. N° reuniones	160	23	14,38%
7.2. N° asistentes	700	51	7,29%

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

En cuanto a los **indicadores de resultado**, presentan un grado de avance hacia la meta dispar. En tres de los siete indicadores de resultado que se analizan, se han superado los valores previstos para el final del período: N° de puntos de distribución, N° de asistentes y N° de visitas a páginas web. En el primer caso, el valor extremo de ejecución que presenta el indicador se debe a una metodología de cálculo que no se corresponde con la establecida. Los indicadores que miden el “% de organismos cubiertos” y el “% de publicaciones distribuidas/editadas” se encuentran muy cerca de alcanzar su meta con un 96,9% y el 90,12% de ejecución respectivamente. Los valores alcanzados por los indicadores 7.1 y 7.2, N° de asistentes y N° de reuniones, referentes ambos a las Redes de Comunicación, se encuentran en valores más alejados de la meta prevista.

En la Evaluación se ha recomendado **revisar al alza** en la Estrategia los valores previstos de aquellos Indicadores que se encuentran ya muy cerca de alcanzar el valor establecido para el final del período de programación, para adecuarlos de forma más realista a sus niveles de ejecución. Asimismo, para el caso de los indicadores que se encuentran más alejados de las metas previstas, se han formulado recomendaciones en el sentido de **incrementar el ritmo de ejecución** de las medidas que los alimentan para conseguir alcanzar el valor meta establecido en la Estrategia para el final del período de programación.

El **porcentaje del gasto realizado en materia de información y comunicación** en las distintas actuaciones que se encuentran dentro de la Estrategia de Comunicación es alto, **excediendo del 85% del total previsto**.

Otro aspecto preceptivo que se ha valorado en la Evaluación ha sido que los **Informes Anuales de Ejecución** presentados desde la aprobación del Programa presentan la información obligatoria desde el punto de vista reglamentario en materia de información y comunicación sobre las actividades llevadas a cabo en este ámbito en cada anualidad dentro del marco de este PO FSE 2014-2020 de la Comunidad de Madrid.

Hay que señalar que el **cumplimiento de los objetivos de información y comunicación** en el marco del PO FSE 2014-2020 **es alto** si se tienen en cuenta las obligaciones establecidas a nivel reglamentario, así como el grado de puesta en práctica de las medidas previstas en la Estrategia de Comunicación. No obstante, presenta posibilidades de mejora en lo que se refiere al seguimiento de la metodología del cálculo de los indicadores de comunicación o la presentación de informes relativos a las Buenas Prácticas incluyendo la justificación de los criterios acordados en el GERIP² que las constituyen como tales. Todo ello ha sido objeto de algunas recomendaciones para contribuir a la mejora de estos aspectos, por parte del equipo evaluador.

El **Principio de Igualdad de Oportunidades** se ha tenido en cuenta a la hora de planificar la Estrategia y en las medidas de información y comunicación en ella previstas. Asimismo, se ha tenido en cuenta de forma generalizada en las actuaciones de información y comunicación ejecutadas, a través de las que se han concretado las medidas, durante el periodo de análisis que comprende desde el 1 de enero de 2014 a 30 de junio de 2019.

En el marco de la Evaluación se han analizado una serie de **indicadores de impacto**, que han sido los siguientes:

1. Grado de conocimiento de las obligaciones por parte de los Organismos Intermedios gestores.
2. Tasa de satisfacción con la información aportada a los Organismos Intermedios Gestores para el cumplimiento de las obligaciones de información y comunicación.
3. Tasa de utilidad de las actuaciones de información realizadas acerca de las obligaciones de información y comunicación.

² Grupo Español de Responsables de Información y Publicidad

4. Grado de conocimiento de los distintos Fondos por parte de la ciudadanía.
5. Grado de conocimiento del papel desempeñado por la Unión Europea.

Los **resultados en términos de impacto son altamente positivos** ya que la tasa de utilidad respecto a las actuaciones de información y comunicación y de satisfacción con la información facilitada es alta. Asimismo, es alto el grado de conocimiento de las obligaciones, aunque ha disminuido con respecto al final del período anterior. El **grado de conocimiento por parte de la ciudadanía madrileña** sobre el hecho de que su Comunidad recibe dinero de la UE para contribuir al progreso económico y social es muy elevado (**74,9%** de las personas encuestadas manifestaron tener este conocimiento) habiendo alcanzado ya el valor objetivo para el final del período de programación. El conocimiento del término “Fondo Social Europeo” en concreto, es más discreto por parte de la ciudadanía.

Las **Buenas Prácticas** presentadas en el marco del Programa Operativo constituyen actuaciones destacadas por los propios Organismos Intermedios gestores y aportan información también relevante de cara a justificar su condición de proyectos señalados sobre los demás, si bien no incluyen la justificación de los criterios establecidos por el GERIP, por lo que se ha realizado una recomendación en este sentido por parte del equipo evaluador a efectos de homogeneizar las presentadas para su inclusión en la página web de la Autoridad de Gestión e incrementar así su difusión, así como publicarlas en las páginas web de los Organismos Intermedios gestores de que se trate con este mismo fin.