

**PROGRAMA OPERATIVO
FONDO EUROPEO DE DESARROLLO REGIONAL
2014-2020 DE LA COMUNIDAD DE MADRID**



**Comunidad
de Madrid**



Unión Europea

Una manera de hacer Europa

**EVALUACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN
DEL PROGRAMA OPERATIVO FEDER 2014-2020**

IDOM

SEPTIEMBRE 2023

REVISIÓN 03

RGC/JVC

Índice

1. METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN	4
1.1 INTRODUCCIÓN Y CONTEXTO NORMATIVO	4
1.2 OBJETIVOS DE LA EVALUACIÓN	5
1.3 DISEÑO TÉCNICO DE LA EVALUACIÓN	6
1.4 MÉTODOS Y TÉCNICAS UTILIZADAS	9
1.5 VALORACIÓN DE LO ANTERIOR	12
2. ANÁLISIS DE LA PROGRAMACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	13
2.1 PROPORCIONALIDAD	13
2.2 PERTINENCIA DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	14
2.3 VALIDEZ Y CONSISTENCIA INTERNA DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	19
2.4 ASIGNACIÓN Y ADECUACIÓN DE RECURSOS	20
2.5 CONSIDERACIÓN DEL PRINCIPIO DE IGUALDAD DE OPORTUNIDADES	20
3. ANÁLISIS DE LA APLICACIÓN DE LAS MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD	21
3.1 AVANCES EN LA EJECUCIÓN DE LAS MEDIDAS	21
3.2 INTEGRACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD EN LOS INFORMES ANUALES DE EJECUCIÓN	28
3.3 LA REPERCUSIÓN DE LOS SISTEMAS DE SEGUIMIENTO EN LA CALIDAD DE LA EJECUCIÓN DE LAS MEDIDAS	30
4. VERIFICACIÓN DE LA INCLUSIÓN DE LA INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD EN LAS ACTUACIONES DE VERIFICACIÓN Y CONTROL DE LOS FONDOS FEDER	35
5. INCORPORACIÓN DEL PRINCIPIO DE IGUALDAD DE OPORTUNIDADES EN LAS MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD	36
5.1 ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PO FEDER 2014-2020 DE LA COMUNIDAD DE MADRID	36
5.2 DESARROLLO DE LAS ACTUACIONES EN MATERIA DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN	37
6. ANÁLISIS DEL IMPACTO: LOGROS Y DESAFÍOS DE LAS ACTIVIDADES EN MATERIA INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD.	38
6.1 GRADO DE CONOCIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES EXISTENTES	39
6.2 TASA DE SATISFACCIÓN	40
6.3 TASA DE UTILIDAD DE LAS ACTUACIONES	40
6.4 GRADO DE CONOCIMIENTO DE FEDER	41
6.5 GRADO DE CONOCIMIENTO DEL PAPEL DESEMPEÑADO POR LA UNIÓN EUROPEA	44
7. VALORACIÓN DE LAS BUENAS PRÁCTICAS PRESENTADAS	45
8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES: PROPUESTA DE MEDIDAS A ADOPTAR	47

Indice de gráficos

<i>Gráfico 1. Grado de conocimiento de FEDER por género (comparativa 2019 y 2023)</i>	41
<i>Gráfico 2. Grado de conocimiento de FEDER por grupo de edad (comparativa 2019 y 2023)</i>	42
<i>Gráfico 3. Conocimiento de las tipologías de proyectos financiados por FEDER en 2023</i>	42
<i>Gráfico 4. Canales de información como medios de difusión de FEDER en 2023. Comparativa entre grupo menor de 30 años y mayor de 54 años.</i>	43

Indice de tablas

<i>Tabla 1. Direcciones Generales, Subdirecciones y fechas de las entrevistas mantenida.</i>	11
<i>Tabla 2. Principios, Objetivos, Destinatarios y Enfoque de la Estrategia de Comunicación.</i>	19
<i>Tabla 3. Ejecución de los indicadores de realización FEDER 2014-2020 Comunidad de Madrid reportados en INFOCO2014 a 31/12/2022</i>	23
<i>Tabla 4. Ejecución de los indicadores de resultado FEDER 2014-2020 Comunidad de Madrid reportados en INFOCO2014 a 31/12/2022</i>	25
<i>Tabla 5. Gasto ejecutado conforme las medidas de información y comunicación de la Estrategia de Comunicación PO FEDER 2014-2020 Comunidad de Madrid a 2022 y 2019.</i>	28
<i>Tabla 6. Indicadores de impacto de la Estrategia de Comunicación PO FEDER 2014-2020 de la Comunidad de Madrid.</i>	44
<i>Tabla 7. Proyectos de Buenas Prácticas validadas en el momento de esta evaluación.</i>	46

1. METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN

1.1 Introducción y contexto normativo

Este documento constituye la **Evaluación Final de la Estrategia de Comunicación del Programa Operativo (PO) de Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) 2014-2020 de la Comunidad de Madrid**, realizado por la empresa IDOM Consulting, Engineering, Architecture.

Desde la Unión Europea (UE), las directrices que se han establecido han sido las propuestas de una política regional enfocada en el impulso a la contribución al desarrollo y a la cohesión económica y social por medio de los Fondos Estructurales y de Inversión Europea (EIE) facilitados en el territorio. **FEDER es uno de los cinco Fondos EIE de la UE**, siendo uno de los principales **instrumentos financieros para aquellas actuaciones orientadas a impulsar la cohesión económica, social y territorial** tratando de corregir los principales desequilibrios regionales de la Unión mediante el desarrollo sostenible y el ajuste estructural de las economías regionales.

La normativa vigente en materia de comunicación de los Fondos Estructurales establece la necesidad de destacar el papel desempeñado por la Unión Europea y garantizar la transparencia de la ayuda procedente de los Fondos de la misma, así como transmitir los logros de la política de cohesión e informar a las potenciales personas beneficiarias sobre las oportunidades de financiación [artículo 115 del Reglamento (UE) N.º 1303/2013] e incorpora la obligación de que se evalúen los resultados de las medidas de información y comunicación en cuanto al grado de visibilidad y concienciación de los programas operativos, así como del papel desempeñado por la Unión Europea. [Anexo XII del Reglamento (UE) N.º 1303/2013].

El Reglamento (UE) N.º 1303/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 17 de diciembre de 2013, por el que se establecen disposiciones comunes a los distintos Fondos (entre ellos, FEDER), establece ciertas obligaciones sobre información y comunicación en su Capítulo II “Información y comunicación” y sus respectivos artículos 115 “Información y comunicación”, 116 “Estrategia de comunicación” y 117 “Responsables de información y comunicación y sus redes”, así como en el Anexo XII. Específicamente, el artículo 115 del Reglamento (UE) N.º 1303/2013, en sus apartados 1 y 2, establece que:

1. *Los Estados miembros y las Autoridades de Gestión serán responsables de:*
 - a) *elaborar estrategias de comunicación;*
 - b) *velar por el establecimiento de un sitio o un portal de internet único que proporcione información sobre todos los Programas Operativos de ese Estado miembro y acceso a los mismos, incluida la información sobre el calendario de ejecución de los programas y todos los procesos de consulta pública relacionados;*
 - c) *informar a los beneficiarios potenciales sobre las oportunidades de financiación conforme a los Programas Operativos;*

- d) *dar a conocer a la ciudadanía de la Unión el papel y los logros de la política de cohesión y de los Fondos por medio de acciones de información y comunicación acerca de los resultados y el impacto de los acuerdos de asociación, los Programas Operativos y las operaciones.*
2. *Para garantizar la transparencia relativa a la ayuda procedente de los Fondos, los Estados miembros o las Autoridades de Gestión mantendrán una lista de operaciones por Programa Operativo y por Fondo en un formato de hoja de cálculo que permita clasificar, consultar, extraer y comparar los datos, así como publicarlos fácilmente en internet, por ejemplo, en formato CSV o XML.*
La lista de operaciones se podrá consultar en un sitio o portal de internet único, donde se ofrecerán una lista y un resumen de todos los programas operativos en el Estado miembro de que se trate.

Además, el Reglamento en el artículo 116 incluye en el apartado 1 que:

1. *El Estado miembro o las Autoridades de Gestión elaborarán una Estrategia de Comunicación para cada Programa Operativo. Podrá crearse una Estrategia de Comunicación común a varios programas operativos. La Estrategia de Comunicación tendrá en cuenta la magnitud del programa o de los programas operativos en cuestión, de acuerdo con el principio de proporcionalidad.*

En el caso de la Comunidad de Madrid, el **Organismo Intermedio Coordinador (OIC)** del PO FEDER 2014-2020, en concreto, la **Subdirección General de Fondos Europeos y Política Regional perteneciente a la Dirección General de Presupuestos**, ha optado por elaborar una **Estrategia de Comunicación específica para FEDER**, diferenciada de la Estrategia de Fondo Social Europeo (FSE). Esta Estrategia se distribuye entre todos los responsables de las actuaciones incluidas dentro del Programa Operativo. Por tanto, la realización de las medidas de comunicación establecidas como obligaciones dentro de la Estrategia será responsabilidad de cada uno de los actores implicados en la ejecución de los Fondos (Autoridades de Gestión, Organismos Intermedios y los propios beneficiarios).

La Estrategia de Comunicación del PO FEDER 2014-2020 de la Comunidad de Madrid aspira a ser una herramienta eficaz de difusión de las actuaciones cofinanciadas y en especial de las buenas prácticas que se lleven a cabo, de forma que el conjunto de agentes implicados en las tareas de información y comunicación dispongan de una información clara, accesible y directa, de acuerdo con una serie de medidas y actuaciones que obedecerán a los objetivos marcados.

A partir de esta Estrategia, se establece el marco de referencia para la evaluación del cumplimiento y realización de las medidas de comunicación obligatorias, de acuerdo con el grado de ejecución a fecha de la evaluación.

1.2 Objetivos de la evaluación

El objetivo de la evaluación es determinar el **grado de ejecución y consecución de las metas propuestas y el impacto conseguido a lo largo de todo el periodo a través de la ejecución de la Estrategia de Comunicación** del PO FEDER 2014-2020. Además, se observa el **avance de la ejecución desde la Evaluación Intermedia**, llevada a cabo en 2020 con análisis hasta junio 2019. Esta evaluación

comprende el avance hasta diciembre de 2022, última anualidad de la que se disponen datos en cuanto a los indicadores de realización y resultado.

El resultado del desarrollo de la evaluación trata de dar respuesta a tres preguntas predeterminadas:

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

La respuesta a estas cuestiones se recoge a lo largo de este Informe de Evaluación, distinguiendo con claridad los logros en cada una de las preguntas, la distancia a los objetivos establecidos y la identificación de los desafíos que justifican dicha diferencia.

1.3 Diseño técnico de la evaluación

La evaluación ha contemplado diferentes aspectos en su realización, siguiendo la **metodología** dispuesta en la *Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de las Estrategias de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER y del Fondo Social Europeo 2014-2020*. Mediante esta Guía Metodológica, se presentan los principales objetivos a la hora de evaluar los principios de información y de comunicación, los cuales son:

- Identificar los principales mecanismos necesarios para asegurar el seguimiento del cumplimiento de las actuaciones de información y comunicación, en aras de garantizar los mecanismos necesarios para la posterior evaluación de las Estrategias
- Establecer las directrices necesarias para evaluar las actuaciones de información y publicidad contempladas en las distintas Estrategias de Comunicación.

A continuación, se detallan los aspectos incluidos en el diseño técnico de la evaluación.

1.3.1. Criterios de evaluación

Al llevar a cabo la presente Evaluación final de la Estrategia de Comunicación del PO FEDER 2014-2020 de la Comunidad de Madrid, se han incorporado al análisis un conjunto de aspectos clave que constituyen los criterios de evaluación que se presentan a continuación:

- **Proporcionalidad.** Debe de existir una correspondencia entre las actuaciones recogidas en el periodo de programación en materia de comunicación y el montante financiero destinado a su cofinanciación.
- **Pertinencia de la estrategia de comunicación** en relación con las directrices comunitarias formuladas al respecto. Se valora la adecuación de la Estrategia de Comunicación respecto a la documentación existente en esta materia procedente de la red de comunicación INFORM de la Comisión Europea.

- **Validez y consistencia** interna de la Estrategia de Comunicación. Se comprueba que exista coherencia entre los objetivos de la Estrategia y las medidas de comunicación puestas en marcha.
- **Asignación y adecuación de los recursos destinados** a esta materia. Conlleva el estudio del grado de ajuste entre las medidas y los recursos disponibles para su ejecución.
- **Consideración del principio de igualdad de oportunidades.** Se comprueba la inclusión del principio de igualdad de oportunidades en las actuaciones de información y comunicación ejecutadas durante el Programa Operativo.

1.3.2. Alcance temporal

El **alcance temporal** de la evaluación comprende el **periodo de programación 2014-2020** y contempla la ejecución de las medidas de información y comunicación de las actuaciones recogidas dentro del PO FEDER 2014-2020 de la Comunidad de Madrid desde el 1 de enero de 2014 hasta el 31 de diciembre de 2022.

La **evaluación se ha desarrollado durante 2023**, una vez recogidos los datos de la anualidad 2022, últimos datos disponibles para el periodo 2014-2020.

1.3.3. Agentes implicados: responsabilidades y funciones

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

- **Autoridad de Gestión de FEDER: Dirección General de Fondos Europeos del Ministerio de Hacienda.**
 - Definir el marco común de trabajo para evaluar las Estrategias de Comunicación de FEDER.
 - Coordinar, de manera general, el trabajo de los OIC y el proceso de evaluación de información y comunicación. Se realiza mediante la convocatoria de reuniones del GERIP¹, u otras reuniones o mecanismos de información pertinentes.
 - Participar en el Grupo Consultivo de seguimiento estratégico y evaluación para presentar los avances de la evaluación de la comunicación.
 - Observar la evolución del sistema de indicadores de comunicación definidos para el periodo 2014-2020, instrumentando las instrucciones, orientaciones y mecanismos

¹ Grupo de Expertos y Responsables de Información y Publicidad.

aplicables por los organismos implicados en la cuantificación de indicadores; además de realizar el volcado de sus propios indicadores en INFOCO2014.

- **Organismo Intermedio Coordinador: Subdirección General de Fondos Europeos y Política Regional, perteneciente a la Dirección General de Presupuestos** de la Comunidad de Madrid.
 - Ser el interlocutor como representante de la Comunidad de Madrid en las reuniones de ámbito nacional (en redes como GERIP) o en el proceso de definición del marco de trabajo de la Evaluación de Comunicación del PO FEDER 2014-2020.
 - Poner en marcha las evaluaciones de la Estrategia de Comunicación de FEDER de 2019 (Evaluación Intermedia) y de 2022 (Evaluación Final al cierre de programa) conforme a las pautas acordadas en la Guía de Evaluación para su futura incorporación en los correspondientes informes anuales.
 - Realizar el seguimiento de los avances de la Estrategia de Comunicación con el fin de recopilar la información a facilitar al correspondiente Comité de Seguimiento.
 - Realizar el volcado de la cuantificación de indicadores de comunicación a la aplicación INFOCO2014 de las actuaciones de los Organismos.
 - Coordinar el recabado de información para su inclusión en los informes de ejecución anuales y final con los OIG según lo establecido en el artículo 50 del Reglamento (UE) N.º 1303/2013.

- **Organismos Intermedios Gestores** de las actuaciones del PO FEDER 2014-2020
Los OIG responsables como actores del programa deben asumir sus propias obligaciones:
 - Realizar el seguimiento de los avances de la Estrategia y la cuantificación de los indicadores para ser volcados en la aplicación.
 - Colaborar, conforme a sus competencias, en la elaboración de los informes de ejecución anuales y final según lo establecido en el artículo 50 del Reglamento (UE) N.º 1303/2013.
 - Asegurar la disponibilidad de la documentación para el equipo evaluador por medio de su recopilación.
 - Recopilar la información pertinente para cumplimentar los indicadores de evaluación de información y publicidad.
 - Colaborar en el adecuado desarrollo de las evaluaciones de la Estrategia de Comunicación y participar, si así se solicita desde el OIC, en grupos de discusión o en el proceso de identificación de buenas prácticas u otras acciones para una correcta evaluación.

- **Equipo evaluador**
La Evaluación final de la Estrategia de Comunicación se lleva a cabo por un equipo evaluador externo contratado por la Comunidad de Madrid. El equipo de IDOM Consulting, Engineering, Architecture ha llevado a cabo el desarrollo de la evaluación en el tiempo y forma requeridos por el órgano contratante, la DG de Presupuestos de la Comunidad de Madrid, de acuerdo con sus instrucciones.

1.4 Métodos y técnicas utilizadas

Los métodos y técnicas utilizados en el proceso de evaluación se encuentran en línea con las pautas establecidas dentro de la *Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de las Estrategias de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER y Fondo Social Europeo 2014-2020*.

A continuación, se detallan los métodos empleados durante la evaluación:

1.4.1. Análisis documental

El **análisis documental** permite examinar a fondo el marco de referencia en el que se encuadran las actuaciones del programa. Durante el análisis documental se han revisado todos los documentos relevantes o significativos que hacen referencia a la comunicación del PO FEDER 2014-2020 de la Comunidad de Madrid y a las obligaciones y medidas de los actores implicados. Estos documentos han servido como punto de partida para extraer la información principal de los aspectos más destacables del contexto del periodo de programación, la estrategia a seguir y los objetivos y medidas previstos como meta. Igualmente, el análisis documental ha resultado un método eficaz para contrastar la ejecución de las actuaciones con las previsiones y medidas programadas.

A continuación, se enumeran los principales documentos que han sido analizados de modo que constituyen el marco de referencia de la Evaluación de la Estrategia de Comunicación:

- Reglamento (UE) N.º 1303/2013, Título III, Capítulo II y Anexo XII.
- Reglamento de Ejecución (UE) N.º 821/2014 (Capítulo II).
- Estrategia de Comunicación PO FEDER 2014-2020 de la Comunidad de Madrid (versión 2021)
- Modificaciones de la Estrategia de Comunicación del PO FEDER 2014-2020 aprobadas en 2022.
- Documentación emitida por la red de comunicación INFORM de la Comisión Europea, por el GERIP y la red RIFEM².
- Evaluación Intermedia, realizada en el año 2020, de la Estrategia de Comunicación del PO FEDER 2014-2020 de la Comunidad de Madrid.
- Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de las Estrategias de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER y del Fondos Social Europeo 2014-2020
- Breve Manual Recopilatorio de Cuestiones de Tipo Práctico para Beneficiarios/as en Materia de Comunicación 2014-2020
- Buenas Prácticas de actuaciones cofinanciadas por FEDER en el periodo de programación 2014-2020.
- Documentación de seguimiento: Indicadores de comunicación, Informes de ejecución anuales, Actas de los Comités de Seguimiento, etc.
- Listado de medidas y operaciones realizadas dentro del PO FEDER 2014-2020.

² Red de Información y Publicidad de los Fondos Estructurales de la Comunidad de Madrid

1.4.2. Entrevistas

El proceso de evaluación ha contemplado **entrevistas individuales** con los responsables de las medidas de información y comunicación de FEDER en la Comunidad de Madrid. Estas entrevistas suponen la **fuerza principal para la obtención de información cualitativa directa** procedente de fuentes primarias y permiten ahondar en los aspectos contemplados en las medidas de información y publicidad. Dicha información cualitativa se complementa con la información cuantitativa de los indicadores de evaluación para analizar con mayor profundidad los efectos directos e indirectos de las medidas puestas en marcha.

En paralelo a las entrevistas, se han enviado **encuestas** a diferentes actores de acuerdo con los Anexos de la Guía Metodológica de Evaluación.

Siguiendo lo establecido en la *Guía Metodológica de Evaluación*, se ha entrevistado a tres tipologías de actores:

1. Responsables de la Estrategia de Comunicación.

Además de encuestas para valorar los aspectos principales en torno a las medidas y obligaciones de comunicación, la evaluación ha contemplado la realización de entrevistas personales con los responsables de la Estrategia de Comunicación con el objeto de obtener no solo información cuantitativa sino también información cualitativa relevante para la evaluación.

Se han realizado entrevistas/encuestas con los responsables de comunicación tanto de la Autoridad de Gestión como del Organismo Intermedio Coordinador.

2. Organismos Intermedios Gestores y/o Beneficiarios.

El OIC ha facilitado los contactos de los OIG encargados de actuaciones incluidas en el PO FEDER 2014-2020 de la Comunidad de Madrid. A estos responsables se les envió un formulario de Google Forms con las preguntas del cuestionario incluido en el Anexo 4 de la Guía de evaluación.

Además, el equipo evaluador ha mantenido entrevistas con los responsables de los OIG. La finalidad de estas entrevistas ha sido obtener información relacionada con las medidas llevadas a cabo y acerca de aspectos de mejora en la gestión y otros requerimientos del PO FEDER 2014-2020. Al incidir en las preguntas del cuestionario, se ha obtenido un análisis sobre los aspectos principales en los que los gestores encuentran más dificultades.

Direcciones Generales	Subdirección General / Unidad de Interlocución	Fecha
Canal de Isabel II	Subdirección de Estudios y Programas	24/02/2023
DG de Promoción Económica e Industrial	SG de Fomento Económico e Industrial	20/02/2023
Agencia para la Administración Digital de la Comunidad de Madrid (Madrid Digital)	SG de Planificación y Gestión Económica SG de Recursos / Dirección de Comunicación	21/02/2023
DG de Investigación e Innovación Tecnológica	Unidad de Gestión de Fondos Europeos	13/02/2023
Agencia de Vivienda Social de la Comunidad de Madrid	SG de Coordinación Administrativa	21/02/2023
Metro de Madrid	Servicio de Marketing	21/02/2023
Consejería de Familia, Juventud y Política Social	SG de Análisis y Organización	23/02/2023
Servicio Madrileño de Salud (SERMAS)	SG de Contratación	23/02/2023

Tabla 1. Direcciones Generales, Subdirecciones y fechas de las entrevistas mantenidas.

3. Ciudadanía.

Las encuestas a la ciudadanía se han realizado a través de encuestas telefónicas aplicando el sistema CATI³ en el periodo comprendido entre el 1 y el 21 de febrero de 2023. El número de encuestas totales que se ha realizado corresponde a una muestra representativa aleatoria de 854 ciudadanos de la Comunidad de Madrid, de acuerdo con las directrices de la Guía de Evaluación. Las preguntas de la encuesta a la ciudadanía aparecen en el Anexo 5 de la Guía de evaluación y contempla preguntas para conocer el conocimiento del FEDER, en concreto, y del papel que juega la Unión Europea en su conjunto en el progreso de la Comunidad de Madrid, de modo que se difiera la evaluación de los dos indicadores de impacto asociados.

La finalidad de las encuestas a la ciudadanía ha sido analizar la transparencia de las actuaciones cofinanciadas por FEDER (uno de los objetivos principales de la Estrategia) y evaluar el grado de conocimiento de la población sobre el papel de la financiación europea en el desarrollo económico y social de la región.

1.4.3. Grupos de discusión

Los **grupos de discusión** (o *Focus Group*) celebrados en el desarrollo de esta evaluación han tenido como objetivo ampliar la información cualitativa sobre aspectos relacionados con la Estrategia de Comunicación. Especialmente, se ha centrado la atención en las causas o problemas que hayan surgido en la ejecución de las medidas y en las posibles soluciones o propuestas de mejora de cara al nuevo periodo de programación.

Los grupos de discusión han sido útiles para el **intercambio de experiencias entre los participantes** acerca de sus obligaciones y en la ejecución de las medidas de la Estrategia de Comunicación, aspectos comunes a todos ellos y aspectos diferenciales en función de la tipología de actuaciones que gestionan.

³ Computer Assisted Telephone Interviewing

Los resultados de los indicadores de impacto en cuanto al **grado de conocimiento de la ciudadanía de los Fondos Europeos** fueron **puestos en común** en este grupo de discusión, siendo útil para contrastar las conclusiones obtenidas con las percepciones de los gestores.

Estos grupos han contado con la participación de gestores que responden diariamente a la gestión de actuaciones cofinanciadas y/o son responsables de la realización de las medidas de información y comunicación:

- **1** representante del **Organismo Intermedio Coordinador**.
- **12** representantes de **los 8 Organismos Intermedios Gestores** del PO FEDER 2014-2020.

Se han celebrado dos grupos de discusión sobre las siguientes temáticas:

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

1.5 Valoración de lo anterior

En este apartado, se resumen los aspectos relevantes de la metodología empleada a lo largo de la Evaluación, así como las restricciones o condicionantes encontrados a la hora de aplicar algunas de las técnicas durante el desarrollo de la evaluación:

- o La **metodología empleada en la Evaluación incluye una combinación de diferentes técnicas** de investigación para extraer la información cuantitativa y cualitativa necesaria. Este proceso ha facilitado la obtención exhaustiva de información directamente de los responsables.
- o Los **objetivos de la Estrategia están bien definidos y los destinatarios claramente identificados**. Ello ha posibilitado la inclusión de todos los actores en la ejecución de la Estrategia, siendo involucrados en el proceso evaluativo.
- o La Estrategia de Comunicación establece un **sistema de indicadores de realización y resultado** con metas a la finalización del periodo de programación. Este sistema tiene el objetivo de hacer un seguimiento óptimo de la Estrategia (dichos indicadores se reportan periódicamente en la aplicación informática INFOCO2014) facilitando su medición en términos de cumplimiento de las metas y deben actualizarse periódicamente para ser acordes a la ejecución.

Desde el OIC se han generado instrucciones para remarcar la importancia del reporte de los indicadores de productividad y aclarar las dudas, como cuándo es el momento preciso en el que imputar un indicador.

Por otra parte, para que la **ejecución de las medidas sea coherente** con la Estrategia de Comunicación, se han llevado a cabo **reprogramaciones** para modificar las metas de estos indicadores. De esta manera, como se detalla en el apartado 3 del informe, se ha obtenido la consecución de los objetivos en la mayoría de los indicadores de comunicación.

- La **alta rotación de personal**, tanto en los OIG como en el propio OIC, se muestra como uno de los aspectos débiles que se manifiestan en el proceso de evaluación. Esta rotación ha supuesto que los responsables no hayan podido participar desde el inicio del programa y no hayan sido partícipes del seguimiento de todas las actuaciones realizadas a lo largo del periodo de programación, especialmente en el lanzamiento del programa.
- También resulta **difícil realizar el análisis del presupuesto y su proporcionalidad** puesto que las medidas se realizan con presupuesto propio dentro de las obligaciones reglamentarias y se incluyen las medidas de información y comunicación dentro de sus obligaciones. Por ello, la información de la que se dispone con respecto al coste económico de las medidas es, en algunos casos, escasa. En el apartado correspondiente se realiza una valoración de la situación, así como se recogen conclusiones y recomendaciones.

2. ANÁLISIS DE LA PROGRAMACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

Para valorar la **adecuación de la Estrategia de Comunicación** del PO FEDER 2014-2020 de la Comunidad de Madrid y la validez y **consistencia interna** de la Estrategia se tienen en cuenta los criterios establecidos en la *Guía Metodológica*. Estos criterios de evaluación, mencionados en el punto 1.3.1 de esta evaluación, constituyen el conjunto de aspectos clave recomendados a analizar de las Estrategias de Comunicación. A continuación, se realiza un análisis de los criterios:

2.1 Proporcionalidad

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

El **presupuesto de la Estrategia de Comunicación de FEDER ha sido estimado con una cantidad de gasto de 1.424.066€**. Este gasto corresponde a la totalidad de las actuaciones a desarrollar en materia de comunicación y se destina tanto a las actuaciones realizadas por el OIC como por los OIG.

El presupuesto total asignado al PO FEDER 2014-2020 (excluidos los fondos REACT-EU) de la Comunidad de Madrid tras una serie de reprogramaciones y cambios presupuestarios asciende a 525.168.134€ (v.1.2. diciembre de 2022). Por tanto, el **presupuesto asignado a la Estrategia de Comunicación supone un 0,27% del importe total del programa**. El porcentaje resulta en **consonancia**

con el volumen destinado a información y comunicación que propone la red GERIP⁴ (alrededor del 0,30%).

De este modo, a priori, el **presupuesto de la Estrategia se considera adecuado teniendo en cuenta las medidas establecidas** y la dotación financiera del PO FEDER 2014-2020 de la Comunidad de Madrid.

La ejecución de actuaciones de información y comunicación se integran en el Eje de Asistencia Técnica. Tras las reprogramaciones que se han llevado a cabo en el presupuesto del programa, finalmente se ha destinado 1.000.000€ a este eje, que aunque puede parecer **un montante inferior en el Eje al asignado en la propia Estrategia**, mayoritariamente son actuaciones que corresponden a **medidas de obligado cumplimiento**, incluidas reglamentariamente en el marco de ejecución del PO FEDER 2014-2020 y **se realizan con los medios propios del responsable de la actuación o se ejecutan con cargo al eje del Programa Operativo** en la que se integra el proyecto llevado a cabo.

Haciendo un análisis más detallado de los **indicadores y costes reportados**, se aprecian diferencias en relación con su grado de cumplimiento. Mientras que los indicadores de comunicación han logrado prácticamente en su totalidad el cumplimiento de las metas, el gasto asociado de las medidas supone un 31,3% del presupuesto asignado a la Estrategia de Comunicación (como se ha expuesto anteriormente y se detalla más adelante en este mismo documento). En este sentido, no todos los gestores han reportado el coste de sus actuaciones de comunicación de forma específica en relación con los indicadores de comunicación.

Además, se ha de tener en cuenta que, tras la publicación por la Comisión Europea del Reglamento Delegado (UE) 2019/1867, desde la Autoridad de Gestión se animó a los Organismos Intermedios de los Programas Operativos a hacer uso de la tasa fija del 4% para la imputación de los gastos del Eje de Asistencia Técnica, aplicado sobre los importes certificados del resto de los ejes sin necesidad de justificación de los posibles gastos de este Eje.

Por tanto, la **justificación del gasto del Eje de AT** de acuerdo con una tasa fija del 4%, la **ejecución** de algunas medidas de información por parte de los OIG, dentro de las actuaciones en sus ejes correspondientes y la **desigual información** proporcionada por los OIG, hace **difícil analizar la proporcionalidad financiera** de estas medidas.

2.2 Pertinencia de la Estrategia de Comunicación

El **criterio de pertinencia** se analiza respecto a las directrices comunitarias formuladas en materia de comunicación. En este sentido, se valora la adecuación de la Estrategia de Comunicación respecto a la documentación existente procedente de la red de comunicación INFORM coordinada por la Unidad de Comunicación de la Dirección General de Política Regional (DG REGIO) de la Comisión Europea.

⁴ Reunión del 14 de julio de 2015 de la red GERIP. Se establece que se debe destinar a información, comunicación y visibilidad un montante próximo al 0,3% del total del Programa Operativo

La **Autoridad de Gestión (DG de Fondos Europeos del Ministerio de Hacienda)** pertenece a la Red INFORM y transmite las directrices a los OIC. Dicha red está compuesta por responsables de los 28 Estados Miembros y responde a los objetivos de:

- Garantizar la transparencia de las actuaciones cofinanciadas con los Fondos Europeos.
- Potenciar la cooperación entre las redes de comunicación nacionales.
- Destacar los logros de la política de cohesión en los distintos países.
- Establecer estrategias comunes de comunicación para ponerlas en marcha en los Estados Miembros.
- Asegurar el intercambio de información sobre experiencias y resultados de las Estrategias de Comunicación.

En el contexto de la Estrategia de Comunicación, pese a tener un enfoque mono fondo de FEDER, siempre que se considere pertinente se podrán realizar acciones de información y comunicación coordinadas con la Estrategia de Comunicación de FSE de la Comunidad de Madrid (como, por ejemplo, las guías prácticas de cumplimentación de indicadores, que son comunes a ambos fondos).

A propósito de lo comentado, el análisis de **la Estrategia de Comunicación** del PO FEDER 2014-2020 de la Comunidad de Madrid corrobora su **pertinencia** al **incorporar las directrices dictadas** por la Comisión Europea y la Autoridad de Gestión y siendo conveniente como marco de referencia para el cumplimiento de las indicaciones en materia de información y comunicación de estas.

Grado de cumplimiento de las recomendaciones provenientes de la primera evaluación de la Estrategia de Comunicación

La Evaluación intermedia de la Estrategia de Comunicación constató la aplicación de las medidas en materia de información y comunicación en las actuaciones del FEDER de la Comunidad de Madrid. Se comprobó el cumplimiento de la normativa aplicable acerca de comunicación y de los principios que rigen el Programa Operativo, y se verificó el grado de ejecución de las medidas en el momento de la evaluación. En esta Evaluación intermedia se realizaron recomendaciones en diferentes aspectos con el objetivo de optimizar el cumplimiento de las medidas del programa en cuanto a información y comunicación de cara a la finalización del periodo:

- **Recomendaciones generales:**

- *Sería recomendable intentar individualizar y reflejar el importe de todas las actuaciones de información y comunicación que se realicen, de forma que pueda medirse el nivel de ejecución de forma más ajustada a la realidad con el fin de que se pueda evaluar la proporcionalidad del presupuesto previsto en la Estrategia con respecto al finalmente gastado.*

La inclusión de medidas como obligaciones dentro de la ejecución de las operaciones dificulta la cuantificación del gasto de la propia medida. Algunos OIG son capaces de reportar el coste de algunas de sus medidas ejecutadas, mientras que por el contrario otros gestores no cumplimentan este coste.

- *Para garantizar la homogeneidad de criterios, resolver dudas de interpretación y cómputo de indicadores, y sobre su volcado en INFOCO2014.*

Los OIG en las entrevistas mantenidas han manifestado no haber tenido problemas para entender los indicadores y su cuantificación. Las dudas se han resuelto satisfactoriamente a través de correos electrónicos con el OIC responsable de FEDER.

- *Con el objetivo de mejorar los datos de los indicadores de impacto interno relativos a las tasas de satisfacción y de utilidad, se recomienda incrementar el número de reuniones de la red regional RIFEM.*

Como consecuencia de la aparición de la pandemia, el número de reuniones de la red RIFEM no ha podido incrementarse como se tenía previsto.

- *Se recomienda crear un Foro/ comunidad virtual orientado a un fin didáctico de forma que incremente el asesoramiento a los gestores por parte del OIC para ayudarles en el cumplimiento de obligaciones.*

La red RIFEM, que podría ser reconocida como foro para poner en común las experiencias de los gestores, ha visto limitado el número de reuniones mantenidas. No obstante, el asesoramiento ha sido facilitado gracias a la ayuda proporcionada por el OIC.

- *Se recomienda llevar a cabo un diagnóstico para detectar posibles déficits informativos de las mujeres en cuanto a posibilidades de ser destinatarias del Fondo y así establecer en la Estrategia de Comunicación medidas concretas que materialicen el principio de igualdad entre mujeres y hombres en cuanto a información y comunicación de las actuaciones que se realizan.*

Aunque no se han realizado medidas concretas para materializar la promoción del fondo entre las mujeres, las medidas se rigen por el principio de igualdad y son accesibles para ambos géneros. Las actuaciones del PO FEDER 2014-2020 se dirigen por igual a hombres y mujeres, aunque de forma indirecta puedan ser beneficiosas para las mujeres.

- **Recomendaciones dirigidas a la Autoridad de Gestión**

- *Se recomienda que, cuando reciba la información pertinente por parte del OI, proceda a la actualización de los gestores del PO FEDER de la Comunidad de Madrid en el portal web único.*

El portal web único de la Autoridad de Gestión no incluye actualizados las denominaciones de los OIG de la Comunidad de Madrid participantes (faltando, por ejemplo, el Servicio Madrileño de Salud o la Agencia para la Administración Digital, y sin haber retirado a la DG de Vivienda Social y Rehabilitación). Debería ser corregido con los correspondientes gestores.

- **Recomendaciones dirigidas al Organismo Intermedio Coordinador**

- *Se recomienda que, en cuanto a la obligación de portal web único, que traslade a la Autoridad de Gestión los enlaces web a la información sobre los Fondos relativa a los gestores del PO FEDER de la Comunidad de Madrid necesarios para incluir a los OIG actualizados.*

En línea con la recomendación dirigida a la Autoridad de Gestión, aunque el OIC ha remitido la información a los responsables, no se encuentran actualizados en el portal web único los enlaces a los OIG incluidos en el PO FEDER 2014-2020.

- *El OIC ha reportado que la gestión en este período de programación adolece de una mayor complejidad que en el anterior, repercutiendo en todas las obligaciones que todos los organismos deben cumplir, incluidas las de reporte de información relativa a las actuaciones de información y comunicación. Se une el hecho de que las actuaciones del PO no tienen el mismo grado de madurez, están influidas por los propios procesos de gestión y repercute en la vertiente de información y comunicación y en el registro de estos datos. Todo ello afecta tanto a los gestores al reportar la información de sus indicadores al OIC para su volcado en INFOCO, como a éste a la hora de volcar la información de las suyas propias. Una simplificación del sistema informático de registro de indicadores favorecería la gestión de los mismos, coadyuvando a que se pueda implementar esta recomendación.*
- *Se recomienda eliminar las inconsistencias formales existentes en la aplicación informática relativas a los indicadores que no aparecen asociados a ningún gestor o las relacionadas con el indicador número de páginas web y número de Redes de Comunicación.*

Durante el transcurso de la presente evaluación, tanto el OIC como los gestores no han manifestado problemas en el reporte de indicadores. Por otra parte, el OIC realiza una revisión de los indicadores reportados por los OIG, analizando y subsanando las inconsistencias reportadas por algunos de ellos al indicar valores de redes o páginas web previo al volcado a INFOCO2014.

- *Se recomienda revisar el valor meta de dos indicadores: el indicador de resultados relativo al número de asistentes al superar con creces la meta al momento de la evaluación, y indicador relativo a número de páginas web puesto que refleja la totalidad de los organismos intervinientes, que son nueve; con el fin de que al final del período de programación alcancen el 100% del valor meta y sea acorde con la marcha de las propias actuaciones.*

Se han realizado reprogramaciones al alza de los indicadores de realización referentes al número de actos públicos, acciones de difusión y publicaciones externas y el indicador de resultado del número de asistentes, puesto que habían conseguido superar las metas previstas y de este modo se consigue optimizar los objetivos previstos.

- **Recomendaciones dirigidas a los organismos gestores**

- *Adecuar la estructura de sus páginas Web con el fin de que reúnan una estructura homogénea para la inclusión de la información sobre las actuaciones cofinanciadas, siguiendo las indicaciones del GERIP, siguiendo el ejemplo de la web del OIC.*

Se observa disparidad entre las páginas web de los gestores puesto que algunas difieren de algunas de las indicaciones de la red GERIP en cuanto a los apartados que deben incluirse en las webs de los gestores, como la información precisa sobre sus actuaciones o el uso del respectivo logo y emblema del PO FEDER 2014-2020.

- *Identificar y presentar un número mayor de buenas prácticas con el objetivo de incrementar la visibilización de las actuaciones en el marco del FEDER en la Comunidad de Madrid.*

Se han logrado publicar un total de siete Buenas prácticas a lo largo del periodo de programación, lo que supone una Buena Práctica por año de ejecución. Estas prácticas se han concentrado en 3 OIG: Metro de Madrid, Agencia para la Administración Digital y Canal de Isabel II.

- *Incrementar la actividad de información y comunicación y hacer el reporte correspondiente en cuanto a la alimentación de sus indicadores.*

Las actuaciones de información y comunicación, así como su reporte, han sido positivos en general, logrando alcanzar las metas en la mayoría de indicadores, si bien es cierto que algunos OIG han realizado un reporte irregular.

2.3 Validez y consistencia interna de la estrategia de comunicación

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

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

La **validez y consistencia interna de la Estrategia de Comunicación** se determina mediante la comprobación de coherencia entre los objetivos y la Estrategia de Comunicación y si las medidas de comunicación puestas en marcha responden adecuadamente a dichos objetivos y a la Estrategia.

La tabla que se presenta a continuación sintetiza los principios, los objetivos, los destinatarios y el enfoque de la Estrategia de Comunicación.

PRINCIPIOS	COHERENCIA	TRANSPARENCIA	DIFUSIÓN
Objetivo Marco	- Fortalecer la visibilidad, entre los beneficiarios y la ciudadanía, del papel de la Unión Europea en el Programa Operativo - Transmitir a la ciudadanía madrileña una imagen homogénea y coherente acerca de la intervención de los Fondos FEDER, haciendo hincapié en la difusión de las buenas prácticas cofinanciadas como eje vertebrador de la Estrategia		
Objetivos Específicos	- Informar a los beneficiarios de las oportunidades de acceso a las ayudas de la actuación conjunta de la UE y la Comunidad de Madrid - Informar y sensibilizar la ciudadanía, o a la población en general, sobre el papel de la Unión Europea y del FEDER en la Comunidad de Madrid y las actuaciones que, en el Programa Operativo, se realizan con el apoyo de la UE		
Destinatarios	- Beneficiarios: beneficiarios potenciales y beneficiarios - Público en general o ciudadanía - Medios de comunicación y otros agentes difusores		
Enfoques	- Informativo: Facilitar el cumplimiento de las exigencias y concienciar de las obligaciones - Comunicativo: Incrementar el nivel de conocimiento sobre la incidencia y los logros de la aplicación de los Fondos Europeos y el papel de la UE sobre la región		

Tabla 2. Principios, Objetivos, Destinatarios y Enfoque de la Estrategia de Comunicación.

De acuerdo con los aspectos mencionados en la tabla anterior, la **Estrategia de Comunicación muestra una consistencia interna** conforme a los objetivos establecidos y la coherencia con las medidas orientadas a los destinatarios del programa, y la **validez de la Estrategia** se corrobora mediante la inclusión de los requisitos de información y comunicación.

2.4 Asignación y adecuación de recursos

En este apartado se analizan los recursos financieros destinados para desarrollar la Estrategia de Comunicación. Se valora el ajuste de las medidas establecidas con los recursos disponibles para su ejecución. Este análisis queda recogido ampliamente en los epígrafes 2.1 sobre el criterio de **Proporcionalidad**, y el apartado 3.1.3. **Presupuesto ejecutado asociado a los indicadores** del presente informe.

En cuanto a los **recursos humanos** disponibles para la aplicación de las medidas de información y comunicación, los OIG incluyen estas actuaciones de comunicación dentro de sus obligaciones como responsables en la gestión y el seguimiento. Los OIG son los encargados de ejecutar las medidas de comunicación en su ámbito de actuación, recopilar información acerca de las actuaciones ejecutadas y reportar estas medidas, teniendo en algunos casos, personal dedicado a comunicación. Por lo tanto, los Organismos **cuentan con los recursos necesarios** para llevar a cabo las medidas de información y comunicación. La disponibilidad adicional de plantilla destinada a comunicación permite optimizar las actuaciones llevadas a cabo, como la cumplimentación de los criterios de las fichas de Buenas Prácticas, que requieren de una carga de trabajo añadida.

2.5 Consideración del principio de igualdad de oportunidades

La valoración del cumplimiento del **criterio del Principio de Igualdad de Oportunidades** se ha tenido en cuenta en la planificación de la Estrategia y durante la ejecución de las medidas de información y publicidad comprendidas en el periodo de programación.

Este principio **se incluye en la Estrategia de Comunicación**, en primer lugar, como medida para garantizar el cumplimiento del objetivo específico de “Informar a los beneficiarios de las oportunidades de acceso a las ayudas de la actuación conjunta de la UE y la Comunidad de Madrid”, en el sentido de reforzar la igualdad de género. La Estrategia especifica la incorporación del **enfoque de género en todos los soportes y mensajes de las actuaciones**. De esta manera, los soportes de las actuaciones de publicidad materializan el **lenguaje**, escrito y verbal, **inclusivo y no sexista**, así como una imagen que responde a un **tratamiento paritario de la presencia de mujeres y hombres** en los ámbitos sobre los que incide el Programa Operativo.

También se considera la aplicación del principio al constituir un **aspecto tratado en las jornadas realizadas** con el objetivo de informar a los beneficiarios sobre la programación, sus obligaciones y los principios horizontales. El principio de igualdad de oportunidades y no discriminación, además de ser

un **principio horizontal**, es un **criterio que las actuaciones deben cumplir para ser consideradas como Buenas Prácticas**.

La aplicación de este principio se aborda ampliamente en el epígrafe 5 de este informe.

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

En el presente apartado del informe para la evaluación de la Estrategia de Comunicación se realiza un análisis exhaustivo de la aplicación de las medidas de información y comunicación durante el desarrollo del Programa Operativo. Se realiza el análisis de acuerdo con los siguientes tres aspectos:

- **Avances en la ejecución de las medidas:** Se calcula el grado de ejecución de los indicadores tanto de realización como de resultado incluidos en la Estrategia en relación con las metas establecidas para cada uno de ellos, y el avance en las medidas ejecutadas.
- **Integración de las actividades de información y comunicación en los IAE:** se verifican los informes y la inclusión del contenido de información y comunicación.
- **Repercusión de los sistemas de seguimiento en la calidad de la ejecución de las medidas:** se estima el alcance de los procedimientos previstos en la Estrategia de Comunicación en relación con el incremento de calidad en la ejecución de las medidas.

3.1 Avances en la ejecución de las medidas

Este punto examina el grado de ejecución a lo largo del periodo de programación, desde el comienzo en 2014 hasta el 31 de diciembre de 2022, en cuanto a la aplicación de las medidas de información y comunicación de la Estrategia de Comunicación del FEDER 2014-2020 de la Comunidad de Madrid.

Se han empleado las diversas fuentes de información disponibles para dar respuesta a los distintos indicadores de comunicación que contempla la Estrategia, siendo la fuente principal los datos cuantitativos volcados en la aplicación informática INFOCO2014.

Los Organismos Intermedios Gestores que han contribuido para con el desarrollo del análisis de este apartado acerca de la ejecución de las medidas son:

- **Dirección General de Investigación e Innovación Tecnológica (DG IIT)**
- **Dirección General de Promoción Económica e Industrial**
- **Consejería de Familia, Juventud y Política Social**
- **Canal de Isabel II**

- **Agencia de la Administración Digital de la Comunidad de Madrid (Madrid Digital)**
- **Agencia de Vivienda Social de la Comunidad de Madrid**
- **Metro de Madrid**
- **Servicio Madrileño de Salud (SERMAS)**

A su vez, el **OIC, la DG de Presupuestos de la Comunidad de Madrid por medio de la SG de Fondos Europeos y Política Regional**, ha facilitado información adicional como responsable final de las medidas ejecutadas y actor encargado de la coordinación de los organismos implicados en el PO FEDER 2014-2020 de la Comunidad.

Además de los datos cuantitativos, se ha transmitido también información cualitativa por parte de todos los responsables de actuaciones de información y comunicación implicados en el programa (tanto el OIC como los OIG). Esto ha supuesto una aportación complementaria de las medidas y los indicadores de comunicación.

A continuación, se procede al **análisis del grado de ejecución de los Indicadores de Comunicación** con los datos reportados en la aplicación INFOCO2014 hasta el 31 de diciembre de 2022, último año del que se disponen datos de estos indicadores. Además, se analiza el avance con respecto a la Evaluación intermedia y sus recomendaciones en función de la ejecución en el momento de la evaluación. Como se ha mencionado, algunos OIG no han reportado valores de los indicadores en todas las anualidades del periodo debido a la ejecución discontinua de algunas actuaciones.

En líneas generales, se observa que las medidas han alcanzado las metas programadas en cuanto a los indicadores de realización, con la excepción del indicador nº 4 “Número de páginas web”.

A continuación, se presentan los grados de ejecución de los indicadores.

3.1.1. Análisis general del avance de los indicadores de realización

La tabla 3 muestra el **grado de ejecución alcanzado por los indicadores de realización** y su grado de avance hacia las metas del programadas para cada uno de ellos.

En ciertos indicadores, las **metas de la Estrategia han sido modificadas** debido al elevado grado de ejecución alcanzado. Tan solo se obtiene un valor lejano a la meta en el indicador 4 “Número de páginas web”.

Indicadores de realización	Metas iniciales	Metas finales reprogramadas	Ejecución total a 2022		Evaluación Intermedia 2019
			Ejecución	% Ejecución	% Ejecución
1. N.º actividades y actos públicos	60	77	78	101,3%	80%
2. N.º de acciones de difusión	75	100	103	103%	64%
3. N.º de publicaciones externas realizadas	60	72	70	97,2%	51,7%
4. N.º de páginas Web		10	7	70%	90%
5. N.º de soportes publicitarios		100	110	110%	44%
6. N.º de documentación interna distribuida		50	45	90%	68%
7. N.º de redes de información y publicidad		3	3	100%	100%

Tabla 3. Ejecución de los indicadores de realización FEDER 2014-2020 Comunidad de Madrid reportados en INFOCO2014 a 31/12/2022

El **indicador de realización nº 1 “Número de eventos realizados”** ha alcanzado un grado de ejecución del **101,3%**, por lo que **ha alcanzado la meta** prevista a la finalización del periodo.

El grado de avance en la evaluación intermedia correspondía con el 80%. Al ser un valor alto para el periodo en el que se realizó la evaluación, se produjo una modificación al alza del valor de la meta (pasando de 60 a 77 actos públicos). De esta manera, se ha conseguido que la previsión se adhiera fielmente a la ejecución llevada a cabo durante el periodo de programación.

Respecto al **indicador de realización nº 2 “Número de acciones de difusión”**, el valor acumulado a 2022 es igual al **103%**. Por tanto, es un valor que **ha cumplido con el valor previsto** en la Estrategia.

Al igual que el indicador anterior, se ha producido un incremento en la meta de la Estrategia. Aunque el grado de ejecución en 2019 era del 64% respecto a la meta inicial de 75 acciones de difusión, el ritmo de ejecución durante la última etapa del periodo ha sido superior a lo previsto, de modo que ha resultado adecuado incrementar el valor objetivo hasta 100. Esta meta ha estado alineada con la ejecución, puesto que el grado de ejecución ha sido adecuado y conforme a la previsión.

En cuanto al **indicador de realización nº 3 “Número de publicaciones externas realizadas”**, el grado de ejecución asciende al **97,2%**, que supone **prácticamente la consecución de la meta propuesta**.

La evaluación intermedia mostraba un valor del 51,7% con respecto al objetivo de 60 publicaciones. Como en el indicador anterior, durante la segunda mitad del periodo de programación este indicador se ha ejecutado a un ritmo superior, por lo que se realizó una reprogramación al alza (la meta ha cambiado de 60 a 72). La ejecución mostrada en 2022 resulta muy próxima al cumplimiento total, por lo que la reprogramación del indicador ha resultado coherente con la ejecución durante el periodo.

El **indicador de realización nº 4 “Número de páginas web”** es el **indicador de realización con un menor grado de ejecución** de esta evaluación. Se ha reportado un total de 7 páginas web. Ello supone el 70% respecto al objetivo de 10 páginas web.

Este valor se debe a la inclusión de las páginas web de **5 de los 8 gestores** incluidos, más la correspondiente al **OIC y a la Autoridad de Gestión**. Otros gestores, como el SERMAS o la DG de Promoción Económica e Industrial, cuentan con página web propia, pero no está dedicada a los Fondos Europeos ni hacen referencia expresa a la financiación de sus operaciones, por lo que no se validan dentro del indicador.

En la evaluación intermedia se reportó un 90%. Pese a que se propuso reprogramar el objetivo al no haber incorporado finalmente un OIG previsto al inicio del programa, este ha sido reemplazado por el SERMAS, que no estaba previsto inicialmente y ha sido incluido en el PO FEDER 2014-2020. No obstante, la evaluación de 2019 incluía una **apreciación acerca del estado** de las páginas web de la DG IIT y de Madrid Digital, que **no estaban relacionadas con FEDER**, pudiendo tratarse de una **incorrecta interpretación** del resultado.

El valor del indicador en 2022 ha descendido a un grado de ejecución del 70%, por lo que se propone revisar las páginas web de los OIG para que **se adecúen a las indicaciones del GERIP**.

Con respecto al **indicador de realización nº 5 “Número de soportes publicitarios”**, se ha obtenido un grado de ejecución final del **110%**, superando el objetivo de la Estrategia de Comunicación.

La evolución con respecto al valor de la Evaluación intermedia ha supuesto un ritmo superior al alcanzado hasta 2019, ya que su grado de ejecución era del 44%. El incremento en el empleo de soportes publicitarios ha permitido superar ampliamente la meta de la Estrategia. Los principales soportes publicitarios han sido **carteles in situ a título informativo de la cofinanciación en las operaciones**, además de **desplegables o roll-ups** en actos de promoción.

Conforme al grado de ejecución del **indicador de realización nº 6 “Número de documentación interna distribuida”**, se ha alcanzado un porcentaje del **90%**. Si bien no alcanza el 100%, la **ejecución de este indicador corresponde con un valor elevado cercano al objetivo**.

Este tipo de documentación se corresponde con las Instrucciones y Manuales ligados a las obligaciones de la Estrategia del Programa, así como orientaciones y otras indicaciones metodológicas en cuanto al reporte de indicadores.

En la Evaluación Intermedia, se reportó un grado de ejecución del 68%. Este alto valor es consecuencia de la **acumulación de una mayor distribución de documentos y guías al comienzo del Programa Operativo**. En cambio, la distribución de documentación interna ha sido menor en las anualidades posteriores (siendo tan solo del 4% en el año 2022).

Por último, el **indicador de realización nº 7 “Número de redes de información y comunicación”** incluye tres redes de diferentes ámbitos: **INFORM (europeo), GERIP (nacional) y RIFEM (regional)**.

La Autoridad de Gestión forma parte de la **red INFORM** junto con el resto de Estados Miembros de la Unión Europea, y transmite verticalmente las directrices.

En el **GERIP**, las distintas regiones reciben directrices de la Autoridad de Gestión y sirve para homogeneizar la información dispuesta por la AG coordinando aspectos relativos a FEDER entre las diferentes comunidades autónomas. El OIC actúa como representante de la Comunidad de Madrid. La red **RIFEM** engloba a los gestores de la Comunidad de Madrid y trata de impulsar su contribución en cuanto a las medidas de información y comunicación. Sin embargo, la asiduidad en la celebración de reuniones de **esta red ha sido escasa**, especialmente durante la parte final del periodo. La mayoría de los OIG han manifestado no haber participado, ya que la rotación de plantilla ha ocasionado que no estuvieran en la etapa inicial del Programa Operativo.

Aunque **se reporta el 100% del indicador al haberse llevado a cabo las 3 redes** durante el periodo de programación, **resultaría interesante retomar** las reuniones de RIFEM, de acuerdo con las opiniones de los OIG.

3.1.2. Indicadores de resultado

El **grado de ejecución alcanzado en los indicadores de resultado** se recopila en la tabla 4, así como el avance hacia las metas previstas.

Se han **alcanzado los objetivos previstos en todos los indicadores** de la Estrategia, en línea con el alto cumplimiento de los indicadores de realización, con la única excepción del número de reuniones de las redes de información y comunicación.

Destaca el número de asistentes a actividades y actos públicos, que ha logrado **duplicar la meta** incluso habiendo sido el único indicador con una revisión al alza del objetivo de la Estrategia.

Indicadores de resultado	Metas iniciales	Metas finales reprogramadas	Ejecución total a 2022		Evaluación Intermedia 2019
			Ejecución	% Ejecución	
1. N.º de asistentes	4.500	5.200	10.442	200,8%	126,4%
3.1. N.º de publicaciones distribuidas / editadas	100%		99%		97,8%
3.2. N.º de puntos de distribución	35		37	105,7%	80%
4. N.º de visitas	160.000		162.611	101,6%	85,6%
6. % de organismos cubiertos	100%		100%		100%
7.1. N.º de reuniones	79		48	60,8%	31,6%
7.2. N.º de asistentes	49		48	98%	67,3%

Tabla 4. Ejecución de los indicadores de resultado FEDER 2014-2020 Comunidad de Madrid reportados en INFOCO2014 a 31/12/2022

Indicador de resultado 1: Número de asistentes asociado a las actividades y actos públicos.

El número de asistentes hasta diciembre de 2022 es igual al **200,8%** del objetivo. **La asistencia ha sido el doble a la meta de la Estrategia**, por lo que ha superado ampliamente la meta.

En la evaluación con los datos de 2019, ya se reportó un 126% del objetivo inicial. Debido a esta sobre ejecución, se ha realizado una reprogramación aumentando la meta de 4.500 a 5.200 asistentes con el objeto de adecuar la previsión a la ejecución.

El indicador de realización 3. *Publicaciones externas realizadas* se vincula a dos indicadores de resultado:

Indicador de resultado 3.1: Número de publicaciones distribuidas / editadas

El porcentaje de las publicaciones externas que son distribuidas / editadas corresponde con el **99%**, que en su práctica es la **totalidad de las publicaciones realizadas**, por lo que se considera cumplido el objetivo.

Aunque en la evaluación intermedia el valor reportado era próximo al 100% (97,5%), se ha logrado **mejorar** el porcentaje de publicaciones distribuidas.

Indicador de resultado 3.2: Número de puntos de distribución

El grado de ejecución de este indicador es del **105,7%**. Es decir, se ha **superado el número de puntos de distribución que estaban programados en la Estrategia de Comunicación**.

En la Evaluación Intermedia, se reportó un valor del 80%. Tras esta evaluación, se ha producido un incremento constante de los puntos de distribución, de modo que se supera el objetivo a la finalización del periodo de programación.

Indicador de resultado 4: Número de visitas a las páginas web

Este indicador de resultado se calcula a partir del promedio de visitas anuales a las páginas web reportadas en el programa. La media del número de visitas que se ha obtenido con los datos de diciembre de 2022 ha resultado el **101,6%** de la meta, por lo que se **logra el objetivo** de la Estrategia. El promedio alcanzado en la evaluación a junio de 2019 fue inferior al valor previsto (85,6%). Por consiguiente, las visitas en **los últimos años del periodo han elevado el promedio de visitas**. Por ejemplo, en 2022, último año del que se disponen datos, se ha obtenido cerca del 125% del objetivo de visitas.

Hay que destacar que, aunque se han reportado menos páginas web en el indicador de realización que el número previsto como meta, el total de visitas sí ha cumplido con la meta de la Estrategia de Comunicación.

Indicador de resultado 6: Porcentaje de organismos cubiertos por documentación interna distribuida

La **documentación distribuida ha cubierto a todos los organismos del programa** durante todo el periodo 2014-2020. En la evaluación intermedia, se reportó que el 100% de los organismos recibían la documentación interna. En la evaluación actual, se ha mantenido el alto grado de ejecución del **100%** y que supone el **cumplimiento del objetivo**.

Indicador de resultado 7.1: Número de reuniones de las redes de información y comunicación

El número de reuniones de redes mantenidas durante el periodo de programación ha resultado del **60,8%** de la previsión, **un porcentaje por debajo de la meta (79%)**.

La ejecución de reuniones de estas redes ha sido inferior a la frecuencia prevista originalmente.

Como han resaltado los gestores en las entrevistas, las reuniones de la red regional RIFEM se han realizado con baja frecuencia, especialmente en la parte final del periodo de programación.

Además, la aparición de la pandemia de COVID-19 supuso un impacto negativo: por una parte, debido a las restricciones en cuanto a las reuniones presenciales; y por otra parte, los esfuerzos se centraron en la ejecución del programa en una situación complicada, tanto para los OIG como para los destinatarios de las actuaciones del programa, en detrimento de la interacción entre gestores y la habilitación de un foro común para información y comunicación.

El OIC ha desarrollado la atención y distribución de indicaciones a través de correos electrónicos, sin realizar reuniones mediante la RIFEM.

En la evaluación intermedia, el grado de ejecución del indicador ascendía a 31,6%. La frecuencia de las reuniones no ha podido verse incrementada como consecuencia de las restricciones de la pandemia, quedando un indicador de resultado final por debajo de la previsión de la Estrategia.

Indicador de resultado 7.2: Número de asistentes a las reuniones de las Redes de información.

El número de asistentes **sí ha resultado un valor próximo al objetivo** al haberse reportado en 2022 un grado de ejecución del **98%** (48 de los 49 asistentes programados en la Estrategia).

Respecto a la evaluación anterior, se ha producido un incremento desde el 67,3% reportado entonces hasta el 98% actual. Así, el avance de la ejecución de las medidas en los consiguientes años ha permitido alcanzar finalmente el objetivo de la Estrategia de Comunicación.

3.1.3. Presupuesto ejecutado asociado a los indicadores de realización

El **presupuesto de la Estrategia de Comunicación de FEDER** en cuanto a las medidas de información y comunicación **ha sido estimado en 1.424.066€**. Este presupuesto puede cofinanciarse con la ayuda programada en el Eje de Asistencia Técnica al Programa Operativo.

En la tabla siguiente se recoge la situación de los aspectos relacionados con el gasto asociado a las medidas de información y comunicación:

- El gasto estimado ejecutado en las actuaciones de información y comunicación contempladas dentro de la Estrategia de Comunicación hasta diciembre de 2022.
- El porcentaje correspondiente de cada actuación respecto al gasto total ejecutado.
- La comparación del gasto efectuado a la finalización del periodo y la situación de 2019.

Indicadores de resultado	Gasto estimado a 2022		Gasto estimado a 2019	
	Ejecución	%	Ejecución	%
1. N.º actividades y actos públicos	299.226 €	67,1%	53.996 €	42,5%
2. N.º de acciones de difusión	9.102 €	2%	327 €	0,3%
3. N.º de publicaciones externas realizadas	107.106 €	24%	65.810 €	51,8%
4. N.º de páginas Web	3.124 €	0,7%	350 €	0,3%
5. N.º de soportes publicitarios	23.172 €	5,2%	4.518 €	3,6%
6. N.º de documentación interna distribuida	3.895 €	0,9%	1.745 €	1,4%
7. N.º de redes de información y publicidad	400 €	0,1%	380 €	0,3%
Total	446.025 €	100%	127.126 €	100%

Tabla 5. Gasto ejecutado conforme las medidas de información y comunicación de la Estrategia de Comunicación PO FEDER 2014-2020 Comunidad de Madrid a 2022 y 2019.

El gasto estimado en 2022 ha ascendido a 446.025€, lo que representa un grado de ejecución del **31,3% del presupuesto de la Estrategia de Comunicación**. Se ha producido un avance considerable comparado con el nivel de gasto incluido en el Informe de Ejecución Anual de 2019, con un gasto de 127.126€ (es decir, tan solo el 8,9% del presupuesto de la Estrategia). Es **especialmente destacable el incremento ocasionado en cuanto a los actos públicos**. La **mayor parte del gasto en 2022 (67,1%) procede de la ejecución de esta medida** referente al primer indicador. La segunda medida que tiene una repercusión significativa en el gasto es la relacionada con las **publicaciones externas realizadas (24%)** y en tercer lugar, ya con un valor menor, se encuentran los **soportes publicitarios (5,2%)**. El resto de los indicadores apenas repercute significativamente, siendo porcentajes inferiores al 2% del gasto total estimado.

Como se ha hecho constar en apartados anteriores de esta evaluación, las actuaciones de comunicación llevadas a cabo por los OIG y demás responsables son **obligatorias** en el marco de las operaciones del Programa Operativo. Por este motivo, la financiación generalmente se contempla dentro del presupuesto de la propia operación **con cargo al eje del programa** en que se enmarca. Esto se manifiesta en que, como norma general, el **importe de las actuaciones de comunicación no se registra al incluirse implícito en el coste de la actuación ejecutada** o se asumen como **costes propios**. Esta situación se refleja en el coste asociado a los indicadores de documentación interna distribuida, de páginas web o de acciones de difusión en la tabla anterior, ya que tan solo se reportan con un **gasto del 1%**, siendo complicada la individualización del coste concreto de la medida dentro de la gestión del Programa Operativo a través de medios electrónicos (correos, móvil, etc).

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

Este apartado realiza una evaluación de la **información de las actividades de comunicación y publicidad incluidas en los Informes Anuales de Ejecución (IAE)** de modo que se garantice el cumplimiento del aporte de información para el seguimiento periódico de los avances en la aplicación de la Estrategia de Comunicación. Estos IAE se encuentran disponibles en la página web del OIC.

Estos IAE se presentan en los **Comités de Seguimiento**, que actúan como medio oficial para la aprobación de los avances.

Desde 2016, con la aprobación de la Estrategia de Comunicación, se produce un reporte periódico del avance a través de los IAE a lo largo del periodo de programación. A pesar de que los IAE dedican el apartado 12.2. *“Resultados de las medidas de información y publicidad de los Fondos aplicadas conforme a la Estrategia de Comunicación”* a este aspecto, la información de las actuaciones de información y comunicación se incorpora en el **Anexo de Comunicación** que acompaña a dichos informes.

Además, se realiza una breve presentación de las Buenas Prácticas en el **Resumen a la Ciudadanía**.

- **Anexo de Comunicación**

La información que se incluye en el Anexo de Comunicación comprende varios aspectos de la Estrategia de Comunicación.

En primer lugar, se reportan los **indicadores de comunicación** llevados a cabo durante el año correspondiente, así como el total acumulado.

También se recopilan algunas de las **actividades concretas de información y publicidad** realizadas durante la anualidad a la que corresponde el IAE. Entre estas actividades, destacan las **campañas de difusión, actos públicos** de presentación de operaciones, **noticias en medios y notas de prensa, vallas y carteles publicitarios, publicaciones en redes sociales** e información acerca de la **celebración del evento Anual de comunicación del PO FEDER 2014-2020**.

En el Anexo de Comunicación desde el año 2018 se recoge información relativa a las **Buenas Prácticas**, ya que anteriormente la mayoría de las actuaciones cofinanciadas estaban aún en ejecución (siendo uno de los criterios de Buenas prácticas que la operación se encuentre próxima a su finalización).

Periódicamente, los **Anexos de Comunicación incorporan una Buena Práctica aprobada por año**, con una breve justificación del cumplimiento de los criterios de valoración para ser seleccionadas como Buena Práctica y las pruebas de la apropiada publicidad de la cofinanciación FEDER para la ejecución de la operación. En el apartado 7 de este informe se detalla en profundidad la publicación de Buenas prácticas durante el Programa Operativo.

- **Resumen a la Ciudadanía**

Estos resúmenes se incluyen como Anexos al final de los IAE. Además, se encuentran **publicados independientemente en la página web de la Comunidad de Madrid**, garantizando un acceso más directo para facilitar la consulta de la ciudadanía.

En el Resumen se incorpora una recapitulación de la ejecución de las operaciones incluidas en el PO FEDER 2014-2020 y una **breve descripción de la Buena Práctica** que se ha incluido en el Anexo de

Comunicación del mismo año con el fin de promocionar las actuaciones realizadas en la región con cofinanciación del programa y que resultan de gran interés para la ciudadanía.

- **Comités de Seguimiento**

Los periódicos **Comités de Seguimiento** actúan como los medios principales para la presentación de los avances de las medidas a los responsables de la Estrategia de Comunicación junto a las previsiones para los siguientes periodos.

Como mecanismo oficial en el que se realiza el **seguimiento de la evolución en la Estrategia**, se exponen las propuestas de **mejora** y las posibles **modificaciones** pertinentes durante el periodo de programación. En el **Comité de Seguimiento de 2022 se ha aprobado la modificación de la Estrategia de Comunicación**, que ha conllevado la **revisión al alza** de los valores en los indicadores de realización y resultado mencionados anteriormente, así como el cambio de titular del representante del OIC en la Comunidad de Madrid.

A modo de resumen, se comprueba que la información reportada mediante los Informes Anuales de Ejecución funciona como un **medio apropiado para realizar el seguimiento periódico anual de las medidas de información y comunicación** dentro del PO FEDER 2014-2020 a partir de los Anexos de Comunicación, así como mediante los Comités de Seguimiento.

El **Anexo de Comunicación muestra de forma clara y diferenciada** las actuaciones llevadas a cabo y la evolución durante el periodo de programación. Resultaría aún más favorecedor **su publicación independiente** (como se realiza con los Resúmenes a la ciudadanía), ya que permitiría un acceso directo y una mayor visibilidad de las acciones ejecutadas. El reporte anual de las Buenas Prácticas, incluyendo **fotografías y elementos visuales**, es un instrumento de comunicación apropiado para destacar actuaciones con especial interés para la ciudadanía madrileña.

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

Con el objetivo de valorar la repercusión de los sistemas de seguimiento en la calidad de la ejecución de las medidas de la Estrategia puestas en marcha, se analizan los procesos para identificar **factores de éxito u obstáculos** cuya consideración es decisiva para comprender los niveles de realización alcanzados, así como los resultados e impactos globales. La eficacia de las actuaciones de información y comunicación no solo se explica por la metodología establecida sino por la calidad del proceso de implantación o ejecución de esta.

De acuerdo con la Guía de evaluación de la Estrategia de Comunicación de FEDER, se establecen una serie de aspectos con los que analizar el nivel de calidad y de ejecución de las obligaciones establecidas. Esta valoración se ha efectuado principalmente a partir de la información cualitativa recogida durante el desarrollo de la evaluación. A continuación, se presenta el análisis realizado respecto a la calidad de la ejecución de las medidas:

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

En el periodo 2014-2020 en la Comunidad de Madrid se ha desarrollado una **Estrategia de Comunicación única dedicada a FEDER** separada de FSE (el periodo 2007-2013 incluía una Estrategia conjunta). Esta separación ha sido consecuencia de la recomendación propuesta en la evaluación final del periodo anterior. Pese a que ambos Fondos Estructurales comparten elementos, resulta adecuado realizar Estrategias independientes con los ajustes precisos de las medidas y objetivos para adecuarlos al fondo estructural correspondiente (FEDER en este caso) y centrar la atención en las obligaciones que deben cumplimentarse por los responsables del Programa, evitando confusiones al separar emblemas, logos y demás medidas.

Para la realización del seguimiento y ejecución de las medidas en materia de comunicación incluidas en la Estrategia, se ha desarrollado una *“Guía práctica para el cumplimiento de las obligaciones de información y comunicación en las actividades cofinanciadas por el FSE y el FEDER en la Comunidad de Madrid, 2014-2020”* elaborada por el OIC y distribuida a todos los OIG. Asimismo, se definen y explican las pautas a adoptar tanto en la recopilación como en el registro de los indicadores, así como orientaciones en la detección e identificación de las Buenas Prácticas.

Adicionalmente, destaca el documento *“Breve manual recopilatorio de cuestiones de tipo práctico para los beneficiarios/as en materia de comunicación 2014-2020”* elaborado por la AG y disponible para todos los gestores con el fin de facilitar la comprensión y ejecución de las medidas.

Estos documentos, que además se encuentran **disponibles en las páginas web del OIC y AG respectivamente**, han resultado **útiles y han contribuido a llevar a cabo las medidas de la Estrategia**, con una mejora en el reporte de indicadores en comparación con la evaluación intermedia. La mayoría de los gestores ha manifestado no tener problemas en cuanto a su reporte, aunque es cierto que en algunos casos el reporte es irregular y son validados por el OIC antes de reportarse en INFOCO.

- o **Análisis de la estructura y funcionamiento del GERIP y otras redes regionales.**

Se atribuye una relevancia importante a la pertenencia de los organismos a una red de comunicación ya sea de ámbito europeo (INFORM) participada por la Autoridad de Gestión, nacional (GERIP) con la participación del OIC como representante, o de ámbito regional (RIFEM), formada por los gestores responsables de operaciones dentro del PO FEDER 2014-2020 de la Comunidad.

De esta manera, el OIC dispone de contacto directo con la AG en materia de comunicación y favorece la coordinación de los gestores bajo una estrategia común de comunicación entre los distintos actores implicados con unas pautas y criterios homogéneos consolidados.

A través de estas redes es posible poner en común las dudas y cuestiones relativas a comunicación de FEDER para lograr una mayor coordinación y comunicación entre los distintos órganos. Por ello, los

gestores entrevistados han comentado que han **echado en falta una mayor periodicidad de reuniones, en concreto de la red regional**, con el objetivo de **poner en común** las experiencias más frecuentemente y homogeneizar la interpretación de algunas medidas del programa. Como se ha comentado en el indicador de Redes de información y comunicación, el número de reuniones ha sido inferior al previsto, en parte debido a la pandemia. Además, los esfuerzos se centraron en la ejecución del programa en una situación complicada, tanto para los OIG como para los destinatarios de las actuaciones del programa, en **detrimiento de la interacción entre gestores mediante la habilitación de un foro común** para información y comunicación.

Los gestores han manifestado que sería de gran interés **reactivar las reuniones de la red RIFEM** en la que participar y transmitir las inquietudes con el OIC y al mismo tiempo disponer de un espacio de intercambio de experiencias que facilite la ejecución o resuelva dudas a los OIG.

o Calidad de los procedimientos establecidos.

La distribución de instrucciones, orientaciones y guías es un procedimiento **esencial** como soporte para el cumplimiento de la Estrategia, y también para disipar las dudas que los actores puedan tener durante la ejecución del programa, mediante la elaboración de información práctica en cuanto a la implantación de las medidas, y no solo como un marco teórico de aplicación.

Los gestores han comentado que resulta **exhaustivo revisar** todos los documentos generados a lo largo del periodo de programación, y por ello, consideran que la realización de jornadas informativas / sesiones podrían incrementar el grado de conocimiento de una forma más práctica y eficiente. De este modo, las sesiones satisfarían las expectativas de los gestores, puesto que los indicadores de impacto han demostrado una alta utilidad de las sesiones, aunque la tasa de satisfacción no es tan elevada.

La evaluación también ha constatado una **amplia rotación en las plantillas** de los OIG. Un gran número de responsables/técnicos de los equipos gestores se han ido incorporado a medida que ha ido avanzando el periodo de programación. Por tanto, el equipo evaluador considera primordial **mantener la calidad en los procedimientos llevados a cabo durante el periodo** (guías, instrucciones, etc.) junto con una integración y puesta en funcionamiento rápida que permita la mayor eficacia posible en la ejecución y seguimiento de las medidas de la Estrategia de Comunicación.

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

Como se ha indicado en el apartado 3.1.3. *“Presupuesto ejecutado asociado a los indicadores”*, parte de los **costes de información y comunicación** se asumen como propios por los OIG y/o se encuentran **integrados dentro del coste de la propia operación**.

Esta situación ha supuesto que el **grado de ejecución de los indicadores no sea acorde a la ejecución del gasto asociado**. Mientras que la práctica **totalidad de los indicadores de comunicación ha alcanzado los objetivos previstos**, el **coste de las actuaciones sólo alcanza un tercio del presupuesto de la Estrategia de Comunicación**.

En cualquier caso, el desarrollo de las medidas de la Estrategia no supone un coste económico imputado con cargo al eje de Asistencia Técnica del Programa Operativo, sino que se reparte entre los ejes que cofinancian las actuaciones. Los responsables **integran las obligaciones como parte de su gestión** (publicaciones de bases y convocatorias, logos y carteles, desarrollo de páginas web, publicación de notas de prensa, instrucciones y materiales, organización de jornadas...) y son desarrolladas con medios propios. En otras ocasiones, las obligaciones se transmiten al destinatario o beneficiario final, por lo que al aceptar la subvención o ser adjudicatario de un contrato **se aceptan las obligaciones derivadas en temas de publicidad** (elaboración de carteles, material divulgativo, folletos y logos, etc.) y el posible coste ya se encuentra implícito en la subvención concedida o en el contrato adjudicado.

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

La utilización de la **plataforma INFOCO2014 se considera muy útil** para el seguimiento de la Estrategia de Comunicación y constituye un gran **avance** en lo que se refiere a la introducción de las nuevas tecnologías para la mejora de la gestión, ejecución y seguimiento de las medidas de información y comunicación. Constituye una herramienta que **implica una elevada carga de trabajo** pero que a su vez sirve para **homogeneizar** el reporte de los indicadores y **mejorar la calidad del procedimiento**.

Por otro lado, durante el periodo de programación, los OIG generan una extensa cantidad de documentación. Para facilitar la accesibilidad y custodia a esta información, se propone algún tipo de herramienta informática como un **repositorio digital** en el que el acceso a los documentos sea más **intuitivo y práctico**.

De cara a la ciudadanía, esta **recopilación se realiza por medio de la página web de Fondos Europeos del OIC**, con documentación correspondiente al PO FEDER 2014-2020: Estrategia de Comunicación, IAE y resúmenes a la ciudadanía, modificaciones, lista de operaciones, Buenas Prácticas, etc. No obstante, debe actualizarse ya que no se encuentran disponibles las versiones más actualizadas o los últimos documentos aprobados (Estrategia con valores modificados, última Buena Práctica aprobada).

- **Análisis sobre la concienciación de la ciudadanía sobre FEDER.**

Como se demuestra en los indicadores de impacto del apartado 6 de este documento, la **ciudadanía madrileña tiene un amplio conocimiento sobre el importante papel que la Unión Europea** ejerce en su territorio gracias a inversiones para el progreso económico y social.

Por el contrario, el grado de **conocimiento del FEDER por la ciudadanía es inferior**. Esto es una clara muestra de que el mensaje que llega a la ciudadanía es la importancia de la financiación de la Unión Europea, sin hacer especial distinción entre diferentes Fondos Estructurales.

De acuerdo con el Anexo IX del Reglamento 2021/1060, RDC para el próximo periodo de programación (2021-2027), en la web del OIC se incluye un apartado de visibilidad, transparencia y comunicación con el Manual de identidad visual elaborado por la AG, unificando y reforzando el mensaje sobre el papel de la UE.

o Cumplimiento de los objetivos de información y comunicación.

Destaca el objetivo del portal web único para todos los gestores que participan dentro de este periodo de programación en materia de comunicación y publicidad. Desde la página web de la Autoridad de Gestión se puede acceder a la información acerca de los POFEDER 2014-2020 de todas las regiones de España. En cuanto a la sección de la Comunidad de Madrid, **se deben actualizar los gestores participantes**, ya que no aparecen correctamente los que finalmente han llevado a cabo actuaciones cofinanciadas.

Para mejorar la calidad, se propone incorporar enlaces a las páginas de los coordinadores; en este caso, un **enlace al área de la Comunidad de Madrid que contiene la información sobre los Fondos Europeos** y más precisamente del FEDER 2014-2020.

El entorno web del OIC tiene acceso a la información sobre las operaciones cofinanciadas en las páginas web de los OIG con los requisitos mínimos de comunicación, incluyendo emblema y logo del Fondo. Además, se dispone de un enlace que lleva al portal único de la Autoridad de Gestión.

No obstante, el acceso a la información sobre Fondos no resulta tan inmediato desde la web de la Comunidad de Madrid, puesto que requiere de un conocimiento previo por parte de la ciudadanía en cuanto a los Fondos Europeos para incluirlo en el buscador de la página web. Este hecho puede dificultar el acceso a esta información al no haber una pasarela directa. Para facilitar la accesibilidad, podría incluirse un **acceso directo en la página de inicio de la Comunidad de Madrid a través de algún elemento reconocible asociado a la financiación de la Unión Europea**, como el emblema de la UE.

Sin embargo, el equipo evaluador ha sido conocedor a través de las reuniones con el OIC que, al tratarse de una página web institucional de la Comunidad de Madrid, el diseño no depende únicamente de la voluntad de este organismo sino de responsables ajenos a este. Se recomienda al OIC, por tanto, tratar de mejorar la accesibilidad a la información de los programas con financiación proveniente de la Unión Europea, transmitiendo esta necesidad a los responsables de comunicación de la Comunidad de Madrid.

En relación con la calidad de los sistemas de gestión y seguimiento, se ha valorado **positivamente en las entrevistas a los OIG, el valor aportado por las reuniones y charlas** mantenidas en temas de ejecución, gestión, control y evaluación, incluyendo aspectos relacionados con comunicación. Por otra parte, y en línea con las conclusiones de las Redes de información y comunicación, el **incremento de reuniones y charlas** es una posible medida positiva para aumentar el nivel de calidad de estos sistemas, ya que pueden servir como intercambio de experiencias y canal de información más ágil y periódico.

Por otra parte, el OIC ha mantenido una comunicación fluida con los OIG dando el soporte requerido por los gestores del programa a través de canales como correo electrónico con la excepción del periodo en el que se produjo un cambio en el responsable de la DG.

También se ha propuesto **aumentar la calidad de la documentación** distribuida mediante una mayor concreción de la información generada. Algunos documentos son demasiado extensos e incluyen temas que no son de directa relevancia para los gestores a los que se dirige la documentación.

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

En este punto se trata de comprobar el **cumplimiento de la normativa al aplicar las medidas en materia de información y comunicación**. Los **procesos de verificación y control** se rigen por normas y obligaciones que deben cumplirse de acuerdo con el reglamento establecido, así como en los procedimientos de control, integrando las obligaciones dispuestas e incorporándolas en los **listados de comprobación del control del artículo 125 del Reglamento (UE) N.º 1303/2013**.

Para la evaluación de este apartado se ha analizado el modelo de la lista de comprobación que se emplea en la verificación y control de las operaciones del Programa Operativo. Esta lista de comprobación ha sido facilitada al equipo evaluador por el Organismo Intermedio Coordinador.

Los listados de comprobación que se cumplimentan para la incorporación en el sistema SIFEI 1420 contemplan preguntas acerca del cumplimiento de las obligaciones en materia de información y comunicación de FEDER. A continuación, se recogen las preguntas de los listados en relación con este aspecto:

- *En caso de llevarse a cabo una convocatoria publicada en la BNDS, ¿se ha hecho referencia a la cofinanciación de Fondos UE?*
- *¿Incluía el anuncio de licitación una mención a la cofinanciación europea? ¿Se ha mencionado la cofinanciación en la documentación del expediente?*
- *¿Se recogen las obligaciones del beneficiario en materia de información y comunicación?*
- *¿Están cumplidas por parte del beneficiario las especificaciones del DECA relativas a medidas de comunicación e información de la ayuda solicitada y lo establecido en el Anexo XII apartado 2 (2) del RDC?*

En las verificaciones in situ, se realizan comprobaciones de la implantación de las actuaciones de información y comunicación. En la selección de la muestra de operaciones a verificar se toma en consideración los resultados de verificaciones anteriores, de forma que aquellos beneficiarios o destinatarios con incidencias en sus verificaciones (dudas acerca de la realidad de sus operaciones,

incumplimiento de medidas de información y comunicación o de impacto ambiental, etc.) sean objeto de visita in situ.

En el caso de las verificaciones in situ o sobre el terreno, se verifica lo siguiente:

- ¿Queda comprobado que se cumple con las medidas de información y publicidad establecidas en el Reglamento (UE) nº 1303/2013 y derivados?

Una vez revisados los listados de comprobación, se llega a la conclusión de que los **procesos de verificación y control de FEDER establecidos en el art. 125 del Reglamento (UE) Nº 1303/2013 permiten verificar el cumplimiento de las obligaciones en materia de información y publicidad y comprobar la ejecución de las medidas de información y comunicación realizadas de acuerdo con la Estrategia de Comunicación**, que facilita su seguimiento y evaluación.

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

El **principio de Igualdad de Oportunidades** supone un principio **transversal** a las operaciones financiadas por FEDER, siendo de aplicación también en las medidas de información y comunicación. La forma en la que aparecen reflejados los **objetivos de igualdad** y las **referencias a ambos géneros**, el tipo de información que se maneja al respecto, o los **lenguajes y canales** que se utilizan para las actuaciones de información y comunicación, tienen **influencia en la construcción y fomento de una cultura igualitaria**.

Este apartado evalúa la inclusión de este principio dentro de las medidas de comunicación e información de la Estrategia de Comunicación del PO FEDER 2014-2020 de la Comunidad de Madrid.

Para ello, se diferencian dos aspectos en cuanto a la ejecución de las medidas por los responsables del Programa Operativo: por un lado, se analiza la incorporación del **principio dentro de la Estrategia de Comunicación FEDER 2014-2020** y otros documentos que sirven como marco de referencia; por otro lado, se evalúa la incorporación del principio en el propio **desarrollo de las actuaciones en materia de información y comunicación** a lo largo del periodo de programación.

5.1 Estrategia de Comunicación PO FEDER 2014-2020 de la Comunidad de Madrid

El marco de referencia del PO FEDER 2014-2020 en relación con la información y comunicación viene determinado principalmente por la Estrategia de Comunicación. A este documento se le suma la *Guía Práctica de cumplimiento de las obligaciones de las obligaciones de información y comunicación en las actividades cofinanciadas por los Fondos Estructurales* junto con otras instrucciones y manuales a modo de orientación a lo largo del periodo de programación. Esta documentación ha sido evaluada para valorar el grado de implementación del Principio de Igualdad, extrayendo las siguientes apreciaciones:

- **Lenguaje utilizado en la redacción:** responde a las recomendaciones de un uso del lenguaje no sexista e inclusivo en aras de la igualdad de oportunidades. Se recurre a términos neutros que visibilizan a ambos sexos (como, por ejemplo: *ciudadanía, responsables; o beneficiarios* como término reglamentario).
- **Selección de medidas de comunicación óptimas para llegar a los grupos destinatarios:** en el apartado 3. “*Alcance y contenido de la Estrategia de Comunicación*” de la Estrategia se hace referencia al objetivo de alcanzar al público destinatario de forma eficaz, considerando la conveniencia de un formato adecuado que permita un mejor ajuste a las características del grupo destinatario sobre el que se espera repercutir.
Concretamente, el apartado 3.6.1. “*Herramientas para la información y la comunicación*” incide en la importancia de la **inclusión del principio de igualdad de oportunidades** para mujeres y hombres y en el enfoque de género inclusivo, de modo que los soportes utilizados se materialicen con un tratamiento paritario de mujeres y hombres.
- **El principio horizontal de igualdad de oportunidades para mujeres y hombres y la no discriminación** son criterios que se aplican para la **identificación de buenas prácticas**.
- **Materiales accesibles a personas con discapacidad:** Las Autoridades de Gestión y Organismos Intermedios valoran e implementarán acciones para la elaboración de estos materiales como respuesta al requisito establecido en apartado 4.b del Anexo XII del Reglamento (UE) nº1303/2013 aplicando los recursos técnicos necesarios. Entre estas medidas, se encuentra la implantación de subtítulos en materiales audiovisuales y adaptación de productos digitales a los tamaños de pantalla para ser accesibles con independencia del dispositivo.

5.2 Desarrollo de las actuaciones en materia de información y comunicación

La inclusión de los principios de igualdad y no discriminación resultan de obligado cumplimiento en la ejecución de todas las actuaciones cofinanciadas dentro del PO FEDER 2014-2020 con el objetivo de visibilizar la **contribución del Fondo a la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres**. El principio de Igualdad de Oportunidades es un principio **horizontal y transversal**, por lo tanto, se aplica en cualquier aspecto del programa incluidas las actuaciones.

Hay que destacar la **inclusión** en la selección de operaciones de los principios generales expuestos en los artículos 7 y 8 del Reglamento (UE) Nº 1303/2013, relativos a promover la igualdad entre mujeres y hombres y la no discriminación; y a promover el desarrollo sostenible, respectivamente.

Además, según se indica en el Acuerdo de Asociación, en los criterios de selección de operaciones se establecerán medidas que contribuyan a que los recursos provenientes del FEDER alcancen por igual a mujeres y hombres.

El cumplimiento de este principio se comprueba también con la inclusión en la **lista de verificación para la selección de operaciones** de la pregunta siguiente:

- *¿Existe un documento de CPSO aprobado por el Comité de Seguimiento del PO correspondiente, que ha sido aplicado al proceso de selección en cuestión y que garantiza el cumplimiento de...*
 - *los principios generales de promoción de la igualdad entre mujeres y hombres, de no discriminación, de accesibilidad para personas con discapacidad?*

Las **medidas ejecutadas a lo largo del periodo de programación respetan el principio de igualdad de oportunidades** en consonancia con la Estrategia. Ello se aplica en la utilización de lenguaje inclusivo y no sexista en los materiales publicados en medios, notas de prensa, Buenas Prácticas, etc.

A su vez, es conveniente señalar de nuevo la inclusión del principio de igualdad de oportunidades como **criterio de selección de Buenas prácticas**. Estas operaciones muestran la **integración del principio**, por ejemplo, en la adquisición de medios y equipamiento informático para la **digitalización** y en la implantación de ascensores en estaciones de metro para hacerlas más **accesibles a personas con discapacidad física**. Además, la publicación de las Buenas Prácticas aprobadas incluye la justificación de la consideración del criterio horizontal de igualdad de oportunidades y no discriminación en la operación validada, de modo que se justifica expresamente la incorporación de este principio.

La accesibilidad de contenidos se constata con el esfuerzo realizado en las páginas web del OIC y otros OIG en la aplicación de medidas concretas. Los formatos del contenido desplegado en las webs se han adecuado de modo accesible universalmente prestando atención a las necesidades de personas con alguna discapacidad sensorial. Muchos contenidos publicados están **habilitados en formato de reproducción de audio del texto para atender a las personas destinatarias con discapacidad visual**.

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

La Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de las Estrategias de Comunicación define los indicadores de impacto que tendrán que cuantificarse en la evaluación con el objetivo de analizar los logros y desafíos de los resultados a partir de las actividades en materia de información y comunicación. Para realizar este análisis, se han tenido en consideración tanto las respuestas de las encuestas y entrevistas con los OIG como las encuestas a la ciudadanía. Las encuestas/entrevistas se han realizado de acuerdo con los modelos de cuestionario recogidos en los Anexos 4 y 5 de la Guía Metodológica de Evaluación.

Los indicadores de impacto establecidos y que han sido evaluados han sido:

- 1. Grado de conocimiento de las obligaciones existentes**
- 2. Tasa de satisfacción**
- 3. Tasa de utilidad de las actuaciones**
- 4. Grado de conocimiento del FEDER**
- 5. Grado de conocimiento del papel desempeñado por la Unión Europea**

Los tres primeros indicadores de impacto hacen referencia a la percepción y conocimiento de los gestores involucrados en las operaciones financiadas por el PO FEDER 2014-2020 de la Comunidad de Madrid. Han participado los OIG mencionados en el apartado 3.1. de este informe, de acuerdo con el apartado metodológico desarrollado previamente.

Para valorar el nivel de conocimiento que la ciudadanía tiene de la contribución de los Fondos Europeos, se han tenido en cuenta los resultados de la encuesta a las preguntas realizadas acerca del conocimiento de FEDER y del papel desempeñado por la Unión Europea en el desarrollo de la Comunidad de Madrid.

A continuación, se analizan en profundidad los resultados alcanzados en los indicadores de impacto, además de realizar su comparación con el objetivo establecidos en la Estrategia de Comunicación y con los valores alcanzados en la evaluación intermedia:

6.1 Grado de conocimiento de las obligaciones existentes

Este indicador se mide por los resultados de las tres primeras preguntas del cuestionario incluido en el Anexo 4 de la Guía de Evaluación realizado a los OIG. Estas preguntas hacen referencia al conocimiento de la Estrategia de Comunicación, de las instrucciones específicas acerca de las obligaciones, y a la participación en jornadas o sesiones formativas sobre las responsabilidades del gestor/beneficiario.

De las respuestas a la encuesta y las entrevistas mantenidas, se confirma que **el 100% de los OIG ha recibido instrucciones** y **todos** han manifestado **conocer la Estrategia de Comunicación**. Además, hay que señalar que el DECA de aprobación de las operaciones incluye las obligaciones de publicidad y comunicación, y este es aceptado por los beneficiarios de la ayuda.

Sin embargo, en la encuesta **el grado de conocimiento** de los OIG que han manifestado **conocer las obligaciones existentes ha sido del 75%**, ya sea por una interpretación errónea de la encuesta o por una matización concreta en cuanto a cuestiones surgidas acerca de estas obligaciones. Este grado de conocimiento ha sido **inferior** al esperado en la Estrategia (100%) y al grado de conocimiento alcanzado en 2019, cuando el indicador se situó en 82,5%.

Por el contrario, **la participación en jornadas o sesiones formativas acerca de las obligaciones ha sido de tan solo el 37,5% de los OIG**, que incide en la bajada del indicador de impacto. Como se ha concluido en varios puntos de este informe, la realización de sesiones se concentró al inicio del periodo de programación. Además, el número de sesiones presenciales se vio afectado por las restricciones de la pandemia. Por otro lado, la rotación de las plantillas de las DG ha supuesto que los representantes de los OIG participantes en la evaluación no necesariamente lleven desempeñando estas funciones desde el inicio del periodo de programación.

La **mayoría de los gestores han afirmado cumplir con las obligaciones** en cuanto a la aplicación de las medidas de comunicación:

- Uso del lema “*Una manera de hacer Europa*” y aplicación de otras medidas reglamentarias como logos, información de cofinanciación en contratos... (100%)
- Distribución de instrucciones e información de obligaciones a beneficiarios (83%).

En cambio, las preguntas de la encuesta con un menor porcentaje de respuesta son aquellas destinadas a la **difusión a la ciudadanía de información de las actuaciones cofinanciadas por FEDER**:

- Emisión de notas de prensa o publicación de noticias por medios de comunicación (62,5%)
- Actuaciones de publicidad para difundir los logros de actuaciones cofinanciadas (50%)
- Jornada/evento/seminario/feria o certamen para divulgar participación en FEDER (25%)

6.2 Tasa de satisfacción

La tasa de satisfacción se obtiene a partir de los resultados a las preguntas 3 y 14 cuando se despliegan para que los gestores valoren del 1 al 4 los siguientes aspectos sobre las jornadas a las que han asistido:

- La duración de la sesión/evento y el número de participantes resultan adecuados para cumplir con los objetivos previstos
- La sesión/evento ha satisfecho las expectativas

Como se ha mencionado en apartados anteriores, los OIG han podido resolver sus dudas por medio de comunicación individualizada con el OIC. La frecuencia de reuniones y jornadas presenciales no ha sido elevada, especialmente como consecuencia de la pandemia, realizándose de forma on line, repercutiendo en el grado de satisfacción. La **tasa de satisfacción** de las jornadas ha sido del **56,9%**, que supone un **descenso** respecto al valor de 2019 (63,7%). La Estrategia de Comunicación establece un objetivo del 95%, por lo que el valor de 2023 se sitúa por debajo del objetivo esperado. Por tanto, **sería recomendable tratar de incrementar el número de reuniones mantenidas y con ello el grado de satisfacción que comportan las reuniones** de cara al próximo periodo.

6.3 Tasa de utilidad de las actuaciones

Al igual que la tasa de satisfacción, la tasa de utilidad se calcula a partir de las respuestas a las preguntas 3 y 14 desplegadas, ponderando del 1 al 4 los siguientes tres criterios:

- La información presentada ha servido para adelantar y/o actualizar los conocimientos sobre los Fondos y/o su aplicación
- Los contenidos presentados son de utilidad práctica
- La sesión/evento es una herramienta adecuada para informar/formar sobre los Fondos

La tasa de utilidad ha resultado del 75,9%. Esta tasa supone un **incremento** sobre la tasa obtenida en la Evaluación Intermedia (73,8%). La meta de la Estrategia se sitúa en el 95%, por lo que el valor obtenido en la evaluación es un **valor inferior al objetivo previsto**.

En resumen, **los resultados de estos indicadores han resultado por debajo de las metas de la Estrategia de Comunicación de FEDER en los tres indicadores de impacto**. Es posible que se tendiese a sobrestimar la capacidad de estas metas al inicio del programa. Por otra parte, el volumen de respuestas es limitado (6 respuestas de OIG/gestores que hayan acudido a jornadas) por lo que cada valoración concreta repercute sensiblemente en el valor del indicador. A su vez, la poca frecuencia de jornadas informativas presenciales ha influido en la tasa de satisfacción de estas, puesto que los gestores han manifestado su satisfacción con la información que obtienen del OIC de manera individualizada.

Pese a no alcanzarse los objetivos, se constata que **se ha logrado una valoración positiva en el grado de utilidad** que los gestores perciben de las jornadas, mejorando los valores de la evaluación intermedia; y el grado de conocimiento también es elevado, siendo las **instrucciones y la Estrategia de Comunicación conocidas por la práctica totalidad de los responsables**.

6.4 Grado de conocimiento de FEDER

El indicador se calcula a partir de las respuestas a la segunda pregunta de la encuesta a la ciudadanía. Los resultados obtenidos muestran un grado de conocimiento del FEDER del **53,2%**, que es **superior** al obtenido en la Evaluación Intermedia (50,1%). Este valor es consecuencia de que la ciudadanía no identifica el fondo concreto del que proviene la financiación aunque sí que se trata de fondos de la Unión Europea.

Aunque se constata una mejora respecto a 2019, **no resulta suficiente para alcanzar la previsión de la Estrategia de Comunicación**, que contempla un objetivo del 70%.

Del análisis del indicador por **género**, como se muestra en el gráfico 1, se observa que tanto **hombres como mujeres muestran un valor similar**. Respecto a la evaluación intermedia de 2019, los hombres **han incrementado su grado de conocimiento** en mayor medida que las mujeres, pasando del 48,9% al 54,3%.

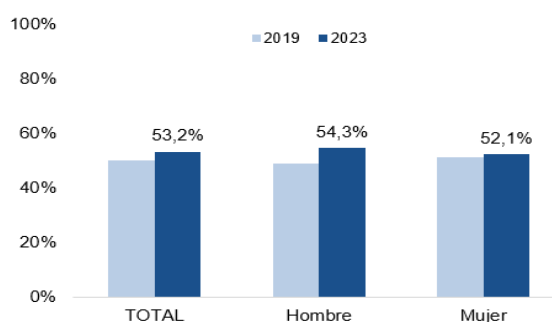


Gráfico 1. Grado de conocimiento de FEDER por género (comparativa 2019 y 2023)

En cuanto al conocimiento por grupos de edad, **la mayor sensibilización en cuanto a FEDER se obtiene en el grupo menor de 30 años**, que ha **incrementado notoriamente su conocimiento** respecto 2019. El **grupo de más de 54 años ha reducido la concienciación** demostrada en la Evaluación Intermedia, siendo en la evaluación de 2023 **el grupo con menor grado de conocimiento del fondo**.

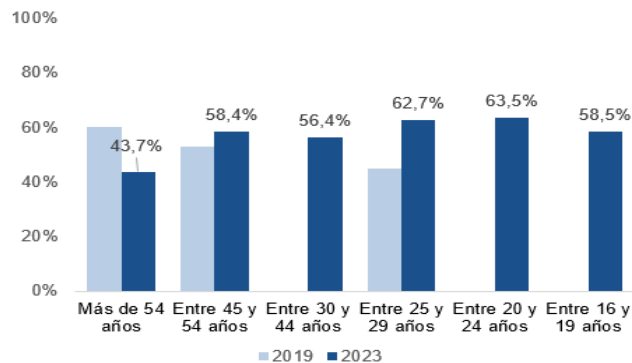


Gráfico 2. Grado de conocimiento de FEDER por grupo de edad (comparativa 2019 y 2023)

La encuesta a la ciudadanía profundiza en los tipos de proyectos financiados por FEDER más conocidos y los canales de difusión que resultan más eficientes para la información sobre el de conocimiento del fondo.

Por **tipología de proyectos**, y de acuerdo con la tipología establecida en la Guía, el grado de conocimiento muestra un leve decrecimiento en comparación con 2019. Como se ve en el gráfico 3, los valores de conocimiento en 2023 para las tipologías de proyectos financiados oscilan entre 35 y 40% para todas las tipologías, excepto para los dos menos conocidos: Actuaciones en materia de energía (economía circular, renovables...) (27,2%) y Medio Ambiente (22,8%).

El tipo de proyecto más conocido en esta evaluación ha sido **Investigación, Desarrollo e Innovación y Sociedad de la Información con un 39,5%**, seguido de cerca de las **Ayudas a las Empresas (38,6%)**. En tercer lugar, se encuentran las inversiones de **Equipamientos e Infraestructuras (36,5%)**, por encima de las **Actuaciones para disminuir las desigualdades sociales y entre hombres y mujeres (35,7%)**.

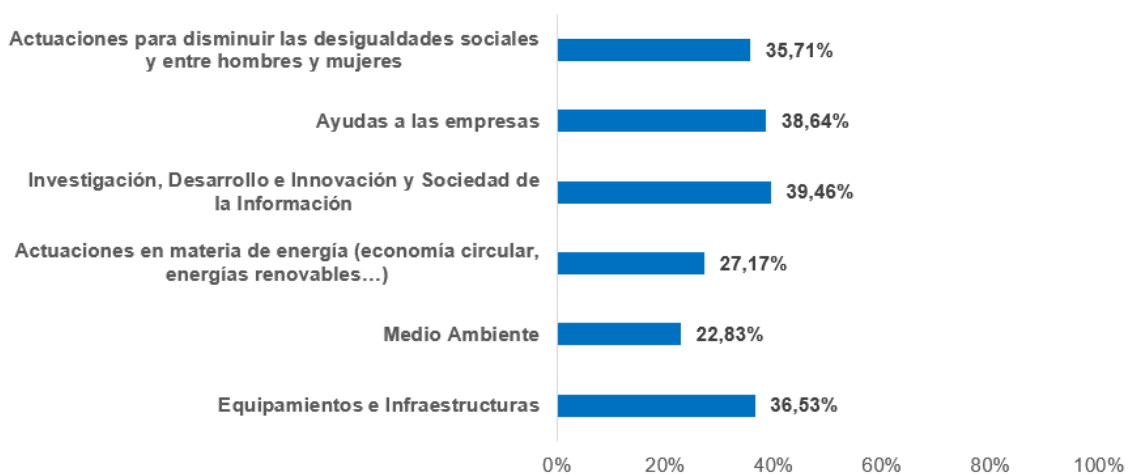


Gráfico 3. Conocimiento de las tipologías de proyectos financiados por FEDER en 2023

El grado de conocimiento por tipología de proyectos, diferenciado por géneros, denota que los **hombres** tienen mayor conocimiento en las inversiones **de I+D+i y Sociedad de Información, Medio Ambiente y Actuaciones de energía**, mientras que las **mujeres** tienen más concienciación en operaciones relativas a **Ayudas a las empresas y Actuaciones para disminuir las desigualdades sociales y entre hombres y mujeres**.

Los canales de información que sirven como medios de difusión de FEDER para la ciudadanía madrileña conocedora de algún proyecto del programa evidencian diferencias en cuanto a los resultados por grupos de edad.

Los **principales canales** son, con amplia diferencia, los anuncios **emitidos en radio, televisión, prensa, etc. (99,6%)** y a través de **terceras personas (88,5%)**. Por el contrario, los canales que la ciudadanía **menos ha reportado** en cuanto a su conocimiento de FEDER son las **vallas en carreteras y placas en centros (10,8%)**. En general, se ha producido un **aumento en el conocimiento por los distintos medios de información telemáticos** en comparación con la Evaluación intermedia: anuncios por prensa y televisión, internet y redes sociales, etc. Este hecho es consecuencia del incremento de difusión por estos medios durante la pandemia sin que requiera la visualización presencial de los proyectos realizados, con sus respectivos carteles, o la asistencia presencial a centros.

En cuanto a los canales de información por **grupo de edad**, se remarca un **significativo mayor conocimiento de los menores de 30 años** con respecto al grupo de más de 54 años en la difusión a **través de Internet** y, más aún, mediante la realización de **programas de formación financiados por la UE**, que están especialmente destinados a estos grupos de edad de cara a ayudar en la empleabilidad de los jóvenes. Por su parte, el grupo de edad de más de 54 años muestra mayor conocimiento por anuncios en los medios de comunicación tradicionales y a través de terceras personas.

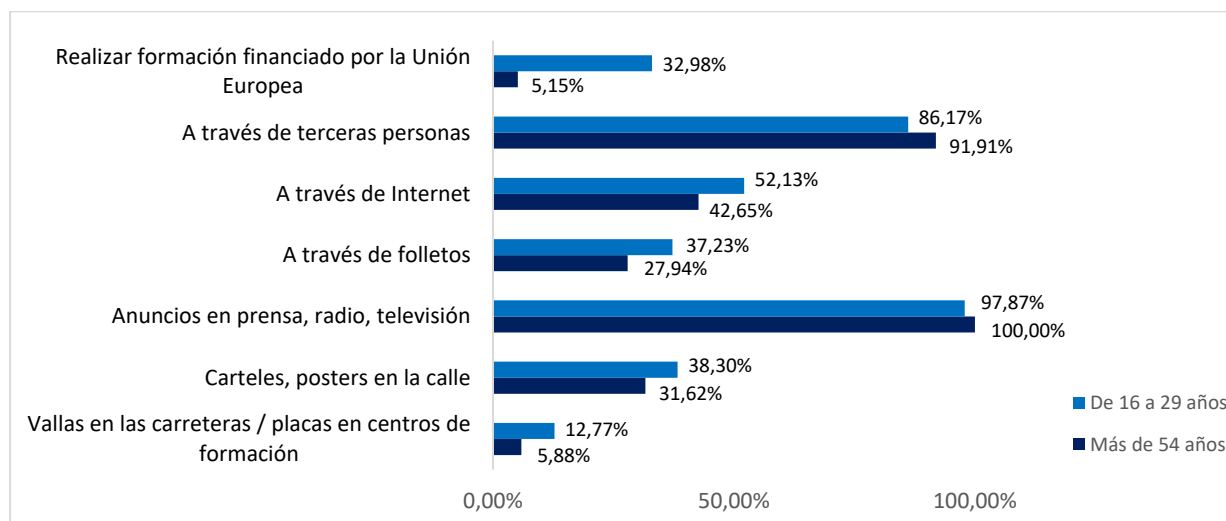


Gráfico 4. Canales de información como medios de difusión de FEDER en 2023. Comparativa entre grupo menor de 30 años y mayor de 54 años.

6.5 Grado de conocimiento del papel desempeñado por la Unión Europea

Este indicador se cuantifica partir de las respuestas a la primera pregunta de la encuesta a la ciudadanía sobre el conocimiento acerca de la contribución de la Unión Europea al desarrollo de la región.

El **73,3% de los encuestados son conocedores de la contribución de la UE** para el progreso económico y social de la Comunidad. Este valor ha resultado similar al obtenido en la evaluación intermedia de 2019 (74,9%). El objetivo de la Estrategia de Comunicación se sitúa en 75%, por lo que el valor alcanzado en esta evaluación se encuentra **muy próximo al objetivo**.

A modo de resumen, en la tabla siguiente se recogen los resultados de los indicadores de impacto y se destacan las principales conclusiones extraídas a partir de ellos:

INDICADORES DE IMPACTO	Valor 2019	Valor 2023	Objetivo previsto Estrategia de Comunicación
Grado de conocimiento de las obligaciones	82,5%	75%	100%
Tasa de satisfacción	63,7%	56,9%	90%
Tasa de utilidad de las actuaciones	73,8%	75,9%	90%
Grado de conocimiento de FEDER	50,1%	53,2%	70%
Grado de conocimiento del papel desempeñado por la UE	74,9%	73,3%	75%

Tabla 6. Indicadores de impacto de la Estrategia de Comunicación PO FEDER 2014-2020 de la Comunidad de Madrid.

El indicador “Grado de conocimiento del papel desempeñado por la UE” ha obtenido un resultado próximo a la meta de la Estrategia de Comunicación, mientras que el resto alcanza un valor más alejado a las metas previstas. Concretamente, el indicador que evalúa el conocimiento de la ciudadanía del Fondo Estructural FEDER ha mostrado un resultado de 53,2% frente al objetivo de 70%. Esta situación lleva a la conclusión que una gran parte de la población es **concedora del papel de la financiación de la UE en el desarrollo de la región sin conocer el nombre del Fondo en concreto**. Para el próximo periodo de programación 2021-2027 está previsto que la comunicación se enfoque en este sentido, dando visibilidad a la financiación de la Unión Europea de forma única sin diferenciar entre Fondos.

En cuanto a los indicadores de impacto asociados a la información recibida por los OIG, los **resultados muestran valores inferiores a las metas previstas en la Estrategia de Comunicación, aunque el grado de conocimiento es alto y la tasa de utilidad muestra un valor elevado**, habiendo logrado una **mejora con respecto a la tasa de 2019**.

La tasa de **satisfacción** con respecto a las jornadas muestra un resultado **inferior al previsto**, aunque sí se perciben estas sesiones como **útiles**.

Respecto al indicador “**Grado de conocimiento de las obligaciones**”, se aprecia una **disminución** con respecto a la Evaluación intermedia. **Aunque todos los gestores disponen de las instrucciones facilitadas por el OIC** con el objeto de conocer los requerimientos, el indicador está condicionado por

la **menor realización de jornadas formativas** tras la evaluación intermedia durante la parte final del periodo de programación.

Como cierre de este apartado, se subraya el **bajo número de reuniones mantenidas**. Teniendo en cuenta la alta rotación de personal en las DG, sería interesante para los OIG establecer **reuniones periódicas y/o jornadas** para recibir formación o intercambiar experiencias sobre las obligaciones de información y comunicación. Una coordinación de este tipo permitiría a los responsables adquirir mayor grado de conocimiento y solventar las principales dificultades mediante mecanismos dinámicos.

7. VALORACIÓN DE LAS BUENAS PRÁCTICAS PRESENTADAS

El presente apartado de la evaluación enumera las buenas prácticas aprobadas durante el periodo correspondiente al PO FEDER 2014-2020 de la Comunidad de Madrid.

Las Buenas Prácticas deben cumplir con siete criterios para ser consideradas como tal. Los siete criterios aprobados por la Autoridad de Gestión están establecidos en la documentación que define el cumplimiento de las obligaciones de información y comunicación del periodo de programación. Estos criterios se plasman en la Estrategia de Comunicación y en las Guías para el cumplimiento en la ejecución de las medidas y para el seguimiento y evaluación de los Programas Operativos FEDER y FSE. Además, la Autoridad de Gestión ha elaborado un Manual Recopilatorio de Cuestiones de Tipo Práctico para los Beneficiarios/as en materia de Comunicación que detalla los criterios establecidos.

Los **siete criterios de cumplimiento para la valoración como Buena Práctica** son:

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

La página web del OIC de la Comunidad de Madrid dispone de un enlace directo a la Base de Datos de Buenas Prácticas de la Autoridad de Gestión, en la que se encuentran, clasificadas por anualidad, las aprobadas en las distintas regiones.

Para facilitar el acceso a la consulta de estas Buenas Prácticas, la propia **página web del Organismo Intermedio Coordinador recoge**, en el apartado de Comunicación del PO FEDER 2014-2020, las **Buenas**

Prácticas aprobadas (en el momento de esta evaluación se disponen cinco, estando por publicar las dos últimas, la presentada en el IAE de 2021, que sí aparece en el portal web único de la AG, y la presentada en el IAE de 2022).

A fecha de la Evaluación intermedia, se enumeraron tres Buenas prácticas validadas y que se corresponden con las publicadas en el año 2018 de acuerdo con la tabla 7. Así, se obtuvo un promedio de Buena Práctica por anualidad (correspondientes a las anualidades efectivas de 2016, 2017 y 2018, tras la aprobación del programa en 2015).

El avance ha sido similar durante el resto del periodo, habiendo sido validadas cuatro Buenas Prácticas más hasta la fecha de la evaluación, lo que supone un **total de siete**. La siguiente tabla recoge la relación de los proyectos validados, junto con los nombres de los órganos gestores responsables y el año de su validación. Todas estas buenas prácticas cumplen con los siete criterios aprobados en el GERIP mencionados anteriormente.

Título de la Buena Práctica	Organismo Intermedio responsable	Año validación
"Obras del proyecto de minicentral hidroeléctrica en el embalse de Valmayor"	Canal de Isabel II	2018
"La implantación de los servicios de movilidad en el entorno socio-sanitario y asistencial de la Comunidad de Madrid"	Agencia de la Administración Digital de la Comunidad de Madrid (Madrid Digital)	2018
"Adquisición de dispositivos de informática y comunicaciones para hacer frente a la pandemia COVID19"		2020
"Implantación de dos ascensores en la estación de Príncipe Pío de la Red de Metro de Madrid"	Metro de Madrid	2018
"La puesta en marcha de las celdas reversibles en la estación de Moraleja, en la línea 10 del Metro de Madrid"		2019
"Adquisición e instalación de equipos de venta y peaje y desarrollo del software para el prototipo de la estación"		2021
"Railnet: Renovación de la Red Integrada Multiservicio (RIM) en la línea 8 de metro y de la actual Red frontera de acceso a internet. Suministro e instalación de infraestructura wifi de explotación en 40 estaciones y suministro de conmutadores de red"		2022

Tabla 7. Proyectos de Buenas Prácticas validadas en el momento de esta evaluación.

En líneas generales, los OIG han realizado un esfuerzo continuado en la identificación de proyectos constitutivos de Buenas Prácticas de manera que la Comunidad de Madrid ha obtenido la **aprobación de una por anualidad a lo largo del periodo de programación**, si bien no todos los OIG han cumplido con la presentación de una Buena Práctica por gestor y año, como se indicó en la Evaluación de intermedia. Aquellas Buenas prácticas que se han validado se concentran en tres organismos: Canal de Isabel II, Metro de Madrid y Madrid Digital.

Debido a la naturaleza de algunas de las actuaciones de los OIG, **resulta complicado el cumplimiento de todos los criterios** para calificarse como Buena Práctica, como por ejemplo el **carácter innovador**, al tratarse de actuaciones que se repiten periódicamente (convocatorias / subvenciones), o la conveniente **difusión** por motivos de privacidad en propiedades destinadas al realojo.

8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES: PROPUESTA DE MEDIDAS A ADOPTAR

Conclusiones de la evaluación

- La **validez y consistencia interna** de la Estrategia de Comunicación se constata mediante la comprobación de coherencia entre los objetivos de la Estrategia de Comunicación, así como la adecuación a dichos objetivos y a la Estrategia de las medidas de comunicación puestas en marcha. Se han realizado revisiones en las metas de la Estrategia de modo que se ha reforzado la validez de la misma.
- La **proporcionalidad** del presupuesto de la Estrategia de Comunicación **se considera adecuada** al estar en línea con el volumen que propone la red GERIP destinada a información y comunicación. No obstante, es complicado determinar cuantitativamente su ejecución debido a la dificultad de reflejar los costes asociados a las medidas de información y comunicación de forma separada a los costes de ejecución de las actuaciones.
- De los **Indicadores de seguimiento de la Estrategia**, se extraen las siguientes conclusiones:
 - Se ha alcanzado la meta en los **indicadores de realización** nº 1 “Actividades y actos públicos”, nº 2 “Acciones de difusión”, nº 3 “Publicaciones externas y nº 5 “Soportes publicitarios”. El número de documentos distribuidos internamente (indicador nº 6) está muy próximo a la meta. El indicador nº 7 “Redes de información” reporta el cumplimiento de las tres redes existentes, aunque se debería retomar la red RIFEM. Las páginas web (indicador nº 4) son las que presentan un menor avance, siendo el 70% del objetivo.
 - El cumplimiento de los **indicadores de resultado** es alcanzado en todos los indicadores, con la única excepción del número de reuniones de las redes de información ya que no se han realizado tantas reuniones como se previó inicialmente. Destaca positivamente el número de asistentes a actos públicos, ya que la ejecución duplica la meta incluso habiendo sido revisada al alza.
 - El **gasto reportado** asociado a estos indicadores representa el 31,3% del presupuesto de la Estrategia de Comunicación. El seguimiento del gasto resulta complicado de analizar puesto que se incluye en el eje de Asistencia Técnica que se asigna con un 4% de tasa fija y las medidas de obligado cumplimiento se incluyen dentro de las actuaciones.

- Los **Informes Anuales de Ejecución** incorporan un Anexo de Comunicación por el cual se **reporta periódicamente de forma clara y diferenciada** la ejecución de actividades de comunicación durante la anualidad (campañas, actos públicos, noticias, Buenas Prácticas, etc.). Por tanto, actúan como un medio **adecuado** para el seguimiento de las medidas de publicidad, respaldado por su aprobación en los Comités de Seguimiento.
- Los **sistemas de seguimiento** desarrollados durante el PO FEDER 2014-2020 se valoran **positivamente**, siendo satisfactorios el **cumplimiento de los objetivos de la Estrategia y la calidad de los procedimientos**, aunque puede ser mejorable, como el aumento en la periodicidad de las reuniones en las redes habilitadas o la actualización de los contenidos dispuestos en las páginas web de la Autoridad de Gestión, del OIC de la Comunidad de Madrid y de los gestores del PO FEDER 2014-2020.
- Los **procesos de verificación y control incluyen la verificación del cumplimiento de la normativa** en materia de comunicación, como así se ha constatado con el análisis de los listados de comprobación. Además, se ha verificado que las acciones del Programa Operativo contemplan las obligaciones en materia de información y publicidad establecidas en la Estrategia de Comunicación.
- El **Principio de Igualdad de Oportunidades** se ha aplicado en las diferentes etapas de la Estrategia de Comunicación del PO FEDER 2014-2020, tanto en la planificación de la Estrategia, como en las acciones de información y publicidad. Igualmente se incluye como criterio de cumplimiento tanto en la selección de las operaciones cofinanciadas en el programa como en la aprobación de Buenas Prácticas.
- Los **indicadores de impacto** muestran valores alejados de las metas, si bien **la tasa de utilidad y el grado de conocimiento de las obligaciones recogen valores elevados**. El primero se ha incrementado con respecto a la Evaluación intermedia, aunque el segundo ha decrecido como consecuencia del escaso número de jornadas informativas conjuntas presenciales realizado desde dicha Evaluación, lo que repercute en el grado de satisfacción, si bien esas jornadas sí se perciben como útiles.
- El **grado de conocimiento** de la ciudadanía madrileña sobre el papel de la UE en el progreso económico y social de la Comunidad es realmente elevado (73,3%), prácticamente idéntico al objetivo de la Estrategia (75%). En cambio, el conocimiento de FEDER que demuestra la ciudadanía es inferior (53,2%).
- Se han validado un total de **siete Buenas Prácticas**. Todas ellas están publicadas en la página de la Autoridad de Gestión y se encuentran disponibles en la página web del OIC (aunque faltan por publicarse independientemente las últimas).

De este modo, el PO FEDER 2014-2020 de la Comunidad de Madrid ha logrado prácticamente la aprobación de una Buena Práctica por anualidad, aunque estas se concentran en tres OIG.

Recomendaciones de la evaluación

- Aunque en el **nuevo periodo de programación** no hay una estrategia de comunicación que dé continuidad a la estrategia del periodo 2014-2020, las medidas de información y comunicación se incluyen en el *apartado 7. Comunicación y visibilidad* del PO FEDER 2021-2027 de la Comunidad de Madrid y también cuentan con indicadores de realización, resultado e impacto para su seguimiento y evaluación. Se recomienda trasladar a los OIG las novedades del periodo de programación y la necesidad de llevar a cabo el seguimiento de estas medidas puesto que formarán parte del seguimiento y evaluación del Programa Operativo.
- Se pone en valor la **accesibilidad a las medidas de información y comunicación** gracias a la existencia de un portal web único gestionado por la AG y la homogeneización de la información en las webs de las Comunidades Autónomas como principales aspectos para dar visibilidad a los Fondos de la UE.
- Igualmente, se sugiere mantener el empleo de una **herramienta informática** para el reporte de indicadores que permita el seguimiento adecuado de la información facilitada, mientras que el reporte de los indicadores se realiza de forma homogénea y centralizada.
- Se plantea la **reanudación de reuniones de las redes de información y comunicación, en especial la red regional RIFEM**. Esta red contribuiría en el avance de la ejecución de las medidas del Programa Operativo y resultaría útil para fomentar la homogeneización de las actuaciones desempeñadas por los responsables de FEDER en la Comunidad de Madrid, así como el intercambio de experiencias.
- Debido a la utilidad demostrada en el indicador de impacto, se **recomienda incrementar el número de jornadas formativas que incluyan a los OIG/gestores de las actuaciones** para ayudar en la resolución de dudas y la puesta en común de experiencias. Esta recomendación va ligada a la **mejora en el aspecto de satisfacción de las jornadas y a las reuniones de redes de información y comunicación**.