

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



**Comunidad
de Madrid**



UNIÓN EUROPEA
Fondo Social Europeo
El FSE invierte en tu futuro

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

Resumen ejecutivo

IDOM

SEPTIEMBRE 2023

REVISION 01
RGC/JVC

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

La normativa vigente para el periodo 2014-2020 establece la necesidad de **destacar el papel desempeñado por la Unión Europea y garantizar la transparencia de la ayuda** por medio de los Fondos, así como transmitir los logros de la política de cohesión e informar a las **personas beneficiarias potenciales sobre las oportunidades de financiación** de los Fondos Estructurales.

La **Evaluación Final de la Estrategia de Comunicación del programa Operativo (PO) del Fondo Social Europeo (FSE) 2014-2020 de la Comunidad de Madrid** se realiza de acuerdo con lo previsto en la Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de las Estrategias de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER y del FSE 2014-2020.

El ámbito temporal de la Evaluación abarca la ejecución de las medidas de la Estrategia de Comunicación desde el inicio del periodo de programación el 1 de enero de 2014. La evaluación se ha desarrollado durante 2023, una vez recogidos los datos de la anualidad de 2022.

La **metodología** empleada para la Evaluación incluye diferentes métodos y técnicas para extraer la información cuantitativa y cualitativa necesaria. Se ha realizado un análisis documental de todos los documentos relevantes que hacen referencia a la comunicación del PO FSE 2014-2020 de la Comunidad de Madrid y a las obligaciones y medidas de los actores implicados. Se han desarrollado **entrevistas** con los responsables de la Estrategia de comunicación, con el Organismo Intermedio Coordinador (OIC) y los Gestores (OIG) de las actuaciones, **grupos de discusión** para el intercambio de experiencias, y **encuestas telefónicas** mediante el sistema CATI a una muestra representativa de la ciudadanía con el fin de valorar el grado de conocimiento de la población acerca del FSE.

La **proporcionalidad** del presupuesto para la Estrategia de Comunicación **se considera adecuada** al estar en línea con el volumen que propone la red GERIP destinado a información y comunicación. 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, y la integración del gasto en el eje de Asistencia Técnica mediante una tasa fija del 4% sin necesidad de justificación.

La **pertinencia** de la Estrategia de Comunicación del PO FSE 2014-2020 de la Comunidad de Madrid se asegura mediante el cumplimiento de las directrices formuladas desde la Comisión Europea y la Autoridad de Gestión. Igualmente, se aprecia la **validez y consistencia** gracias a la coherencia que mantienen las actuaciones de la Estrategia con los objetivos establecidos en los diferentes niveles de aplicación.

En cuanto a la **aplicación de las medidas**, el **grado de ejecución** se verifica por medio de dos tipos de indicadores: **indicadores de realización y de resultado**. Con los datos reportados por el OIC y los OIG hasta la anualidad de 2022, se ha comprobado el grado de consecución de las metas y el avance con respecto a la evaluación intermedia.

Las siguientes tablas recogen los grados de ejecución alcanzados por los indicadores:

Indicadores de realización

Indicadores de realización	Programación	Ejecución total a 2022		Evaluación Intermedia 2019
		Ejecución	% Ejecución	% Ejecución
1. N.º actividades y actos públicos	1.550	1.011	65%	52%
2. N.º de acciones de difusión	523	1.292	247%	175%
3. N.º de publicaciones externas realizadas	500	959	192%	117%
4. N.º de páginas Web	100	282	282%	282%
5. N.º de soportes publicitarios	1.350	740	55%	45%
6. N.º de documentación interna distribuida	2.600	140	5,4%	5%
7. N.º de redes de información y publicidad	10	3	30%	30%

Tabla 1. Ejecución de los indicadores de realización FSE 2014-2020 Comunidad de Madrid a 31/12/2022

Se observa cómo el grado de consecución de las metas no es similar para todos los indicadores de realización. Se han superado con creces las metas en los indicadores de realización nº 2 “Acciones de difusión”, nº 3 “Publicaciones externas” y nº 4 “Páginas web”. El número de actos públicos y soportes publicitarios (indicador nº 1 y 5) han tenido un ritmo de ejecución inferior, agravado por la pandemia de COVID-19. El indicador nº 6 “Documentación interna” es el más bajo al no registrarse habitualmente este tipo de documentación; y el indicador nº 7 “Redes de información” cumple con todas las redes disponibles aunque no alcance la meta prevista.

Indicadores de resultado

Indicadores de resultado	Programación	Ejecución a 2022		Evaluación Intermedia 2019
		Ejecución	% Ejecución	% Ejecución
1. N.º de asistentes	40.000	158.018	395%	230,9%
3.1. N.º de publicaciones distribuidas / editadas	350	94,94%		90,1%
3.2. N.º de puntos de distribución	381	5.995	1.573,5%	1.560,9%
4. N.º de visitas	1.980.000	1.655.476	83,6%	129,8%
6. % de organismos cubiertos	100%	100%		99,6%
7.1. N.º de reuniones	160	48	30%	14,4%
7.2. N.º de asistentes	700	129	18,4%	7,3%

Tabla 2. Ejecución de los indicadores de resultado FSE 2014-2020 Comunidad de Madrid a 31/12/2022

El cumplimiento de los indicadores de resultado es superado para varios de los indicadores o muestran un valor realmente alto pese a ser inferior a la meta. El indicador de resultado 1 “Nº de asistentes” alcanza un valor de ejecución ampliamente superior al objetivo. Tan solo destacan negativamente los ligados a las Redes de información (“Número de reuniones y asistentes”) ya que no se han realizado tantas reuniones como se previó inicialmente. Se recomienda incrementar el número de reuniones de estas redes, especialmente la red regional RIFEM. El indicador de resultado 4 “Nº de visitas” ha reducido la media de visualizaciones en las páginas web en comparación con la evaluación intermedia si bien no se encuentra distante de la meta.

En la Evaluación Intermedia se recomendó reprogramar los valores en aquellos valores con una ejecución que excedía las previsiones. Sin embargo, el OIC y los OIG estimaron más pertinente no reformular una reprogramación de los objetivos en estos indicadores ya que el exceso de los valores no variaba el sentido de la Estrategia.

En aquellos más alejados a las metas, se ha tratado de incrementar el ritmo de ejecución, pero una serie de circunstancias como la pandemia de la COVID-19 han conllevado que no se logre aumentar esta ejecución como se hubiera deseado.

La Evaluación final ha recomendado un impulso en la homogeneización en el reporte de la información acerca de los indicadores, así como una formación constante durante todo periodo. Las reuniones periódicas de la red RIFEM podrían contribuir a dicha homogeneización.

Presupuesto ejecutado asociado a los indicadores

Indicadores de resultado	Gasto estimado a 2022	
	Ejecución	%
1. N.º actividades y actos públicos	466.598	24,5%
2. N.º de acciones de difusión	266.167	14%
3. N.º de publicaciones externas realizadas	819.809	43,1%
4. N.º de páginas Web	156.009	8,2%%
5. N.º de soportes publicitarios	192.680	10,1%
6. N.º de documentación interna distribuida	32	0%
7. N.º de redes de información y publicidad	-	-
Total	1.901.295	100%

Tabla 3. Gasto ejecutado correspondiente a las medidas de información y comunicación de la Estrategia de Comunicación del PO FSE 2014-2020 Comunidad de Madrid a 31/12/2022

El **gasto reportado** asociado a estos indicadores está en consonancia con el presupuesto de la Estrategia al haberse reportado el 100,1% del presupuesto de comunicación. Este gasto se incluye en el eje de Asistencia Técnica que se asigna con un 4% de tasa fija del presupuesto del Programa Operativo. Aquellas medidas a las que se les asigna un **mayor gasto** son las **publicaciones externas** y los **actos públicos**, mientras que la documentación interna distribuida y las redes no tienen prácticamente gasto debido a la naturaleza de las medidas, intrínsecas a la propia gestión y a las obligaciones de los responsables.

En los **Informes Anuales de Ejecución** se cumple con la presentación de información obligatoria en materia de información y comunicación desde el punto de vista reglamentario y se realiza la **comunicación periódica** de las medidas en los Comités de Seguimiento. La **ejecución de las medidas previstas en la Estrategia de Comunicación es elevada** por lo que se da **cumplimiento satisfactoriamente a los objetivos** de la Estrategia, si bien algunos elementos pueden ser mejorados para incrementar la calidad de los procedimientos, como el empleo de herramientas informática para el seguimiento de los indicadores de comunicación o la periodicidad de las reuniones en las Redes habilitadas.

Los **procesos de verificación y control incluyen la verificación del cumplimiento de la normativa** en materia de comunicación, y así se constata en el análisis de dichos listados de comprobación. También se comprueba que las actuaciones del programa han contemplado las obligaciones en materia de información y publicidad, y se han llevado a cabo las medidas 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 FSE 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** de la Estrategia muestran unos buenos resultados:

- **La tasa de utilidad y la tasa de satisfacción** son elevadas de acuerdo con la información facilitada por los OIG, si bien el grado de conocimiento de las obligaciones se ha reducido motivado por una menor realización de jornadas informativas realizadas desde la Evaluación intermedia. Tanto la tasa de utilidad (80,65%) como la tasa de satisfacción (76,56%) han mejorado sus valores desde la evaluación intermedia, aunque no llegan a alcanzar la meta prevista (90%).
- 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%), superando el objetivo previsto (71%). Algo menor es el conocimiento de FSE por parte de la ciudadanía (55,2%).

En cuanto a las Buenas Prácticas, durante el periodo de programación se han publicado **dos Buenas Prácticas**, siendo una de ellas publicada en la página de la Autoridad de Gestión. Se ha producido un avance con respecto a la evaluación Intermedia cuando solo se habían cumplimentado Fichas de identificación de Buenas Prácticas de actuaciones, aunque no se ha logrado convertir todas esas fichas en Buenas Prácticas para el programa.