



**Unión Europea**  
Fondo Europeo  
de Desarrollo Regional  
"Una manera de hacer Europa"

*Evaluación de la Estrategia de  
Comunicación del Programa  
Operativo FEDER 2014-2020 de la  
Comunidad de Madrid*



*3 julio 2020*

## ÍNDICE

<b>1. METODOLOGÍA DE LA EVALUACIÓN .....</b>	<b>3</b>
1.1. <i>Diseño técnico de la evaluación .....</i>	4
1.2. <i>Métodos y técnicas utilizadas.....</i>	7
1.3. <i>Valoración de lo anterior.....</i>	8
<b>2. ANÁLISIS DE LA PROGRAMACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN .....</b>	<b>10</b>
<b>3. ANÁLISIS DE LA APLICACIÓN DE LAS MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD.....</b>	<b>18</b>
3.1. <i>Avances en la ejecución de las medidas.....</i>	18
3.2. <i>Integración de las actividades de información y publicidad en los informes anuales de ejecución. ....</i>	34
3.3. <i>La repercusión de los sistemas de seguimiento en la calidad de la ejecución de las medidas .....</i>	36
<b>4. VERIFICACIÓN DE LA INCLUSIÓN DE LA INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD EN LAS ACTUACIONES DE VERIFICACIÓN Y CONTROL DE LOS FEDER.....</b>	<b>42</b>
<b>5. INCORPORACIÓN DEL PRINCIPIO DE IGUALDAD DE OPORTUNIDADES EN LAS MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD. ..</b>	<b>44</b>
<b>6. ANÁLISIS DEL IMPACTO: LOGROS Y DESAFÍOS DE LAS ACTIVIDADES EN MATERIA DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD.....</b>	<b>46</b>
<b>7. VALORACIÓN DE LAS BUENAS PRÁCTICAS PRESENTADAS.....</b>	<b>50</b>
<b>8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES: PROPUESTAS DE MEDIDAS A ADOPTAR.....</b>	<b>52</b>

## 1. METODOLOGÍA DE LA EVALUACIÓN

### Introducción y contexto normativo de referencia

En lo que respecta a la Estrategia de Comunicación del PO FEDER de la Comunidad de Madrid, cabe poner de manifiesto que se ha elaborado una estrategia monofondo, cuyo alcance se ajusta a lo previsto en el anexo XII del Reglamento 1303/2013 y a las directrices del GERIP. La primera versión fue aprobada en 2016 y la versión actual es de 25 de mayo de 2018, habiéndose modificado para reflejar el cambio de fechas de las Evaluaciones de las Estrategias de Comunicación, como se acordó en la reunión del GERIP celebrada el 7 de septiembre de 2017.

En este contexto, la evaluación realizada por **Red2Red** tiene como objetivo contribuir a garantizar el rigor en la ejecución de una metodología ya definida y tasada, de forma que el resultado aporte la información necesaria a la Dirección General de Presupuestos de la Consejería de Hacienda y Función Pública de la Comunidad de Madrid (anteriormente Dirección General de Asuntos Europeos y Cooperación con el Estado) en su calidad de Organismo Intermedio del Programa Operativo, en el marco de los objetivos conjuntos para la programación en curso.

El artículo 115 del Reglamento (UE) 1303/2013 establece la necesidad de destacar el papel desempeñado por la Unión Europea, garantizar la transparencia de la ayuda procedente de los Fondos y transmitir los logros de la Política de Cohesión e informar a las personas beneficiarias potenciales sobre las oportunidades de financiación. La obligatoriedad de evaluar los resultados de las medidas de información y comunicación en cuanto al grado de visibilidad y concienciación de los programas, así como del papel desempeñado por la UE, se recoge en el Anexo XII del citado Reglamento. Los Estados miembros ostentan la competencia para trasladar las instrucciones concretas para el cumplimiento de estos requisitos normativos. Así, las Autoridades de Gestión nacionales de los programas FSE y FEDER han trabajado de forma conjunta en la definición de una guía metodológica que sistematice los procedimientos de evaluación y el reporte de los resultados.

Por lo tanto, la evaluación intermedia reglamentaria de la Estrategia de Comunicación del PO FEDER 2014-2020 de la Comunidad de Madrid se ha realizado siguiendo de forma exhaustiva la metodología de evaluación prevista en la Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de las Estrategias de Comunicación de los Programas Operativos FEDER y del Fondo Social Europeo 2014-2020, facilitada por las Autoridades nacionales de Gestión.

### Objetivo de la evaluación

El resultado del trabajo de evaluación dará respuesta a las tres preguntas de evaluación 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 los Fondos y de la UE en la ciudadanía de la Comunidad de Madrid?

La respuesta a estas cuestiones se recoge a lo largo del presente Informe de Evaluación, distinguiendo con claridad los logros en cada una de las preguntas predeterminadas, la distancia a los objetivos establecidos y la identificación de los desafíos identificados para dar respuesta a dicha distancia. Asimismo, se pondrán en contraste los avances producidos con respecto a los resultados obtenidos en la evaluación de la Estrategia de Comunicación al final del período anterior.

## 1.1. Diseño técnico de la evaluación

La metodología que se ha seguido en la presente evaluación proviene de la Guía facilitada por las Autoridades de Gestión del FSE y del FEDER para el presente período de programación y se detalla a continuación.

### 1.1.1. Objeto de la evaluación

El objeto de la presente evaluación es la Estrategia de Comunicación del PO FEDER 2014-2020 de la Comunidad de Madrid, en su versión más actualizada de 25 de mayo de 2018. El objetivo último de esta evaluación es determinar el grado de ejecución y el impacto conseguido en el periodo de referencia (enero de 2014 – junio 2019) a través de su ejecución.

### 1.1.2. Criterios de evaluación

Los criterios de evaluación constituyen el conjunto de aspectos clave analizados en esta evaluación. Estos criterios son los que se presentan a continuación:

- ❑ **Proporcionalidad**, es decir, la existencia de una correspondencia entre las actuaciones recogidas en el PO y el montante financiero de fondos europeos destinado a su cofinanciación y las actuaciones en materia de comunicación.
- ❑ **Pertinencia de la estrategia de comunicación** en relación con las directrices comunitarias formuladas al respecto. En este sentido, 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**, comprobando si existe coherencia entre las cadenas de objetivos de la Estrategia de Comunicación, desde los generales a los particulares y si las medidas de comunicación puestas en marcha responden adecuadamente a dichos objetivos.
- ❑ **Asignación y adecuación de los recursos** destinados a esta materia; es decir el grado de ajuste entre las medidas de la Estrategia y los recursos disponibles para su ejecución.
- ❑ **Consideración del principio de igualdad de oportunidades**; es decir, si se ha tenido en cuenta el principio de igualdad de oportunidades en las acciones de información y comunicación ejecutadas durante el periodo de análisis<sup>1</sup> que cubre la Evaluación.

Hay que señalar que en el presente período de programación se han considerado además tres criterios adicionales como necesarios, en el marco de las obligaciones de información y comunicación que no estaban previstos en el período anterior y para cuyo cumplimiento la Autoridad de Gestión ha

<sup>1</sup> Desde el 1 de enero de 2014 hasta el 30 de junio de 2019.

puesto los medios necesarios. Estos tres criterios, que han procedido a evaluarse en el marco del presente informe de evaluación en sus apartados correspondientes son los relativos al cumplimiento de las obligaciones siguientes: **Listado de operaciones**, **Portal web único** y cumplimiento de la obligación de presentación de las **Buenas Prácticas** con los tiempos y los importes requeridos.

### 1.1.3. Alcance temporal

En cuanto al alcance temporal de la evaluación, el período de referencia de la misma se circunscribe a las medidas de información y comunicación de las actuaciones recogidas dentro del Programa Operativo FEDER de la Comunidad de Madrid desde el 1 de enero de 2014 hasta el 30 de junio de 2019.

### 1.1.4. Agentes implicados y sus responsabilidades

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

☐ **Comisión Europea**, responsable de:

- Revisar los resultados de las evaluaciones de la Estrategia de Comunicación con motivo de su inclusión en los informes anuales de 2019 y 2023.

☐ **Autoridad de Gestión del FEDER<sup>2</sup>**, entre cuyas funciones destacan:

- Definir el marco común de trabajo en materia de evaluación para las Estrategias de Comunicación del FEDER y FSE.
- Coordinar, de manera general, el proceso de evaluación convocando las reuniones del GERIP<sup>3</sup>.
- Participar en el Grupo Consultivo de seguimiento estratégico y evaluación para presentar los avances en materia de evaluación de la comunicación.
- Observar la evolución del sistema de indicadores de seguimiento y evaluación de la comunicación definidos para el periodo 2014-2020, instrumentando las instrucciones y mecanismos que deberán aplicar los organismos implicados en la cuantificación de los indicadores.
- Realizar el volcado de la cuantificación de sus propios indicadores en la aplicación informática INFOCO2014.

**Organismo Intermedio (Dirección General de Presupuestos de la Consejería de Hacienda y Función Pública de la Comunidad de Madrid, anteriormente Dirección General de Asuntos Europeos y Cooperación con el Estado de la Consejería de Presidencia, Justicia y Portavocía del Gobierno)**

---

<sup>2</sup> La Autoridad de Gestión del FEDER es la Dirección General de Fondos Europeos del Ministerio de Hacienda.

<sup>3</sup> Grupo Español de Responsables de Información y Publicidad.

Las obligaciones en este ámbito para los Organismos Intermedios de los PO son las siguientes:

- ❑ Participar, a través del GERIP; en el proceso de definición del marco común de trabajo en materia de evaluación de la comunicación para los PO FEDER y FSE 2014-2020.
- ❑ Poner en marcha las evaluaciones de las Estrategias de Comunicación de los Programas Operativos Regionales **en 2019** y 2022 conforme a las pautas acordadas en la guía de evaluación, para su futura incorporación en los correspondientes informes anuales.
- ❑ Realizar el volcado de la cuantificación de los indicadores de seguimiento y evaluación propios en el aplicativo INFOCO2014, instrumentando las instrucciones y mecanismos que deberán aplicar los organismos regionales y coordinando la cuantificación de los indicadores de evaluación de las actuaciones de los Organismos de su administración regional.
- ❑ Realizar el seguimiento de los avances de la Estrategia de Comunicación, en el ámbito de sus competencias, para colaborar en la información a facilitar al correspondiente Comité de Seguimiento.
- ❑ Colaborar, en el ámbito de sus competencias, en la información a incluir en los informes de ejecución anuales y final según lo establecido en el artículo 50 del Reglamento (UE) N° 1303/2013.

### **Órganos gestores del Programa Operativo**

Por su parte, el resto de organismos que interviene en la ejecución de cada Programa debe asumir las siguientes obligaciones:

- ❑ Asegurar la recopilación de la información y documentación necesarias para que esté disponible para los equipos de evaluación.
- ❑ Recopilar la información pertinente para cumplimentar los indicadores de evaluación de información y publicidad.
- ❑ Volcar en la aplicación INFOCO2014 la cuantificación de los indicadores propios de la Estrategia de Comunicación, bien de forma directa o a través de su Organismo Intermedio.
- ❑ Colaborar en el adecuado desarrollo de los trabajos de la Evaluación de las Estrategias de Comunicación
- ❑ Si así se les solicita, participación en grupos de discusión o en el proceso de identificación de buenas prácticas.

### **Equipo evaluador**

Para llevar a cabo la Evaluación, la Comunidad de Madrid ha contratado a un equipo externo especializado formado por profesionales de la empresa Red2Red Consultores S.L. Ésta ha sido la responsable de llevar a cabo el desarrollo de la Evaluación en el tiempo y la forma requerida por el órgano contratante, la Dirección General de Presupuestos de la Consejería de Hacienda y Función Pública de la Comunidad de Madrid de la Comunidad de Madrid.

### 1.1.5. Calendario

La presente evaluación se ha desarrollado entre los meses de junio y diciembre de 2019.

## 1.2. Métodos y técnicas utilizadas

A continuación, se sintetiza el detalle de las tareas realizadas, la metodología seguida y el alcance obtenido:

- **Determinación del avance de la ejecución de las actuaciones de comunicación a través del análisis de los indicadores de seguimiento y evaluación.**

Esta tarea ha consistido en el análisis de indicadores de realización (detalle de las actuaciones realizadas) y en el análisis de indicadores de resultado (efectos en el corto plazo de las actuaciones). Las herramientas metodológicas usadas para ello han sido el Procesamiento y explotación de resultados a partir de la batería de indicadores previstos en la Estrategia de Comunicación extraídos de la aplicación INFOCO2014 y su alcance es el Circunscrito al previsto en la Guía de Evaluación AG y a la información a facilitar en los IAE y Anexo XII.

- **Análisis documental y revisión de la normativa de referencia.**

El análisis ha incluido los documentos relevantes o claves en la materia. Las herramientas metodológicas usadas para ello han sido el trabajo de gabinete para el análisis cualitativo. Los documentos de referencia relacionados en la guía de evaluación que se han analizado son: Reglamentos, Estrategia de Comunicación del PO, documentación de las redes de comunicación (GERIP y RIFEM, la Red de Información y Publicidad de los Fondos Estructurales de la Comunidad de Madrid), Informes Anuales de Ejecución, actas y manuales específicos en la materia (Guía práctica para el cumplimiento de las obligaciones de información y comunicación en las actividades cofinanciadas por el FSE y el FEDER en los Programas Operativos de la Comunidad de Madrid, periodo de programación 2014-2020).

- **Realización de entrevistas a responsables de la estrategia de comunicación y a los órganos gestores, así como a la persona responsable de comunicación dentro de la Autoridad de Gestión del FEDER.**

El resultado de procesar las respuestas obtenidas se ha puesto en contraste con los resultados obtenidos en el análisis de indicadores y se ha utilizado para la estimación de indicadores relacionados con el grado de conocimiento, satisfacción y utilidad de las actuaciones. Se han aplicado los cuestionarios incluidos en la Guía de evaluación de la AG (Anexos 3 y 4). Los cuestionarios a los órganos gestores se han remitido a través de correo electrónico. Circunscrito al previsto en la Guía de Evaluación AG Explotación de resultados cuantitativos y cualitativos. Análisis complementario de resultados cuantitativo y cualitativo.

- **Encuesta a la ciudadanía.**

Se han realizado 853 encuestas telefónicas a través de la metodología CATI, a partir del contenido propuesto en la Guía de Evaluación de la AG. El resultado de procesar las respuestas obtenidas se ha puesto en contraste con los resultados obtenidos en el análisis de indicadores y se ha utilizado

para la estimación de indicadores relacionados con el grado de conocimiento de la intervención de los Fondos Estructurales y de la UE. El alcance ha se ha circunscrito al previsto en la Guía de Evaluación AG (Anexo 5) con muestreo según la metodología incluida en el Anexo 6 de dicha Guía. Se ha procedido a la explotación de resultados cuantitativos y cualitativos y al análisis complementario de resultados tanto cuantitativo como cualitativo.

- **Grupos de discusión.**

En el marco de la presente Evaluación, se han celebrado dos grupos de discusión sobre las siguientes temáticas, tal como se establece en la Guía:

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

En ellos han participado la totalidad de representantes de los 7 organismos implicados en la gestión y desarrollo de las actuaciones en materia de Información y Comunicación del PO del FEDER de la Comunidad de Madrid, incluyendo el Organismo Intermedio y los órganos gestores.

El objetivo ha sido obtener información concreta y de tipo cualitativo sobre distintos aspectos relacionados con la Estrategia de Comunicación, especialmente en lo relativo a las causas determinantes de los resultados, necesidades o problemas y sus posibles soluciones.

Así, se ha convocado y han participado las personas involucradas en el día a día de la gestión de las actuaciones cofinanciadas y/o responsables de la realización de las medidas de información y comunicación de las mismas, para que pudiesen expresar su valoración sobre los sistemas de seguimiento de las medidas puestas en marcha, las necesidades o problemas detectados a la hora de llevar a la práctica las medidas de información y comunicación, así como sus posibles soluciones. Asimismo, se ha producido un debate sobre las percepciones que dichas personas responsables poseen sobre el grado de permeabilidad de la ciudadanía madrileña acerca de las medidas de información y comunicación y sobre la cofinanciación de las actuaciones por parte del Programa Operativo regional del FEDER. Estas percepciones han ido en la misma línea que los resultados arrojados por la encuesta telefónica realizada a la ciudadanía en cuanto al impacto de las medidas de comunicación sobre la ciudadanía de la Comunidad de Madrid y se han planteado posibles actuaciones para incrementar la sensibilización de ésta ante las medidas de publicidad de las actuaciones cofinanciadas por el PO.

### 1.3. Valoración de lo anterior

A continuación, se señalan los puntos fuertes de la metodología empleada para la Evaluación, así como las limitaciones o problemas encontrados a la hora de aplicar algunas de las técnicas empleadas:

- La Estrategia de Comunicación incorpora un sistema de indicadores de realización y resultado que incluye valores objetivo a alcanzar durante la ejecución del Programa Operativo. Este sistema, además de servir para realizar un correcto seguimiento de la Estrategia puesto que los indicadores se van alimentando periódicamente en la aplicación

informática INFOCO2014, hace que se facilite su medición en términos de realización y de resultado gracias a las metas establecidas, lo que es positivo ya que facilita llevar a cabo la evaluación del sistema.

- La Guía Metodológica contempla una serie de herramientas metodológicas a utilizar en la Evaluación que combinan diferentes técnicas de investigación que se alimentan de información tanto de tipo cuantitativo como cualitativo, lo que ha permitido realizar una evaluación participativa por parte de los agentes implicados, que enriquece la calidad de la información que se ha tenido en cuenta.
- Los objetivos de la Estrategia están bien definidos y sus destinatarios claramente identificados, al igual que los agentes que intervienen en su ejecución. Ello ha posibilitado la involucración de todos los actores que participan en la ejecución de la Estrategia o que son destinatarios de la misma, como es el caso de la ciudadanía, así como obtener información de primera mano por parte de informantes clave.
- Asimismo, es preciso destacar la dificultad del análisis presupuestario y de su proporcionalidad. Esto se debe a que los gestores realizan siempre las obligaciones reglamentarias de comunicación, cuyo gasto no viene especificado porque se realizan por cuenta del contratista encargado de ejecutar la actuación y, por tanto, su gasto se desconoce, ya que no es individualizable con respecto al coste total de la actuación. No obstante, existe un valor añadido como consecuencia de superar ese contenido mínimo y en el caso de esas actuaciones de información y comunicación que sobrepasa lo reglamentario y producen valor añadido, sí existe una valoración objetiva del contenido de comunicación y publicidad que puede ser cuantificado. Es ese coste el que se ha imputado en la aplicación INFOCO y constituye el 5% de ejecución del presupuesto de Información y Comunicación previsto en la Estrategia, del que se hablará posteriormente en este Informe. En el apartado correspondiente se explica con mayor detalle este aspecto, así como se recogen conclusiones y recomendaciones finales a este respecto.

## 2. ANÁLISIS DE LA PROGRAMACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

Para el análisis de la programación se han tenido en cuenta los criterios establecidos en la Guía Metodológica en el sentido de evaluar la pertinencia de la estrategia y la validez y consistencia interna de la Estrategia de Comunicación.

El detalle de cumplimiento de estos criterios, ya mencionados en el apartado 2.1.2 del presente informe, se expone a continuación:

### 2.1. Pertinencia de la estrategia de comunicación

La Dirección General de Fondos Europeos, por su parte, pertenece a la Red INFORM, coordinada por la Unidad de Comunicación de la Dirección General de Política regional y Urbana de la Comisión Europea (REGIO). Ésta, a su vez, participa y contribuye a las reuniones de comunicación organizadas a nivel nacional y ayuda a los miembros de la Red a interpretar la legislación de información y comunicación. Dicha red está compuesta por las personas responsables de comunicación de FEDER y Fondo de Cohesión de las Autoridades de Gestión de los 28 Estados Miembros. Los principales objetivos de esta Red son:

- Asegurar el intercambio de información sobre los resultados de las Estrategias de Comunicación;
- Intercambiar experiencias y buenas prácticas en la implementación de las medidas de información y comunicación;
- Coordinar las actividades de comunicación entre los Estados Miembros y la Comisión;
- Debatir y evaluar la efectividad de las medidas de información y comunicación;
- Proponer recomendaciones para mejorar el alcance y el impacto de las actividades de comunicación y crear conciencia sobre los resultados y el valor agregado de esas actividades.

La red INFORM se reúne dos veces al año para orientar y debatir asuntos relacionados con las acciones de comunicación de los Estados miembros. Existe en su seno un intercambio de ideas y se comparten experiencias que han demostrado ser eficaces en su aplicación o diseño.

El criterio de pertinencia de la Estrategia de Comunicación se analiza respecto a las directrices comunitarias formuladas en materia de comunicación. En este sentido, éstas se trasladan verticalmente a los Organismos Intermedios por parte de la Autoridad de Gestión, presente en la Red, en el seno de la Red GERIP, por lo que 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 y a las instrucciones acordadas en la Red GERIP. Teniendo esto en cuenta, se puede decir que se está en línea con dichas directrices.

Se establece un turno rotatorio para acompañar a la Autoridad de Gestión a las reuniones de la Red INFORM pero hay que valorar que la Comunidad de Madrid no acude a estas reuniones, por lo que se recomienda que esta situación se subsane en las próximas convocatorias a las que sea invitado.

No obstante, se valora positivamente que la asistencia por parte del Organismo Intermedio del FEDER de la Comunidad de Madrid a las reuniones del GERIP es asidua y frecuente, habiendo faltado

únicamente, a lo largo de todas las reuniones celebradas en el período de la evaluación, a 3 del total de 15 celebradas y coincidiendo que, en la última reunión celebrada durante el mismo (9 abril de 2019) se debió a que no había sido nombrada todavía la persona responsable del Organismo Intermedio.

### Grado de cumplimiento de las recomendaciones provenientes de la evaluación final de la Estrategia de Comunicación del período anterior 2007-2013

A continuación, se reflejan las recomendaciones recogidas en la evaluación de la Estrategia de Comunicación del PO FEDER 2007-2013 de la Comunidad de Madrid, así como el grado en el que éstas han sido atendidas en la Estrategia de Comunicación del presente período de programación 14-20. Como podrá observarse, han sido recogidas e integradas en su mayoría y otras de ellas en parte, lo que es valorado positivamente por el equipo evaluador, ya que supone poner en práctica un proceso de mejora continua al capitalizar el conocimiento surgido en el período anterior, así como los puntos de mejora detectados en las evaluaciones realizadas al final del periodo de programación anterior.

- Formular la Estrategia atendiendo a los resultados de 2007-2013, lo cual facilitará el ajuste tanto de sus objetivos como de sus medidas. Sí, la Estrategia de Comunicación parte de forma explícita de las conclusiones sobre los resultados de la Evaluación de la Estrategia de Comunicación del período anterior. Esto se manifiesta expresamente en el párrafo primero del epígrafe 2 de la Estrategia de Comunicación “2. Antecedentes: resultados de las evaluaciones del Plan de Comunicación de los PO FEDER y FSE de la CM (2007-2013)” (página 11), así como en el párrafo introductorio del subepígrafe 3.1 Objetivos del apartado 1 de la Estrategia “Alcance y contenido de la Estrategia de Comunicación” (página 14).
- Elaborar modelos para transmitir a los beneficiarios las fórmulas idóneas para la aplicación de emblema y lema. Sí, se recogen explícitamente junto con sus características técnicas en la “Guía práctica para el cumplimiento de las obligaciones de información y comunicación en las actividades cofinanciadas por el FSE y el FEDER en los Programas Operativos de la Comunidad de Madrid, período de programación 2014-2020”, publicada por el Organismo Intermedio y disponible en el área de Fondos Europeos de la página web de la Comunidad de Madrid, en el enlace web <https://www.comunidad.madrid/servicios/madrid-mundo/fondos-europeos-comunidad-madrid>. Destaca también positivamente la difusión realizada a todos los gestores del “Breve manual recopilatorio de cuestiones de tipo práctico para los beneficiarios/as en materia de comunicación 2014-2020”, elaborado por la Autoridad de Gestión del FEDER,
- Potenciar la especialización de las personas responsables de información y publicidad. En parte. Al igual que ocurre en la mayoría de CCAA, las personas responsables de comunicación no son especialistas en la materia, tal como ellas mismas han puesto de manifiesto en los grupos de discusión celebrados. A su vez, dicha especialización es un elemento que todas ellas han estado de acuerdo en señalar en los grupos de discusión como necesario para facilitar el mejor cumplimiento de las obligaciones en materia de información y comunicación. A pesar del ritmo de rotación de estas personas se ha producido un aprendizaje derivado de la experiencia en el puesto, tal como ellas mismas han señalado en el marco de los grupos de discusión si bien no se ha puesto en marcha una tarea específica

de potenciamiento de dicha especialización por parte del OI, por lo que se valora como recomendación seguida en parte por parte del equipo evaluador.

- Rentabilizar recursos propios, particularmente las páginas web, para actividades de información y publicidad. Las páginas web de los órganos gestores sí se utilizan para publicitar las actuaciones cofinanciadas, pero no todos los gestores poseen una página web a efectos de Fondos Europeos, en este sentido se considera por el equipo evaluador que se ha seguido esta recomendación en parte.
- Incrementar el uso de los medios de bajo coste disponibles, preferentemente digitales. En parte, se prevé de forma expresa la edición de material audiovisual de soporte no físico para la publicidad de las actuaciones cofinanciadas por el PO así como la utilización para su difusión de la web del OI así como distintos canales de internet. Podría potenciarse, por ejemplo, en mayor medida la utilización de las redes sociales, con el fin de acceder a un público más amplio de menor edad.
- Realizar las actividades de comunicación de forma conjunta. Sí, en la Estrategia se prevén medidas específicas para la realización de actividades de comunicación de forma conjunta entre ambos PO, en particular en la Celebración del Día de Europa o las actividades de difusión, con carácter itinerante y soporte audiovisual, sobre la política de cohesión en la Comunidad de Madrid. Se ha cumplido esta recomendación en parte puesto que el Día de Europa siempre se lleva a cabo de manera conjunta en el marco de ambos Fondos.
- Potenciar la participación de los ayuntamientos en la difusión de los Fondos invertidos en sus municipios mediante, entre otras, actuaciones conjuntas con el Organismo Intermedio. Se ha previsto en la Estrategia expresamente una medida orientada a la organización de una campaña de carácter itinerante para dar a conocer el Programa Operativo y las posibilidades de financiación europea, en colaboración con los Ayuntamientos que, no obstante, en el período de tiempo que cubre esta evaluación no se ha llevado a cabo, por lo que se recomienda que se realice en lo que resta de período de programación.
- Incrementar los esfuerzos para la detección y presentación de buenas prácticas de actuaciones cofinanciadas, lo que incrementaría la visibilidad de los logros, resultados y efectos de los Programas Operativos. En parte, puesto que se han identificado cinco Buenas Prácticas de cuatro de los seis órganos gestores del PO FEDER, encontrándose aprobadas tres de ellas a fecha de elaboración de la presente evaluación.
- Adoptar nuevos enfoques y soluciones de comunicación adaptados a actuaciones de carácter intangible. No, la Estrategia de Comunicación no refleja medidas específicas que materialicen esta recomendación.
- Reforzar el enfoque práctico de los mecanismos de transmisión de información desde los Organismos Intermedios hacia los Órganos Gestores. En este sentido, se recomienda incorporar a las guías y manuales ejemplos ilustrativos y con aplicación práctica. Sí, esta información práctica y con ejemplos se ha incorporado en la “Guía práctica para el cumplimiento de las obligaciones de información y comunicación en las actividades

cofinanciadas por el FSE y el FEDER en los Programas Operativos de la Comunidad de Madrid, período de programación 2014-2020”.

Se valora muy positivamente que el 60% de las recomendaciones emanadas de la Evaluación Final de la Estrategia de Comunicación del período 2007-2013 han sido atendidas en este período. Además, y como dato también positivo, las que lo han sido solo en parte, poseen los elementos de base para ser desarrolladas en lo que resta de período de programación, al contemplar en la Estrategia las medidas específicas necesarias para ello, por lo que se recomienda hacer un esfuerzo adicional para ponerlas en práctica de cara al final del período de programación.

## 2.2. 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 los beneficiarios de las actuaciones cofinanciadas y a los potenciales beneficiarios en relación con las oportunidades de financiación a través de los Fondos EIE.
- la obligación de los beneficiarios de comunicar la contribución de los Fondos a sus proyectos,
- la publicidad de la ejecución y de los resultados de las intervenciones entre el público en general, tanto desde la perspectiva específica de los Fondos EIE como de la contribución que realiza la UE en general.

La validez y consistencia interna de la Estrategia de Comunicación se ha analizado comprobando si existe coherencia entre los objetivos y la Estrategia de Comunicación y si las medidas de comunicación puestas en marcha responden adecuadamente a dichos objetivos y estrategia.

A continuación, se sintetiza de una panorámica general la Estrategia, los objetivos y los destinatarios de la Estrategia de Comunicación, pudiéndose observar dicha alineación.

### **Objetivos generales:**

- Fortalecer la visibilidad entre los beneficiarios y la ciudadanía del papel de la Unión Europea en el Programa Operativo.
- Transmitir a la ciudadanía madrileña y, en concreto, a los grupos destinatarios directos del Programa Operativo, una imagen homogénea y coherente acerca de la intervención del 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 a la ciudadanía y a los grupos destinatarios directos sobre el papel de la Unión Europea y del FEDER en la Comunidad de Madrid, así como de las actuaciones que, en el PO se realizan con el apoyo de la Unión Europea.

### **Tres niveles de aplicación:**

#### NIVEL 1: GENERAL

- Fomentar transparencia y difusión de la contribución financiera de la UE al Programa Operativo como instrumento de la política regional europea para la mejora del bienestar y la calidad de vida de la ciudadanía madrileña.
- Incentivar la participación en el PO de cuantos organismos públicos o privados sean susceptibles de acceder a la cofinanciación europea y de la Comunidad de Madrid.
- Poner a disposición de los beneficiarios (como actores participantes en la gestión y/o ejecución del Programa Operativo) de la información idónea para cumplir con las obligaciones derivadas de la normativa reguladora del FEDER, incluidas las relativas a información y comunicación.
- Potenciar el conocimiento por parte de la ciudadanía de los Objetivos del Programa Operativo en la Comunidad de Madrid.

#### NIVEL 2: PROGRAMA

- Informar a los beneficiarios potenciales y beneficiarios de las oportunidades que les ofrece el PO FEDER, optimizando particularmente la información sobre las distintas convocatorias de ayudas.
- Incrementar los niveles de conocimiento que la población madrileña y los grupos destinatarios directos del PO tienen sobre la incidencia, logros cuantitativos y cualitativos que la aplicación de los Fondos Europeos (particularmente sus buenas prácticas) y el papel de la UE suponen para la región.

#### NIVEL 3: PROYECTO

- Medidas para impulsar el conocimiento de los resultados y efectos obtenidos gracias al Programa Operativo y los proyectos más significativos o relevantes.

### **Destinatarios:**

- Beneficiarios y Beneficiarios Potenciales
- Público en general o ciudadanía
- Medios de comunicación y otros agentes difusores

De la panorámica anterior se comprueba la existencia de una lógica de programación en la Estrategia que va desde los objetivos generales hasta los específicos, pasando por los tres niveles distintos de

aplicación (desde el general, al nivel de programa y hasta el nivel de proyecto) hasta tener un efecto sobre los destinatarios últimos de la Estrategia, lo que demuestra que ésta es consistente y válida para la consecución de dichos objetivos, lo que se valora de forma positiva por el equipo evaluador.

### 2.3. Asignación y adecuación de los recursos

En este apartado se analiza si los recursos destinados para desarrollar la Estrategia de Comunicación se ajustan a las medidas de dicha Estrategia y a los recursos disponibles para su ejecución. Bajo este criterio, se pretende valorar la existencia de una correspondencia o proporcionalidad entre las actuaciones recogidas en los 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 ha sido dotado de **1.424.066€**, lo que supone aproximadamente un **30,37%** del importe total previsto en el Programa Operativo del FEDER 2014-2020 de la Comunidad de Madrid para el Eje 13 de Asistencia Técnica (**4.688.914,00€**), con el que podrán financiarse en su caso, estas actuaciones de información y comunicación ya que están previstas específicamente en este Eje.

A priori, este porcentaje es adecuado, pero si se tiene en cuenta que el presupuesto total del Programa Operativo FEDER de la Comunidad de Madrid 2014-2020 es de **474.688.914€**, se concluye que el **0,30%** está dedicado a las acciones de información y comunicación, lo que, no obstante, va en línea con lo dedicado a esta tarea de comunicación en otros Programas Operativos regionales de FEDER.

Por parte del equipo evaluador este porcentaje del 0,30% se valora como adecuado puesto que hay que tener en cuenta que, además de las acciones de información y comunicación incluidas en el eje de asistencia técnica del Po y tal como se ha explicado en el punto anterior de este Informe, los órganos gestores y ejecutores de las intervenciones llevan a cabo otras actuaciones de comunicación de obligado cumplimiento en el marco de sus proyectos específicos, cuya financiación va con cargo al eje del Programa en que dichos proyectos se enmarquen. Estas actuaciones de información y comunicación se incluyen en el importe de adjudicación de los contratos a través de los que se materializan las actuaciones del Programa Operativo y por tanto corren por cuenta del contratista.

Son las actuaciones de información y comunicación que sobrepasan el contenido mínimo reglamentario de las que sí se conoce su coste específico y diferenciado que se imputa y refleja en INFOCO. Esto es relevante, ya que solo la mitad de los órganos gestores han reportado dicho importe de sus actuaciones de información y comunicación de forma específica y diferenciada del coste de las propias actuaciones e incluyendo este dato, en los indicadores de comunicación correspondientes, al tratarse de gasto contabilizado, es decir, no gasto estimado. El gasto reportado en INFOCO de estas actuaciones de información y comunicación llevadas a cabo a 30 de junio de 2019 no llega al 5% del total previsto en la Estrategia de Comunicación. En el resto de casos no se ha registrado ningún importe de estas actuaciones, debido a que coste se ha internalizado y e integrado en el coste general de las actuaciones del Programa, como ya se ha dicho anteriormente.

Para emitir un juicio sobre la adecuación del presupuesto de la Estrategia de Comunicación con respecto a las actuaciones que están contempladas en la misma, debería ponerse en relación este porcentaje del 5% con el porcentaje de ejecución de las actuaciones del propio Programa Operativo

a esa misma fecha de 30 de junio de 2019. De todas formas, seguiría son poderse valorarse con total certeza, por lo ya comentado sobre que el hecho de que este porcentaje supone sólo una parte del coste total de las actuaciones de información y comunicación, correspondiente a las que superan el contenido reglamentario y generan un valor añadido.

En cuanto a la asignación de recursos humanos, todos los órganos gestores cuentan con una persona responsable de comunicación, siendo éstas quienes han participado en esta evaluación a través de los cuestionarios y los Grupos de Discusión. No obstante, no se trata de perfiles profesionales específicos de comunicación o periodismo.

En cuanto al Organismo Intermedio, dada la situación inicial de ausencia de personal asignado a la Jefatura de Servicio del FEDER, la persona responsable de comunicación ha sido el Subdirector de Fondos Europeos en el primero momento y a partir del nombramiento de la persona que ostenta la Jefatura de Servicio del FEDER, ésta ha sido la persona responsable de comunicación del PO. Los recursos asignados internamente a información y comunicación de la CAM permiten, en principio, cumplir con las obligaciones en materia de información y comunicación en los términos señalados en esta evaluación, si bien un cumplimiento óptimo de tales obligaciones requeriría un reforzamiento de los mismos. Por otra parte, si bien una mayor profesionalización de los perfiles responsables de comunicación redundaría en una mejora en el cumplimiento de las obligaciones de información y comunicación.

Por lo que se refiere a la Autoridad de Gestión del FEDER, cuenta solo con cuatro personas adscritas a la realización de las labores de información y comunicación, si bien, debido a la dotación de que dispone y, sobre todo, a la dilatada experiencia acumulada en esta materia, consigue dar respuesta eficaz a todas las cuestiones y obligaciones que le son propias, superando este hecho de no contar con recursos demasiado numerosos destinados a las labores de información y comunicación.

#### 2.4. Consideración del principio de igualdad de oportunidades

En este apartado se aborda el análisis de si el Principio de Igualdad de Oportunidades se ha tenido en cuenta a la hora de planificar la Estrategia y en las acciones de información y publicidad ejecutadas durante el periodo de análisis que comprende desde el 1 de enero de 2014 a 30 de junio de 2019.

Este principio se contempla en la Estrategia la incorporación del principio de Igualdad de Oportunidades para mujeres y hombres, contemplando de forma explícita que el enfoque de género se aplicará en todos soportes y mensajes que se utilicen en las actividades de información y comunicación. Esto deberá materializarse en el lenguaje, escrito y verbal, inclusivo y no sexista, así como en las imágenes que responderán a un tratamiento paritario de la presencia de mujeres y hombres en los ámbitos sobre los que incide el Programa Operativo.

También en la Estrategia se establece que el principio de igualdad de oportunidades para mujeres y hombres, así como de no discriminación, además de ser un principio horizontal, se aplicarán para la identificación de buenas prácticas realizadas en el PO FEDER de la Comunidad de Madrid.

En cuanto al uso de un lenguaje inclusivo en aplicación del principio de igualdad de oportunidades tanto en la Estrategia como en la “Guía práctica para el cumplimiento de las obligaciones de información y comunicación en las actividades cofinanciadas por el FSE y el FEDER en los Programas

Operativos de la Comunidad de Madrid para el período de programación 2014-2020” se concluye lo siguiente sobre el tratamiento del principio de igualdad:

- El lenguaje utilizado para la redacción de ambos documentos en general responde a las recomendaciones de un uso del lenguaje no sexista e inclusivo, con fórmulas que visibilicen a ambos sexos como puede ser *ciudadanía* en vez de *ciudadanos*. En el caso de la utilización del término *beneficiarios*, no implica una brecha en este principio puesto que se trata del término reglamentario.
- Por otro lado, cabe mencionar que dentro de dicha Estrategia sí aparecen referencias específicas hacia la atención de la igualdad de oportunidades, así como a la no discriminación y, en particular, a la accesibilidad. No obstante, este criterio no se pone en práctica puesto que, de todas las herramientas de información y comunicación de las que se hace uso, ninguna se adapta a las necesidades específicas que puedan tener las personas con alguna discapacidad, véase folletos en braille o videos con intérpretes de lenguaje de signos, etc.

En la Guía Práctica se recoge específicamente que, en cuanto a “accesibilidad”, con carácter general, las entidades beneficiarias intentarán, en la medida de lo posible, que los materiales utilizados sean accesibles para las personas con discapacidad, aplicando los recursos técnicos necesarios, con el objetivo de que la información y comunicación lleguen al mayor número de destinatarios, con independencia de sus circunstancias personales.

En conclusión, aunque se incluye el principio de igualdad de oportunidades a nivel de programación de la estrategia, así como en la utilización de un lenguaje no sexista e inclusivo en los documentos programáticos, esta integración podría mejorarse a través de la realización de medidas orientadas a atender las necesidades de las mujeres en el acceso a la información o a facilitarles información sobre las posibilidades de participación como beneficiarias del Programa Operativo.

La consideración del principio de igualdad de oportunidades y su integración en las medidas de información y comunicación, se desarrolla en el epígrafe 6 del presente informe.

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

En este epígrafe se realizarán tres análisis diferenciados sobre la aplicación de las medidas de información y publicidad:

- En primer lugar, se analizarán los avances en la ejecución de las medidas; calculándose la ejecución de los indicadores de la Estrategia en relación con los valores objetivos establecidos para cada uno de ellos para el final del período de programación junto con un análisis particularizado por gestores estableciendo un ranking de los mismos a partir de un conjunto de criterios, entre los que destaca como principal el que tengan validada una buena práctica, dada la importancia de este elemento de comunicación y visibilización de las actuaciones.

Para la realización del ranking se han tenido en cuenta una serie de criterios que se detallan en el apartado correspondiente. El equipo evaluador considera que, para evitar un posible sesgo metodológico que puede producirse en la clasificación, deberían haberse incluido también criterios relativos al grado de maduración de las actuaciones, que resulta directamente afectado por los propios mecanismos de gestión de los Fondos, así como también un criterio de ponderación con el volumen financiero y número de operaciones que gestiona cada gestor. Si bien las obligaciones reglamentarias en materia de información y publicidad son las mismas para todos y la obligatoriedad de su cumplimiento también, es cierto que estos dos elementos introducen un sesgo porque pueden afectar directamente a ámbitos que repercuten directamente en la posición en el ranking como puede ser, por ejemplo, a la posibilidad de haber implementado proyectos lo suficientemente maduros como para ser constitutivos de Buenas Prácticas, a fecha de elaboración de la presente evaluación. En segundo lugar, se comprobará la integración de las actividades de información y comunicación en los IAE; verificando si dichos informes han incluido dicha información sobre estas actuaciones.

- Por último, se estudiará la repercusión de los sistemas de seguimiento en la calidad de la ejecución de las medidas; estimando si la Estrategia de Comunicación ha incrementado la calidad en la ejecución éstas y si se están cumpliendo los objetivos previstos en la misma.

#### 3.1. Avances en la ejecución de las medidas.

A continuación, se examina el grado de ejecución de las medidas de información y comunicación llevadas a cabo en la **Comunidad de Madrid** en el marco de la Estrategia de Comunicación **del PO FEDER 2014-2020**, evaluando el periodo temporal comprendido entre el **1 de enero de 2014 y el 30 de junio de 2019**.

La fuente de información principal que ha sido utilizada para obtener la información de naturaleza cuantitativa ha sido la aplicación INFOCO2014, en la que la Autoridad de Gestión y el Organismo Intermedio, vuelcan la información de todas las actuaciones que se ponen en marcha en el marco del Programa Operativo FEDER.

Previamente a cualquier tipo de análisis, el organismo intermedio y los organismos gestores de este Programa Operativo son:

- **Organismo Intermedio:** Dirección General de Presupuestos de la Consejería de Hacienda y Función Pública de la Comunidad de Madrid
- **Órganos gestores:**
  - o Canal de Isabel II
  - o Metro de Madrid
  - o Dirección General de Investigación e Innovación Tecnológica (DGII)
  - o Agencia de Vivienda Social de la Comunidad de Madrid (AVSCM)
  - o Dirección General de Economía, Estadística y Competitividad (DGEEyC)
  - o Consejería de Políticas Sociales y Familia
  - o Agencia para la Administración Digital de la Comunidad de Madrid (MADRID DIGITAL).

Y, por último, la Autoridad de Gestión, cuyo rol es transversal a todas las estrategias de comunicación del FEDER.

### Análisis general del avance de los indicadores

El primer bloque de análisis parte del **análisis general** del estado de los indicadores tanto de realización como de resultado de la Estrategia que se muestran a continuación:

**Tabla 1 Grado de ejecución de los indicadores de realización y resultado de la Estrategia de Comunicación PO 2014-2020 FEDER CAM**

Tipo de actividad	Indicadores de realización	Programación	Total		Indicadores de resultados	Programación	Total	
			Ejecución	%			Ejecución	%
1	Nº de actividades y actos públicos	60	48	80,00%	Nº de asistentes	4.500	5.690	126,44%
2	Nº de acciones de difusión	75	48	64,00%				
3	Nº de publicaciones externas realizadas	60	31	51,67%	% de publicaciones distribuidas/editadas	100%	97,80%	
					Nº de puntos de distribución	35	28	80,00%
4	Nº de páginas Web	10	9	90,00%	Nº de visitas en páginas Web	160.000	137.001	85,63%
5	Nº de soportes publicitarios	100	44	44,00%				
6	Nº de documentación interna distribuida	50	34	68,00%	% de organismos cubiertos	100%	100,00%	
7	Nº de redes de información y publicidad	3	3	100,00%	Nº reuniones	79	25	31,65%
					Nº asistentes	39	33	67,35%

Fuente: INFOCO2014

De manera general, los aspectos que destacan de este análisis son los siguientes:

- Globalmente, en cuanto al **grado de ejecución** de los **indicadores**, principalmente de **productividad**, muestran un grado de ejecución adecuado para estas alturas del período de programación. De igual manera, el grado de avance de estos indicadores repercute directamente sobre los **indicadores de resultados**, cuyos porcentajes alcanzados también muestran que están evolucionando correctamente y se encuentran alineados con sus previsiones para todo el período de programación, a excepción del indicador relativo al número de asistentes, que ha superado con creces el valor estimado para todo el período de programación y va en correlación con el buen desempeño del indicador de productividad asociado, relativo a número de actividades y actos públicos. Únicamente el indicador que presenta un menor porcentaje de ejecución y que, por tanto, necesita un mayor avance para alcanzar su meta prevista de cara a la finalización del período es, como se ha mencionado anteriormente, el número 5 “Número de soportes publicitarios”, que actualmente presenta un nivel de ejecución del 44%. No obstante, se puede ver cómo, conforme el período va avanzando, el indicador experimenta un crecimiento en su porcentaje de ejecución.

#### **Análisis particularizado por organismo del avance de los indicadores**

A continuación, se analizan estos resultados por indicador, pudiéndose extraer los siguientes elementos de interés:

- En cuanto al **indicador de realización número 1, N° de actividades y actos públicos**, el grado de ejecución es de un 80%. Se trata de un valor **elevado** si atendemos al momento temporal en el que se realiza esta valoración, pero lo importante de esta medida es que parece que las actividades y actos públicos realizados han movilizado a un número de asistentes mayor del que estaba previsto para todo el período. Concretamente, el indicador de resultado **número de asistentes** ha superado ya con creces el valor meta con un 124% con respecto al valor previsto para todo el período. Por lo tanto, estos valores parecen indicar que el número de actividades realizadas hasta el momento muestran **una capacidad de movilización mayor de la esperada**, tratándose de un efecto no esperado y muy positivo para maximizar las actividades realizadas en materia de información y comunicación. No obstante, aun siendo este dato muy positivo, el equipo evaluador recomienda revisar al alza en valor meta de este indicador de resultado para no sobrepasar ampliamente el valor meta actualmente establecido para el final del período de programación en 2023, lo que se produciría de no llevarse a cabo esta revisión.

En cuanto a la **contribución de los gestores a este indicador**, el organismo que destaca por su mayor contribución a este indicador, habiendo organizado un 40% del total de actos de comunicación realizados es la **DG de Investigación e Innovación Tecnológica**, destacando las Jornadas Informativas, Seminarios, Congresos y Semana de la Ciencia, conferencias y talleres. A este gestor sigue la Autoridad de Gestión del FEDER quien, en cumplimiento de sus obligaciones reglamentarias, ha desarrollado la más amplia actividad alimentando este indicador suponiendo un 19% del total de actos realizados, incluyendo la organización del Acto Anual sobre Política Regional y Fondos Europeos en España y diversas reuniones de coordinación y de programación

de los nuevos Programas Operativos. Siguen a ambos a gran distancia la DG de Economía, Estadística y Competitividad (en adelante DGEEyC) y Metro de Madrid en cuanto a actividades y actos públicos que han llevado a cabo, contribuyendo con un 10% y un 8% respectivamente a este indicador, en consonancia con las actuaciones realizadas que han desplegado una amplia actividad de comunicación y publicación. Estas actuaciones se refieren sobre todo a Jornadas, Actos de Inauguración y Ferias. En tercer lugar, Canal de Isabel II es responsable del 4% del total de actividades y actos públicos realizados en la Comunidad de Madrid para la difusión del Fondo, seguido por la Agencia de la Vivienda de la Comunidad de Madrid (en adelante AVS) que, con un 2%, es el gestor que menos uso ha hecho de esta herramienta de comunicación, habiendo realizado únicamente un Acto Público entrega de la primera vivienda para el realojo de unas familias. Esto se encuentra en coherencia con lo comentado anteriormente sobre la realización del volcado de indicadores por parte de este gestor circunscrita a 2018.

- El indicador de resultados que va en consonancia con el indicador de realización que acaba de analizarse, es el **Indicador de resultados 1, que mide el “Número de asistentes”** a las actividades y actos públicos. En cuanto a la contribución por parte de los órganos gestores a éste, de forma coherente con la mayor al indicador de realización 1, destaca la **DG de Investigación e Innovación Tecnológica**, responsable del 65% del avance de este indicador, en coherencia con las actuaciones desplegadas que han sido las más numerosas y las que, por sus características han reunido al mayor número de asistentes. Le sigue a gran distancia el Canal de Isabel II que aglutina al 16% de asistentes a los actos públicos realizados, que, si bien no ha realizado más que dos Actos públicos, estos han congregado en total a casi mil asistentes, tras el que se encuentra la DG Economía, con un 7% y Metro de Madrid con un 4%. Los organismos que menos contribuyen a este indicador, que se sitúan a gran distancia del resto son, por este orden, la Autoridad de Gestión, que ha contribuido un 1,1% y en último lugar se sitúa la AVS, que ha convocado únicamente a un 0,35% del total de asistentes a los actos organizados, en coherencia en este caso con el único acto realizado que por su propia naturaleza no era muy numeroso, suponiendo porcentajes muy pequeños del total de asistentes registrados en todos los actos realizados por los gestores de la Comunidad de Madrid en el período evaluado.
- Con respecto al **indicador de realización número 2 “Nº de acciones de difusión”**, muestra un grado de ejecución del 64%, siendo un **valor coherente** con el momento del período de programación. A priori este valor presenta un comportamiento alineado con el objetivo previsto y en camino de cumplirse las previsiones establecidas para el final del período de programación.

En el caso de este indicador, una vez más es la **DG de Investigación e Innovación Tecnológica** quien ha contribuido más a su grado de avance, habiendo realizado un 27% del total de acciones de difusión de sus actuaciones cofinanciadas por el FEDER total de las desplegadas en el período evaluado. Esto va en coherencia con la actividad que despliega este gestor en todas las actuaciones de información y comunicación en general y también en cuanto a actuaciones de difusión, destacando las realizadas de presentaciones, convocatorias, noticias en prensa escrita y en páginas web. En segundo lugar, destaca la DGEEyC con un 17% seguida de la Consejería de Políticas Sociales y Familia, con un 10% han contribuido a este indicador mediante la realización de acciones de difusión como notas de prensa y la publicación de resoluciones administrativas y a gran distancia por Metro de Madrid y Madrid Digital, que han contribuido en un 2% respectivamente al avance de este indicador, ambos contribuyendo con una noticia en prensa y la

convocatoria de una licitación. Hay que destacar que, cualitativamente, aunque ambos han llevado a cabo únicamente una acción de difusión, en el caso de noticia de prensa de Metro de Madrid ésta da cuenta de cómo diversos medios de comunicación se han hecho eco de la instalación de ascensores en el Metro, que es la Buena Práctica presentada por este gestor, lo que es más significativo puesto que contribuye a amplificar su mensaje. Hay que señalar que dos **gestores no han realizado ninguna acción de difusión de las actuaciones cofinanciadas por el PO son dos: la AVS y Canal de Isabel II.**

- El **indicador de realización número 3, “Nº de publicaciones externas realizadas”**, su porcentaje de ejecución alcanzado hasta el momento (51,67%) **está en línea** con lo previsto en este momento ya que este valor se sitúa en un término medio frente al valor total para todo el período. Complementariamente, los resultados alcanzados en este ámbito han sido más positivo de lo esperado, específicamente **indicador 3.1, que mide % de publicaciones distribuidas/editadas** prácticamente alcanza el valor previsto para todo el período, con un 97%, lo que en la práctica equivale a haber alcanzado su objetivo previsto del 100% para todo el período. Esto puede estar mostrando que la coherencia entre los productos y los resultados no está del todo alineada y sería conveniente revisar los valores objetivo.

En cuanto a la contribución de los organismos a este indicador, si bien el primer lugar lo ocupa **la AG del FEDER** en cuanto a contribución cuantitativa en más de un 58% a la ejecución total de este indicador, se trata únicamente de la publicación de la Revista Investigaciones Regionales de la Asociación Española de Ciencia Regional en diversos números y lo mismo para la Revista INFONDO, lo que implica cumplir con las obligaciones que ésta ostenta. El resto de organismos se sitúan a gran distancia, pero se trata de publicaciones externas de mayor diversidad. La DG de Investigación e Innovación Tecnológica es quien ocupa el segundo lugar tras la AG, con un 10% de publicaciones externas realizadas, que incluyen artículos en diversas revistas de divulgación científica seguida por el Canal de Isabel II (6%) con la edición de vídeos y folletos y la DGEEyC (3%) con la publicación de trípticos, en cuarto lugar. Llama la atención que el resto de gestores no hayan realizado ninguna publicación externa, lo que es valorado desfavorablemente por el equipo evaluador, recomendándose que hagan uso de la pléyade de posibilidades que ofrece esta herramienta de comunicación, así como dado su potencial de llegada a los receptores.

- En cuanto al **indicador de resultado 3.2 Nº de puntos de distribución**, también muestra un comportamiento más positivo del previsto para este momento, ya que su grado de ejecución es del 80% y esto puede estar indicando que la planificación en esta materia fue conservadora y su comportamiento es mejor del que cabía esperar. En cuanto a la contribución por organismos al mismo, destaca en primer lugar **la AG del FEDER** que aglutina un 86% de todos los puntos de distribución y tras él, a gran distancia, el Canal de Isabel II y la DG de Investigación e Innovación Tecnológica con dos puntos de distribución frente a ninguno que presenta el resto de gestores.
- Con respecto al indicador de realización **número 4, “Nº de páginas Web”** ha alcanzado un 90% de su valor meta, con un total de 9 páginas web, correspondientes a los 7 órganos gestores del PO, al Organismo Intermedio y a la Autoridad de Gestión. El valor meta de este indicador de 10 páginas web tenía en cuenta un organismo que sí se contempló en la versión inicial del Programa Operativo como gestor del mismo, pero que finalmente no presentó ninguna operación para su cofinanciación. Dado que la única forma de alcanzar ese valor meta de 10 páginas web sería

incorporando un nuevo órgano gestor antes del final del período de programación, lo que parece poco probable, es recomendable revisar el valor meta estimado en la Estrategia para este indicador, adecuándolo al valor actual de 9 páginas web.

No obstante, los resultados mostrados por **este indicador reflejan cierta desviación**, cuando se comprueba el estado de las páginas web de los diferentes organismos ya que, en el caso de la Agencia para la Administración Digital de la Comunidad de Madrid (MADRID DIGITAL) y de Dirección General de Investigación e Innovación Tecnológica (DGII), si bien ambos cuentan con una página web propia, no se trata de una página web relacionada con el fondo FEDER. Por lo tanto, es posible que haya sido interpretado incorrectamente por parte del organismo responsable de volcar los resultados de este indicador, ya que sí disponen de página web propia, pero ésta no puede ser considerada para alimentar este indicador. En este sentido, se recomienda realizar una revisión con urgencia y adecuar esta limitación en un plazo breve de tiempo.

- El indicador de resultados asociado a este indicador de realización es el **indicador de resultados número 4, que mide el “Número de visitas en páginas Web”**. Hay que destacar que, presenta un grado de avance muy positivo, del 85,63%. El organismo que contabiliza más visitas a su página es la AG del FEDER con un 98% del total del valor del indicador, lo que hace que la contribución de los gestores del PO a éste sea mucho menor. A continuación, se sitúan la DG de Investigación e Innovación Tecnológica con 1000 visitas contabilizadas, seguido de Madrid Digital, Metro de Madrid y el Organismo Intermedio, con algo más de 700 cada uno. El resto de gestores que contribuyen de forma más moderada a este indicador con entre 200 y 400 visitas son la AVS, Canal de Isabel II y la DGEEyC. El gestor que menos visitas contabiliza a su página web es la Consejería de Familia y Política social con 136 visitas anuales de promedio.
- En cuanto al **indicador de realización 5, N° de soportes publicitarios**, presenta un grado de ejecución inferior al resto, de un 44%, como ya se ha señalado. Dos organismos son quienes contribuyen de forma más intensa al avance de este indicador y lo hacen en la misma proporción (34%): **la Autoridad de Gestión del FEDER**, que hace un uso significativamente superior de mayor variedad de soportes publicitarios si bien todos ellos relacionados con Acto Anual sobre Política Regional y Fondos Europeos en España, como programas, carpetas, enaras, carteles o frontis. Le sigue **la Consejería de Políticas Sociales y Familia** y a continuación a mucha distancia, los órganos gestores que más soportes publicitarios utilizan son la DG Investigación e Innovación Tecnológica y Madrid Digital con una contribución de ambos del 7%, seguidos por la DGEEyC (5%) y Metro de Madrid (2%). Los soportes publicitarios más empleados por todos los órganos gestores son los carteles informativos de la cofinanciación de las actuaciones, seguidos de los roll ups y soportes publicitarios en actos de promoción, así como etiquetas. Hay que señalar que el resto de gestores no hacen uso de esta medida de comunicación.
- En el caso del **indicador de realización 6, N° de documentación interna distribuida**, en este caso el grado de ejecución es de un 68%. Sin embargo, el resultado vinculado a este producto, **% de organismos cubiertos**, permite afirmar que, de forma coherente al positivo grado de avance del valor del indicador, se ha logrado cubrir a todos los organismos. Por lo tanto, este comportamiento positivo invita a pensar que al final del periodo se alcanzarán los hitos que se han previsto.

Este indicador hace referencia a la documentación emitida tanto por parte de la AG hacia el OI como por parte de éste hacia los organismos gestores, como también de estos hacia los beneficiarios. En este sentido, se observa que los organismos que más documentación interna distribuyen son la **Autoridad de Gestión del FEDER**, con un 56%, referentes a presentaciones de documentos estratégicos y programáticos como el Acuerdo de Asociación, de metodologías de cálculo de indicadores, del funcionamiento y avances de la aplicación informática FONDOS 2020, de la situación de los Comités de Seguimiento de los PO, entre otros muy variados, todo ello en cumplimiento de sus obligaciones de traslación de instrucciones para el cumplimiento de las obligaciones en materia de información y comunicación de arriba hacia abajo a los distintos agentes que intervienen en la comunicación de las actuaciones. En cuanto a los gestores que más documentación interna han distribuido han sido la DG de Investigación e Innovación Tecnológica (24%) que ha dado de alta correos electrónicos, instrucciones y actas de reuniones, seguida a gran distancia por la DGEEyC, con la documentación administrativa generada durante la instrucción de los expedientes de subvención del Programa Industria 4.0 El resto de órganos gestores no emiten documentación interna.

- Por último, se aborda el único indicador que ya ha alcanzado la meta programada para todo el periodo de programación, que es el **número 7**, con el que se mide el **“Nº de redes de información y publicidad”** habiéndose puesto en marcha las Redes establecidas tanto a nivel europeo como a nivel nacional. Se observa que en este indicador hay programadas tres redes de comunicación y que, a tenor de lo reflejado en la aplicación INFOCO2014, se reflejan solamente dos: GERIP e INFORM, aunque la primera se encuentra grabada en la aplicación con dos nombres similares pero distintos y, por tanto, la aplicación la contabiliza como dos redes distintas, si bien se trata de la misma. Ateniéndose a esto, se entiende que el grado de ejecución de este indicador se encontraría en el 66,6% y no del 100%, como se desprende estrictamente de lo volcado en INFOCO 2014. Es necesario, por tanto, incluir la red RIFEM, regional de la Comunidad de Madrid y una vez que se haga esto, este indicador sí habría alcanzado un nivel de ejecución del 100%, puesto que son 3 las redes existentes: GERIP, INFORM y RIFEM.

### Valoración de la contribución de los organismos implicados al cumplimiento de los objetivos de la Estrategia de Comunicación

El logro de los objetivos de la Estrategia de Comunicación depende de la contribución que los diferentes organismos que participan en la misma hacen en los factores clave de los que depende el éxito de la misma, como son:

- El grado de participación en la ejecución de las medidas recogidas en la Estrategia de Comunicación, medido a través de la contribución a los indicadores de comunicación (visto en el apartado anterior).
- El número de Buenas Prácticas presentadas y aprobadas.
- La calidad de la información reportada de los indicadores para su posterior almacenamiento en INFOCO 2014.
- El nivel de ejecución financiera del organismo gestor con respecto al total de la Estrategia de Comunicación, ponderada por su peso relativo en los PO.

- La disposición del Portal Web Único, así como la existencia y calidad de las páginas Web.
- El papel desempeñado a la hora de difundir la lista de operaciones.

### [El grado de participación en la ejecución de las medidas recogidas en la Estrategia de Comunicación, medido a través de la contribución a los indicadores de comunicación](#)

---

Una vez analizada la situación global de los indicadores y la contribución al avance de cada uno por los distintos organismos, así como la calidad de la información sobre los mismos que se ha volcado en INFOCO, a continuación, se va a establecer un ranking entre los organismos que son responsables y realizan actuaciones de información y comunicación del PO FEDER de la Comunidad de Madrid 2014-2020.

Previamente hay que matizar en este punto que hay que tener en cuenta las limitaciones metodológicas ya referenciadas previamente relativas al grado de maduración de los proyectos que viene afectado por el propio método de gestión que esté desarrollando, así como el hecho de que no se esté considerando el volumen financiero y de número de actuaciones que gestiona cada gestor en la elaboración del ranking. Estos dos criterios no se encuentran entre los utilizados para elaborar el ranking con el resultado de suponer una limitación metodológica.

**El ranking por organismos teniendo en cuenta este criterio como conclusión de todo el apartado es el siguiente:**

- a) Organismos que destacan favorablemente por su contribución al grado de avance de los indicadores de comunicación:
  1. La Autoridad de Gestión del FEDER, cuya contribución al avance de los indicadores que alimenta resulta definitiva para el grado de avance de todos ellos.
  2. DG de Investigación e Innovación Tecnológica, por la cantidad de actuaciones volcadas, que ha contribuido en gran medida al avance de todos los indicadores y la completitud de los datos aportados.
  3. La DG de Economía, Estadística y Competitividad, que ha realizado varias actividades y públicos y actuaciones de difusión, solo por detrás del gestor anterior en este ranking. Destaca asimismo en cuanto a instrucciones que ha trasladado en cuanto a documentación interna distribuida.
- b) Organismos de contribución moderada al grado de avance de los indicadores de comunicación:
  4. Consejería de Políticas Sociales y Familia, que destaca positivamente por el uso tan significativo que ha realizado de los soportes publicitarios, por encima del resto de gestores y solo detrás de la AG del FEDER, herramienta que tiene un alto potencial de difusión, pero sin embargo no contribuye a alimentar todos los indicadores.

5. Metro de Madrid, que ha realizado un número intermedio de actividades y actos públicos y contribuye moderadamente al avance del resto de indicadores.
  6. Canal de Isabel II, que aglutina a un gran número de asistentes en las actuaciones de difusión que ha desarrollado y se diferencia del resto en el número de puntos de distribución.
  7. Madrid Digital, cuya contribución es menos significativa, pero destaca por el número de soportes publicitarios de los que hace uso.
- c) Organismos cuya contribución al grado de avance de los indicadores de comunicación presenta un amplio grado de mejora:
8. Organismo Intermedio, que solo alimenta el indicador de número de páginas web y número de visitas, debido a, como éste mismo ha manifestado y se ha comentado en otros apartados del informe, la complejización de la gestión en este período de programación, que ha repercutido directamente también en las obligaciones de información y comunicación. Todo ello hace que se encuentre en este grupo, pudiendo mejorar en la contribución al avance y volcado del resto de indicadores.
  9. Agencia de la Vivienda Social de la Comunidad de Madrid (AVS), que es el organismo gestor del Programa que ha volcado una menor carga de información ya que, hasta el momento, solo ha aportado información en 2018.

#### Contribución de los organismos en cuanto al criterio de número de Buenas Prácticas aprobadas.

Las Buenas Prácticas, constituyen tal y como se indicó en la primera reunión del GERIP al inicio del período, como una “pata” más de la aplicación de los fondos en la región y en que el punto de partida para el nuevo período en este ámbito debía centrarse en la presentación de las Buenas Prácticas de Actuaciones cofinanciadas desde el momento inicial en que se empiecen a llevar a cabo las mismas. Se trata del primer criterio para que una actuación sea una buena práctica es que se haya difundido de forma adecuada el papel de los fondos europeos y el valor añadido de los mismos en la puesta en práctica de la actuación.

La obligatoriedad de presentar Buenas Prácticas consiste en que cada Organismo debía presentar, al menos, una Buena Práctica al año, pero se insistió en que esta cifra era un mínimo, porque cada Organismo deberá hacer su propia programación para que, cuando acabe el Período de Programación se hayan presentado actuaciones por al menos el 50% de la Ayuda FEDER que ese organismo haya recibido.

Concretamente, en la Estrategia de Comunicación del PO FEDER 2014-2020 de la CAM, únicamente tres Organismos Gestores han identificado y validado una Buena Práctica en lo que va de período de programación, estos son: Metro de Madrid, Agencia para la Administración Digital de la Comunidad de Madrid y Canal de Isabel II.

Esta situación dista considerablemente de la situación más idónea en la que todos los organismos, al menos, hubieran presentado una buena práctica. Y además, en términos generales, se ha de impulsar notablemente un mayor progreso de este aspecto lo antes posible.

## **El ranking por organismos teniendo en cuenta este criterio como conclusión de todo el**

### [Contribución de los organismos en cuanto a la calidad de la información reportada de los indicadores para su posterior almacenamiento en INFOCO 2014.](#)

En análisis de la contribución de cada organismo al avance de los indicadores también va complementarse con la valoración de la calidad de los indicadores en cuanto cómo se registran en la aplicación informática INFOCO. Se aborda a continuación la valoración de la **calidad en el sentido de la comprensión de las actuaciones volcadas en INFOCO**. Se han revisado los siguientes aspectos:

- Si la redacción de la actividad de comunicación es **comprensible** y se **evita el uso de acrónimos y siglas**, que dificulten la comprensión. Se valora si las actuaciones volcadas en INFOCO incluyen una **descripción breve pero detallada** que refleja claramente el contenido de cada una de ellas, sin dar lugar a interpretaciones equívocas y definiendo y permitiendo comprobar su encuadre en cada indicador de comunicación. De este modo, no hay lugar a dudas sobre la interpretación e identificación de la actuación. Asimismo, se comprueba si **se evita el empleo de acrónimos y siglas**, salvo el caso de las propias del Fondo (FEDER) que se utiliza por razones de economía de espacio, al ser inequívoco y suficientemente conocido su significado.

En el caso de la Estrategia de Comunicación del PO FEDER de la Comunidad de Madrid, en términos generales, la comprensión de las actuaciones es buena, sin embargo, sí se utilizan en ocasiones acrónimos, aunque su proporción del total no es tan elevada como para dificultar la comprensión global de las actuaciones. No obstante, se considera negativo el hecho de que se hayan dado algunas anomalías en la recopilación de los indicadores referentes a un número limitado de actuaciones, consistentes en que no pueden ser vinculadas con algunos de los organismos gestores, es decir, en una proporción limitada de actuaciones no es posible conocer cuál es gestor que las ha liderado. Se trata de **una situación anómala** y que ha de ser revisada con la mayor rapidez posible que, no obstante, no desdibuja los datos globales de los indicadores, y por tanto no desautoriza los resultados del análisis.

- La **relación de las actividades** con la comunicación del FEDER es **clara**.

En el caso de la descripción de las actividades volcada en INFOCO, se debería mencionar la cofinanciación por el FEDER en el nombre de la actuación o incluirla en la descripción de la misma, lo que actualmente no sucede en la mayoría de las actuaciones volcadas, por lo que se recomienda que ésa se revise y de ahora en adelante se vuelque conforme a estas premisas.

### [El nivel de ejecución financiera del organismo gestor con respecto al total de la Estrategia de Comunicación, ponderada por su peso relativo en los PO.](#)

Para este criterio se valora el importe de ejecución financiera que se ha producido teniendo en cuenta la fecha de referencia de la evaluación con respecto al montante total de la estrategia. Se valorará comparativamente cuáles de los organismos han ejecutado un mayor montante financiero. El equipo

evaluador considera que este análisis debería complementarse adicionalmente con una ponderación con el nivel de ejecución de las actuaciones de cada gestor.

Como ya se indica en el apartado anterior y por las razones que se aducen, hay que tener en cuenta de que la mayoría de las actuaciones no tienen montante especificado y que hay gestores que no han especificado gasto alguno de ninguna actuación durante todo el periodo como es Metro de Madrid, la Consejería de Políticas Sociales y Familia o la Agencia de la Vivienda Social de la Comunidad de Madrid.

En términos globales el grado de ejecución que se produce, se refiere al total del gasto realizado en materia de información y comunicación de las distintas actuaciones programadas dentro de la Estrategia de Comunicación en relación con lo previsto en ésta. El porcentaje de lo realizado entre lo previsto reflejado en INFOCO, al referirse, como ya se ha explicado, únicamente a las actuaciones de información y comunicación cuyo coste puede individualizarse al sobrepasar lo estrictamente reglamentario, es muy discreto, ya que tan solo **supone el 5% del total previsto en la Estrategia de Comunicación**. Esto se debe sobre todo a una desviación latente entre la realización y el déficit en el reporte los datos relativos al importe de las actuaciones de información y comunicación, por las razones anteriormente explicadas. Como ya se ha indicado, en aras de homogeneizar la información que se vuelca en INFOCO y en línea con la recomendación anterior, el equipo evaluador debe pronunciarse en el mismo sentido.

#### La disposición del Portal Web Único, así como la existencia y calidad de las páginas Web.

Para este criterio se valorará: *Siguiendo el manual recopilatorio de cuestiones de tipo práctico para los beneficiarios/as en materia de comunicación 2014-2020: las páginas web de los organismos beneficiarios públicos y/o intermediarios frente a beneficiarios/as privados, a los efectos de la obligación de tener un portal web único en España, que será en el caso de FEDER el de la Dirección General de Fondos Comunitarios del Ministerio de Hacienda, deberán contener un apartado específico para proporcionar información sobre la Política Regional, los Programas Operativos y sus propias operaciones apoyadas a través de los mismos y se hará especial mención a las Buenas Prácticas de actividades cofinanciadas. A esos apartados específicos se podrá acceder a través de enlaces desde el portal web único.*

**En cuanto a la AG**, se valora positivamente que está cumpliendo con las obligaciones que le compete en cuanto a este criterio puesto que mantiene dicho portal web único, cuya estructura y contenido da respuesta a los requisitos acordados en el seno del GERIP.

**En cuanto al OI**, se valora positivamente que mantiene disponible una página web que contiene toda la información reglamentaria relativa a los Fondos Estructurales y en particular al PO FEDER 2014-2020 de la CAM. La estructura del portal web cumple con lo acordado en el seno del GERIP, al encontrarse un menú subdividido en los campos: Programación, Gestión y Seguimiento e Información y Comunicación siguiendo las instrucciones recibidas de dicha Red. Entre los documentos que pueden consultarse se encuentra el propio Programa Operativo y la Estrategia de Comunicación. También se encuentra un enlace al listado de operaciones que se encuentra colgado en la web de la Autoridad de Gestión, así como los Informes Anuales de Ejecución desde la anualidad 2015. Las Buenas Prácticas se encuentran diferenciadas en el menú principal, a la altura de cada uno de los Fondos, estando disponible el enlace a la web de la Autoridad de Gestión donde se encuentran los

Informes de Buenas Prácticas presentadas dentro del Programa Operativo FEDER 2014-2020 de la Comunidad de Madrid.

**Por lo que se refiere a los órganos gestores**, de los siete Organismos Gestores que participan en el PO, 3 de ellos aún no se encuentran en disposición de afirmar que disponen de Página web. Estos son, la Agencia para la Administración Digital de la Comunidad de Madrid (MADRID DIGITAL), la Agencia de la Vivienda Social de la CAM y de Dirección General de Investigación e Innovación Tecnológica (DGII). Esta situación se valora negativamente en tanto en cuanto, la inoperatividad de una página web vinculada con el FEDER está limitando la capacidad y el impacto de informar sobre las actividades cofinanciadas. Por lo tanto, se recomienda subsanar esta desviación en el menor tiempo posible.

En cuanto a la estructura de configuración de la página web, en general todos los organismos gestores **no tienen páginas web con una estructura armonizada** y dirigida como se requiere en la que se destaquen los contenidos por: programación, gestión, evaluación y comunicación. Es importante realizar un seguimiento sobre esta cuestión y subsanar esta desviación lo antes posible ya que, si bien el Organismo Intermedio ha dado instrucciones claras y precisas en este aspecto, **no ha sido posible homogeneizar aún esta cuestión**. Por lo tanto, se trata de un aspecto que se hace extensivo a todos los organismos y que hay que mejorar en el corto plazo. Esta situación ha derivado en que tampoco exista rastro de aquella información sobre las actuaciones que están siendo cofinanciadas.

Por lo tanto, además de adecuar la estructura de la página web de los organismos gestores es necesario que éstas estén dotadas del contenido mínimo que permita extender la comunicación de las actuaciones que se están llevando a cabo en el marco de este programa.

#### [El papel desempeñado a la hora de difundir la lista de operaciones.](#)

Se ha comprobado si se cumple con la obligación de mantener este listado actualizado, completo, con la descripción de las actuaciones de todos los órganos gestores que no dé lugar a equívocos y que el acceso desde la página web de la Autoridad de Gestión esté operativo y vigente.

La Autoridad de Gestión FEDER actualiza semanalmente y en los tres formatos previstos, la **lista de operaciones** con la información de las actuaciones seleccionadas en Fondos 2020, incluyendo todos los contenidos que se establecen en el Anexo XII del Reglamento de Disposiciones Comunes. En el Portal Web Único aparecen todas las operaciones certificadas con todos los campos cumplimentados. Por todo ello, debe valorarse positivamente, al asegurar la transparencia de la información relativa a las operaciones desarrolladas en el marco de los Programas Operativo FEDER. Por esto se valora muy positivamente su papel en este ámbito.

En el caso de la Comunidad de Madrid, a nivel general, se ha comprobado que se dan estos extremos, estando el listado de operaciones completamente actualizado e incluyendo toda la información que solicitan todos los campos del mismo. La descripción de las actuaciones es sucinta, pero no se utilizan acrónimos ni siglas y su interpretación es unívoca, por lo que se está cumpliendo la obligación relativa a este punto en materia de información y comunicación. Este listado también es un elemento de visualización importante de las actuaciones que se llevan a cabo en el marco del PO FEDER regional de la CAM, por lo que es relevante y un dato positivo que se esté cumpliendo esta obligación.

En este sentido, existen algunos organismos, que destacan favorablemente en cuanto a la información aportada sobre sus actuaciones, destacando por la profusión y detalle en el resumen de las actuaciones, aprovechando el potencial de difusión del Listado, como son Madrid Digital, la DG de Economía, Estadística y Competitividad y la Agencia de la Vivienda Social de la Comunidad de Madrid (AVS).

El resto de organismos presentan una descripción más escueta en este aspecto, aun en línea con la alta calidad de la información volcada en el Listado, que se ha comentado anteriormente y son: el Organismo Intermedio, Metro de Madrid, Canal de Isabel II, la DG de Investigación e Innovación Tecnológica y la Consejería de Políticas Sociales y Familia.

### RANKING GENERAL ENTRE ORGANISMOS TENIENDO EN CUENTA TODOS LOS CRITERIOS ANTERIORES Y SU CLASIFICACIÓN EN CUANTO A CADA UNO DE ELLOS.

Atendiendo a la contribución de los organismos a la totalidad de los criterios anteriormente señalados, a continuación, se establece una clasificación general de todos los organismos, incluidos la AG y el Organismo Intermedio, que permite conocer el estado de todos ellos con respecto de los mismos. No obstante, entre aquellos que muestran elementos de mejora es importante subrayar que esta evaluación es **una evaluación intermedia** y que con el presente análisis se pretende ofrecer una **situación actualizada del cumplimiento de las obligaciones** por parte de los organismos y **establecer recomendaciones operativas** que permitan una mejora de su actividad para que ésta sea adecuada al final del período de programación y que esta mejora pueda ser validada en la evaluación final de la Estrategia de Comunicación, a realizarse en 2022.

Aquellos **organismos que presentan un comportamiento más favorable comparativamente** al resto de organismos de la Estrategia en términos generales son:

#### **1. Dirección General de Investigación e Innovación Tecnológica (DGII)**

Este organismo muestra similitudes con el organismo anterior, ya que, con respecto a su actividad, este organismo también presenta un **proceso de rendición** de cuentas acorde con lo exigido puesto que alimenta cada uno de **los indicadores de comunicación correctamente**. Esta cuestión es la cuestión más reseñable y mejor valorado en el conjunto de criterios considerados.

Asimismo, este gestor ha identificado una Buena Práctica vinculada con su actividad, que trata de una actividad necesaria no solo para visibilizar su actividad sino para rendir cuentas a través de los mecanismos establecidos, si bien ésta se encuentra a fecha de elaboración de la presente evaluación pendiente de validación por la Autoridad de Gestión.

Así mismo, también es fundamental que este organismo disponga de una página web en orden, no solo referenciando y haciendo accesible su actividad vinculada con fondos sino acogándose a la estructura acordada en el GERIP.

#### **2. DG Fondos Europeos (Ministerio de Hacienda):**

El comportamiento de la Autoridad de Gestión relativo a la visibilización de las actividades realizadas en el marco del PO FEDER de esta comunidad es muy satisfactorio. Ha volcado la información necesaria de aquellos indicadores de comunicación que alimentan el conjunto de la Estrategia de

Comunicación, y además es un ejemplo positivo de página web, no solo por su estructura, sino por el contenido que se desprende de ella, cumpliendo con la obligación de portal web único.

Por lo tanto, se valora positivamente la incidencia de este organismo sobre el conjunto de la Estrategia de Comunicación de la Comunidad Autónoma de Madrid, constituyendo un ejemplo de buena praxis para el resto de organismos.

### **3. Canal de Isabel II:**

Este organismo ha recogido e identificado una Buena Práctica en el marco de la Estrategia de Comunicación, lo que representa el mejor instrumento para visibilizar las actuaciones que están siendo cofinanciadas. Pese a que en este momento no cumple la obligación de haber recogido una buena práctica por año, es uno de los pocos organismos que, al menos, dispone de una de ella.

Por otro lado, este organismo ha mostrado un comportamiento favorable en cuanto a alimentar los diferentes indicadores de comunicación, sin embargo, se observa un déficit en la rendición de cuentas de los indicadores ya que no todos están siendo informados. Se desconoce el porqué de esta situación por lo que se insta a regularizar esta situación con la mayor brevedad posible.

Por último, este organismo dispone de Portal Web referenciado al Fondo FEDER, sin embargo, dicha página no supone un instrumento alineado con los requisitos acordados, ya que ni obedece a la estructura acordada por el GERIP, ni muestra contenido suficiente para la publicidad de su actividad (no existe, entre otros documentos, un listado de operaciones). Por lo tanto, se anima a adecuar dicha estructura y dotarla de contenido suficiente.

### **4. Metro de Madrid:**

Este organismo muestra características similares al anterior (Canal de Isabel II). Se trata de un organismo que ha trabajado en visibilizar su actividad identificando dos Buenas Prácticas hasta el momento, una de las cuales se encuentra aún pendiente de validación por la Autoridad de Gestión. Sin embargo, este organismo tampoco recoge la totalidad de los indicadores sobre los que ha de rendir cuentas y tampoco cuenta con una página web estructurada y dotada de contenido válido a efectos de cumplimiento de las obligaciones establecidas reglamentariamente en materia de información y comunicación.

Por lo tanto, como ya se ha destacado en el organismo anterior, es importante no solo recoger y facilitar la información relativa a todos los indicadores de comunicación, sino que es importante una nueva estructuración de la página web de este organismo, dotándola de la estructura necesaria y emblemas preceptivos, así como de contenido que permita visibilizar su actividad.

Siguiendo con la presente clasificación, entre **aquellos organismos que muestran un comportamiento moderado** se observa a:

## **5. Agencia para la Administración Digital de la Comunidad de Madrid (MADRID DIGITAL):**

Si bien en el caso de este organismo se ha realizado un esfuerzo por visibilizar su actividad a través de la identificación y validación de una buena práctica, se observa que es preciso que mejore su rendimiento en otros aspectos, como se describe a continuación.

Por un lado, es necesario que de **manera inminente este organismo genere una página web vinculada a su participación en los FEIE**, ya que hasta el momento cuenta con su página web propia pero no está vinculada con su actividad en el marco de los Fondos Europeos.

Así mismo, urge la necesidad de que este organismo **visibilice sus actividades de información y comunicación alimentando convenientemente aquellos indicadores necesarios**. Hasta el momento, si bien cuenta con una actividad positiva comparativamente al resto de organismos liderando el *mayor porcentaje de actividades de difusión*, se observa que su rendición de cuentas es insuficiente ya que no muestra el conjunto de su actividad debido a que no ha aportado la información para la cumplimentación de todos los indicadores necesarios.

## **6. Dirección General de Economía, Estadística y Competitividad (DGEEyC)**

Este organismo **cuenta con una página web** a través de la que se difunden las actividades vinculadas a los fondos europeos, sin embargo, **su estructura no responde a la estructura acordada** en el seno del GERIP y por lo tanto la difusión es posible que no esté obteniendo los mejores resultados en el sentido de que estos puedan vincularse a la actividad bajo el paraguas de los Fondos Europeos.

Por otro lado, la actividad de este organismo muestra un **adecuado proceso de rendición de cuentas** en tanto en cuanto presenta **información completa en todos los indicadores de comunicación**.

Sin embargo, muestra un amplio margen de mejora en cuanto a la **necesidad de identificar y validar buenas prácticas** vinculadas con su actividad, ya que hasta el momento no se ha elaborado ninguna. Este hecho es un aspecto de mejora sustancial, porque tal y como se ha señalado, a través de la identificación de las buenas prácticas se establece un canal que visibiliza adecuadamente la actividad realizada gracias a los Fondos Europeos.

## **7. DG de Presupuestos de la Consejería de Hacienda y Función Pública de la Comunidad de Madrid (OI):**

Atendiendo a los diferentes criterios que han sido tenidos en cuenta para realizar la presente clasificación, se considera que el Organismo Intermedio, se encuentra también en una posición intermedia en la que existen una serie de puntos sobre los que pueden establecerse recomendaciones con el objetivo de alinear más su actividad con las responsabilidades que lidera.

Como aspectos positivos destacan que este organismo **tiene una página web** que además de **responder a la estructura recomendada en el seno del GERIP**, ésta responde a la estructura acordada en el seno del GERIP y presenta un **contenido adecuado** para profundizar sobre la actividad del Programa. No obstante, se recomienda una actualización en el volcado de

documentación ya que en el momento de la presente evaluación se observa cierto retraso en la publicación. Asimismo hay que destacar que, como Organismo Intermedio y como se explicará con más detalle en el siguiente epígrafe 4.3 de este Informe, desarrolla una serie de obligaciones en materia de información y comunicación que le son propias, de forma satisfactoria, como la creación y mantenimiento de un sistema de coordinación en la materia, el impulso de una Red Regional en este ámbito (red RIFEM) o la elaboración y traslación de instrucciones a los gestores para facilitarles en cumplimiento con sus obligaciones en esta materia, que son altamente valoradas en cuanto a utilidad y conocimiento.

En contrapartida, se considera **altamente necesario que el OI reporte toda la información necesaria para alimentar los diferentes indicadores de comunicación** ya que se trata del organismo de referencia para el resto y como tal ha de liderar esta cuestión que en este momento es insuficiente.

Por último, se identifican aquellos **organismos con amplio margen de mejora** en sus actividades en materia de comunicación:

#### **8. Agencia de Vivienda Social de la Comunidad de Madrid (AVSCM)**

En este caso, es necesario que el presente organismo **revise su sistema de información de los indicadores de comunicación** y complete todos los campos. Es fundamental que en el corto plazo este organismo identifique **buenas prácticas** vinculadas a su actividad y que además **genere una página web propia** con aquellas referencias y contenidos de su actividad ligada a los Fondos Estructurales, ya que en este momento únicamente deriva a la web del OI.

#### **9. Consejería de Políticas Sociales y Familia**

Finalmente, en esta clasificación se incluye a este organismo ya que **ha de impulsar todas sus obligaciones en cuento a la obligación de identificar buenas prácticas, adecuar la página web** que tiene a la estructura recomendada por el GERIP y complementariamente dotarla de contenido. Por último, ha de **realizar un esfuerzo por completar toda la información que alimenta los indicadores de comunicación** que son obligatorios para todos.

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

El objetivo de este apartado es analizar si se está produciendo la aportación de la información necesaria acerca de la aplicación de la Estrategia de Comunicación de manera periódica.

- ❑ Documento de modificaciones de la Estrategia de Comunicación, que incluye una previsión de las actuaciones de comunicación que está previsto realizar durante para el año siguiente y, en su caso, los cambios que se proponen en determinados aspectos de la Estrategia, tales como los cambios de responsables de comunicación, la incorporación de nuevos organismos gestores, así como la propuesta de cambios en la previsión de indicadores de comunicación.
- ❑ Anexo de comunicación, que acompaña a los informes de ejecución. Su contenido se ha acordado por el GERIP, y comprende el avance de la ejecución financiera de los PO, el avance de los indicadores de realización, así como el informe de Buenas Prácticas de una actuación seleccionada entre las que han sido validadas por la Autoridad de Gestión durante el periodo.
- ❑ Informe para la ciudadanía, que se presenta conjuntamente con los informes anuales de ejecución de ambos Programas Operativos, y que incluye el informe tanto anual como global del cuadro de indicadores de INFOCO2014 con un breve análisis de su evolución, información sobre Portal web único, la lista de operaciones y sobre el Acto Anual de Comunicación de la Autoridad de Gestión. A continuación, se incluye un apartado que incluye todos los informes de Buenas Prácticas de Actuaciones cofinanciadas que han sido validadas por la Autoridad de Gestión en el periodo.

#### **Documento de modificaciones de la Estrategia de Comunicación**

En primer lugar, los diferentes Informes Anuales de Ejecución (en adelante, IAE) correspondientes a las anualidades de 2016, 2017 y 2018 contienen un punto específico (apartado 12.2 “Resultados de las medidas de información y publicidad de los Fondos aplicadas conforme a la estrategia de comunicación”), en el que se recogen las actividades en materia de información y publicidad que se han puesto en marcha a lo largo de ese año en aplicación de la Estrategia de Comunicación del Programa Operativo FEDER 2014-2020 de la Comunidad de Madrid a través de los datos que cada organismo vuelca en la plataforma INFOCO2014 y la descripción de las propias actuaciones.

En el caso del IAE de 2015, en el apartado de “Resultados de las medidas de información y publicidad de los Fondos aplicadas conforme a la estrategia de comunicación” no se incluye esta información, ya que la Estrategia de Comunicación se aprobó después de la aprobación del Programa Operativo del FEDER 2014-2020 de la Comunidad de Madrid, ya en el año 2016.

#### **Anexo de Comunicación**

En los casos de los IAE de las anualidades 2016, 2017 y 2018 remite para recoger la información referida en el párrafo anterior sobre el avance de las medidas de comunicación y estado de los indicadores de comunicación al Anexo de Comunicación, incluido al final de dichos documentos.

El Anexo de Comunicación recoge también la información relativa a las Buenas Prácticas, a excepción de en el relativo al IAE de 2017, ya que su validación fue posterior, correspondiendo a la anualidad

2018, por lo que sí se incluye en el Anexo de Comunicación que acompaña al IAE correspondiente a ésta.

El Anexo de comunicación, además de poderse encontrar al final de los IAEs también encuentra en la página web de Fondos Europeos del Organismo Intermedio, a través de un enlace web diferenciado, lo que facilita el acceso al mismo, por lo que se aprovecha en mayor medida su potencial de difusión.

### **Resumen para la Ciudadanía**

En cuanto al Resumen para la Ciudadanía, también se incluye como Anexo en los distintos IAEs incluido el de la primera anualidad 2014-2015. Asimismo, en la página web de la Autoridad de Gestión del FEDER se puede acceder al mismo de forma individualizada a través de un enlace web diferenciado del que conduce a los IAE. De este modo se aprovecha el potencial de comunicación de este instrumento al facilitar su acceso y consulta por parte del público en general.

Por todo lo mencionado en este apartado, se puede afirmar que en los distintos Informes Anuales de Ejecución se aporta la información requerida en materia de comunicación sobre las actividades de información y publicidad llevadas a cabo en cada anualidad dentro del marco de este PO FEDER 2014-2020, a excepción de la información relativa a las buenas prácticas, que se incluye desde el momento de su validación, a partir del IAE 2018, en su correspondiente Anexo de Comunicación.

Como valoración, por parte del equipo evaluador hay que destacar que la propia existencia de un instrumento que facilita el seguimiento de las actuaciones, como son los Informes Anuales de Ejecución, también contribuye a la visibilización de las mismas al presentar información sobre su vertiente de información y comunicación por lo que es, en sí mismo, otro canal de comunicación. Destaca positivamente por parte del equipo evaluador el empleo de elementos visuales como gráficos y fotografías en el anexo en que se recogen las Buenas Prácticas, haciendo uso de este canal y ampliando la capacidad de comunicación que éste presenta.

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

A través del seguimiento de los procesos y acciones ejecutadas en materia de información y comunicación dentro de la Estrategia de Comunicación de la Comunidad de Madrid dentro del PO FEDER 2014-2020 es posible detectar las posibles incidencias, necesidades o problemas que se hayan producido, así como encontrar sus causas y posibles soluciones, y comprender los niveles de realización alcanzados, así como los resultados e impactos globales.

Con esta finalidad, a continuación, se analizan una serie de aspectos clave referidos a la calidad de la ejecución de las medidas. La información que alimenta estos apartados se obtiene de las entrevistas realizadas mediante cuestionario a los organismos gestores, así como de los Grupos de Discusión celebrados.

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

En la actual Estrategia de Comunicación del PO FEDER 2014-2020 se han tenido en cuenta las conclusiones y recomendaciones que se incluyeron en la Evaluación del Plan de Comunicación de la Comunidad de Madrid del anterior periodo 2007-2013. Una de estas fue la de formular una estrategia propia del FEDER con la que establecer un ajuste en las medidas y objetivos realizados, recomendación que se ha materializado en la elaboración de la Estrategia actual, lo que se valora de forma muy positiva por parte del equipo evaluador.

El nuevo sistema de seguimiento y ejecución de las distintas medidas en materia de comunicación incluido en la Estrategia, se ha desarrollado a través del documento elaborado con ese objetivo, denominado “Guía práctica para el cumplimiento de las obligaciones de información y comunicación en las actividades cofinanciadas por el FSE y el FEDER en los Programas Operativos de la Comunidad de Madrid, periodo de programación 2014-2020”, que se ha distribuido a todos los órganos gestores del Fondo. Asimismo, se definen y explican las pautas a adoptar tanto en la recopilación como el registro de los indicadores, así como en la detección e identificación de las Buenas Prácticas.

Adicionalmente, hay que destacar que el “Breve manual recopilatorio de cuestiones de tipo práctico para los beneficiarios/as en materia de comunicación 2014-2020”, elaborado por la Autoridad de Gestión del FEDER, se ha distribuido a todos los órganos gestores para facilitar la labor de recopilación de los mismos y que ha sido utilizado por ellos, tal como han puesto de manifiesto en los Grupos de Discusión.

Por tanto, se valora muy positivamente que el Organismo Intermedio ha elaborado un documento a modo de manual dirigido específicamente a los órganos gestores, con el fin de explicarles de forma concreta, práctica y adaptada a sus necesidades, las obligaciones reglamentarias en materia de información y comunicación, con el fin de ayudarles a que puedan cumplirlas de la manera más correcta posible. En esta misma línea de prestarles apoyo en esta labor, el equipo evaluador valora muy positivamente que se les haya difundido el “Breve manual recopilatorio de cuestiones de tipo práctico para los beneficiarios/as en materia de comunicación 2014-2020”, emitido por la Autoridad

de Gestión, documento que, además, ha sido considerado como muy útil por parte de los órganos gestores.

El seguimiento de las instrucciones es, no obstante, más irregular. Pese a las indicaciones contenidas en la Guía sobre el cálculo y reporte de los indicadores, el importe de las actuaciones de información y comunicación no se está reflejando de forma sistemática. Asimismo, no se cumple la obligación de establecimiento de una página web por gestor con la información necesaria relativa a su participación en el Fondo, ya que, como se detalla en el apartado 4.1 al principio del presente epígrafe, en el caso de dos gestores ésta no existe y en el resto no sigue la estructura preceptiva aprobada en el GERIP.

Por tanto, el seguimiento de las instrucciones por parte de los órganos gestores en cuando a reporte de indicadores y su volcado, así como el desarrollo de su página web es mejorable, con el fin de facilitar el seguimiento de la Estrategia, así como maximizar la visibilidad de las actuaciones cofinanciadas en el marco del PO.

Se otorga una relevancia importante a la pertenencia de los distintos organismos a una red de comunicación ya sea a ámbito nacional (GERIP) o ámbito regional (RIFEM). Esta última se constituyó en el período anterior y en el actual continua con su actividad. Todas las direcciones generales de FEDER y FSE han estado convocadas a las reuniones. La última reunión de la red producida en el marco temporal de la presente evaluación, a la que fueron convocados los organismos gestores tanto de FEDER como de FSE, se ha producido en marzo de 2019.

En las distintas reuniones realizadas para tratar los temas pertenecientes a la comunicación y a la publicidad de FEDER el objetivo es lograr una mayor coordinación y comunicación entre los distintos órganos gestores y con el Organismo Intermedio en esta materia. Un dato muy positivo que aporta la existencia de una red nacional como GERIP es la de mantener reuniones periódicas por parte del OI con la AG en materia de comunicación, lo que da pie a la realización de una estrategia común de comunicación entre los distintos actores implicados estableciendo unas pautas y criterios homogéneos, así como la transmisión vertical de la información desde la AG hacia los Organismos Intermedios y de estos hacia los órganos gestores.

El equipo evaluador valora positivamente la existencia de un red regional como RIFEM para facilitar y contribuir al cumplimiento de las obligaciones de información y comunicación si bien recomienda que la frecuencia de las reuniones de la misma se amplíe para maximizar las posibilidades que ésta ofrece, de forma que también mejore la coordinación, se propicie el mejor cumplimiento de las obligaciones y eventualmente, la tasa de utilidad y satisfacción con la calidad de la información aportada mejore. Actualmente es un instrumento que está infrautilizado dada la baja frecuencia de sus reuniones y podrían aprovecharse sus ventajas en mayor medida.

### *Calidad de los procedimientos establecidos.*

En cuanto a los procedimientos puestos en marcha destacan de forma positiva por un lado tal como se ha mencionado anteriormente, la emisión por parte del Organismo Intermedio de una “Guía práctica para el cumplimiento de las obligaciones de información y comunicación en las actividades cofinanciadas por el FSE y el FEDER en los Programas Operativos de la Comunidad de Madrid para el período de programación 2014-2020”. En ella, además de reflejarse de forma concreta las obligaciones de los órganos gestores para el cumplimiento de los requisitos establecidos

reglamentariamente en materia de información y comunicación, se aporta información práctica sobre la definición y forma de registro de los Indicadores de Comunicación, así como se explican los criterios para la identificación de las Buenas Prácticas. Se incluyen ejemplos para dicho cumplimiento, como por ejemplo modelos de convenios y subvenciones que cumplen con los requisitos de comunicación, ejemplos de placas, fotografías de carteles, entre otros. Asimismo, la Guía incluye un Anexo de normas gráficas para la correcta incorporación del emblema del Fondo.

Destaca la valoración que todos los órganos gestores realizan de la Guía, aduciendo que en ella encuentran información útil para cumplir con sus obligaciones en materia de información y comunicación, utilizándolo como elemento de consulta frecuente, sobre todo en lo que se refiere a la colocación del lema y el emblema del Fondo en los distintos soportes a través de los que se publicita la cofinanciación por parte del FEDER de la actuación de que se trate.

Adicionalmente, la existencia de la aplicación INFOCO2014 supone un avance a la hora de contabilizar los indicadores aportando, por sí misma, un mayor grado de calidad en los procedimientos establecidos para la gestión, seguimiento, control y evaluación de la Estrategia, en la medida en que permite hacer un seguimiento y evaluación de los mismos para determinar si las actuaciones que miden alcanzan los objetivos previstos, es decir, si cumplen eficazmente las funciones por las que fueron concebidos. Asimismo, gracias a la existencia de la herramienta INFOCO2014 para la incorporación de los valores de los distintos indicadores se facilita la unificación y homogeneización y el posterior seguimiento tanto conjunto como individualizado de las actuaciones de los actores que se incluyen dentro de este PO.

No obstante, el equipo evaluador debe valorar negativamente que siguen existiendo ciertos problemas a la hora de entender metodológicamente como se conforman los indicadores y su forma de medición, ya que en ocasiones se han interpretado erróneamente, lo que ha llevado a un registro erróneo de los mismos. Asimismo, por las razones que se han comentado a lo largo de los puntos anteriores, los datos financieros sobre el gasto ejecutado de las actuaciones de información y comunicación que se encuentran volcados en INFOCO se corresponden solo con un porcentaje de lo que efectivamente se está realizando en materia de información y comunicación de las actuaciones del Programa Operativo, lo que tiene un reflejo en que el porcentaje de ejecución con respecto a lo programado en la Estrategia de Comunicación sea reducido. Por parte del Organismo Intermedio se ha manifestado que la exhaustividad de los registros hace muy complicada la tarea para los gestores y el Organismo Intermedio.

El vuelco de información sobre los distintos indicadores en la herramienta se realiza anualmente y se detecta, como se ha comentado, que persisten muchas dudas sobre la interpretación de los mismos y sobre la manera en que se debe reportar la información en la aplicación. Se recomendaría, por tanto, que la carga de los datos de los indicadores se realice con mayor periodicidad al objeto de hacer un seguimiento más continuo de los indicadores de la Estrategia. De cara al próximo período de programación podría valorarse la integración de ambas plataformas de información y comunicación (INFOCO2014) y de gestión (Fondos 2020) para vincular ambos procesos y facilitar la gestión y volcado de la información relativa a comunicación, permitiendo descargas masivas de las fichas extraídas que actualmente se realizan en formato Excel y XML, ya que actualmente se debe mecanizar la información que aportan los gestores conllevando una doble carga de trabajo. De esta forma se conseguirían mayores sinergias y mayor seguridad en los registros, aprovechando los del actual período 2014-2020.

### *Asignación y adecuación de los recursos destinados a los aspectos de comunicación.*

En cuanto a los recursos económicos, como se ha señalado con anterioridad, el gasto invertido en las diferentes acciones de comunicación de este PO a 30 de junio de 2019 se encuentra lejos del presupuesto previsto para todo el periodo. Esto se debe a que, como norma general, no se registran los importes de las actuaciones de información y comunicación. La causa aducida para ello se refiere a la internalización de los costes de información y comunicación, que se unen a los de las propias actuaciones, lo que hace que los órganos gestores no diferencien ambos y que, por tanto, no los reflejen a la hora de registrar los indicadores en INFOCO2014, reflejando únicamente aquellos que pueden individualizarse y se refieren a las actuaciones que sobrepasan el contenido estrictamente reglamentario, todo lo cual se ha comentado profusamente anteriormente en este Informe. La recomendación a este respecto por parte del equipo evaluador va en línea de lo ya comentado previamente, relativo a la necesidad, en la medida de lo posible, de intentar reflejar los datos del coste de las actuaciones de información y comunicación, aun entendiendo que deberá estimarse, en la mayor parte de los casos.

En cuanto a la asignación de recursos humanos, como se ha mencionado anteriormente, todos los órganos gestores cuentan con una persona responsable de comunicación, siendo éstas quienes han participado en esta evaluación a través de los cuestionarios y los Grupos de Discusión. No obstante, no se trata de perfiles profesionales específicos de comunicación o periodismo. Los recursos asignados internamente a información y comunicación de la CAM parecen en principio suficientes si bien una mayor profesionalización de los perfiles responsables de comunicación redundaría en una mejora en el cumplimiento de las obligaciones de información y comunicación.

Por lo que se refiere a la Autoridad de Gestión del FEDER, cuenta solo con cuatro personas adscritas a la realización de las labores de información y comunicación, si bien, debido a la dotación de que dispone y, sobre todo, a la dilatada experiencia acumulada en esta materia, consigue dar respuesta eficaz a todas las cuestiones y obligaciones que le son propias, superando este hecho de no contar con recursos demasiado numerosos destinados a las labores de información y comunicación.

### *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 realizar 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 de las actuaciones cofinanciadas.

Además de esta aplicación, el OI del PO a través de la página web pone a disposición de los organismos gestores, beneficiarios, y público en general, toda la información referida al PO y su ejecución, a través de su página web, en la que se encuentra toda la información referente a los Fondos Estructurales y, en particular, al PO FEDER 2014-2020 de la Comunidad de Madrid, así como un enlace al listado de operaciones y las Buenas Prácticas.

### *Análisis sobre la concienciación de la ciudadanía sobre el FEDER.*

La percepción que tiene la ciudadanía sobre el hecho de que la UE invierte en la Comunidad de Madrid para el progreso económico y social es muy alta y se ha incrementado significativamente con respecto al período anterior, como se explica más detalladamente en el apartado 7 del presente Informe de Evaluación. La visión de los órganos intervinientes en la gestión del Programa Operativo es que esto puede deberse a que, si se deja de hacer publicidad de la UE para hacerla directamente sobre el fondo estructural correspondiente, es ahí donde se pierde la fuerza de la comunicación, puesto que la ciudadanía reconoce la marca “Europa” o “Unión Europea” pero está menos familiarizada con el concepto de Fondos Estructurales o FEDER en sí. Los datos de la encuesta a la ciudadanía corroboran este punto, arrojando un conocimiento más discreto del Fondo en concreto, tal como ocurre de forma generalizada en todas las CCAA. Esto puede deberse a que la noción o marca “Unión Europea” es mucho más reconocible que la de los distintos Fondos Estructurales, específicamente.

### *Cumplimiento de los objetivos de información y comunicación*

En conclusión, de todo lo anterior puede afirmarse que el cumplimiento de los objetivos de información y comunicación en el marco del PO FEDER 2014-2020 no es total, por lo que presenta ámbitos de mejora. Existen obligaciones que, si bien no son reglamentarias, se han concretado en el seno del GERIP y como tal se han trasladado a las CCAA y plasmado en la Guía metodológica, que no se están atendiendo, lo que es valorado negativamente por parte del equipo evaluador. Estas se refieren sobre todo al seguimiento de la metodología del cálculo de los indicadores de comunicación, su volcado con la calidad preceptiva, la obligación de establecimiento de una página web para cada gestor con la información completa con respecto a las actuaciones cofinanciadas por el FEDER que están realizando o la presentación de Buenas Prácticas al ritmo requerido de una Buena Práctica por gestor y año, que se está cumpliendo en su vertiente anual. Todo ello repercute en que el potencial de visibilización que ofrecen los instrumentos de información y comunicación no se esté aprovechando al máximo. No obstante, hay que destacar como dato positivo que el mensaje sí está llegando a la ciudadanía, ya que su conocimiento sobre el hecho de que la UE está destinando recursos al progreso económico y social de la Comunidad de Madrid es alto y se ha incrementado ampliamente con respecto al final del período anterior. Este es el objetivo final establecido en los reglamentos y en la propia Estrategia de Comunicación de las actuaciones de información y comunicación, por lo que, en ese sentido, sí se está alcanzando, aunque, como se ha dicho anteriormente, podría incrementarse si se atendieran todas las obligaciones preceptivas en la materia, maximizándose el potencial de visibilización de las actuaciones cofinanciadas.

Para mejorar la calidad de los sistemas de seguimiento que están puestos en marcha y dar cumplimiento a los objetivos de información y comunicación de forma más eficiente y, por tanto, presentando unos datos de mayor calidad, los órganos gestores proponen la creación de una plataforma *on line* en la que los diferentes actores pudieran intercambiar sus dudas a modo de “comunidad de conocimiento” y estas se resolvieran con más agilidad y en tiempo real. También se expone la posibilidad de abrir un canal de comunicación directo con quien se designe en el Organismo Intermedio para poder resolver las dudas surgidas en la aplicación de los requisitos en materia de información y comunicación.

También se propone la realización de charlas específicas en las que tratar los puntos sobre los que existe un mayor desconocimiento por parte de los diferentes actores que participan en el PO (ya sean los órganos gestores o los beneficiarios últimos de las actuaciones) y la realización de sesiones formativas sobre los criterios de información y comunicación y de la metodología utilizada para la interpretación de los diferentes indicadores y su medición.

Todas estas propuestas realizadas por los órganos gestores se valoran positivamente por el equipo evaluador, al provenir de un enfoque “de abajo a arriba” e ir orientadas a resolver específicamente las necesidades que ellos manifiestan para ayudarles a cumplir mejor con sus obligaciones. Dado que el grado de cumplimiento de los objetivos en materia de información y comunicación presenta puntos de mejora, atender estas recomendaciones en la medida de lo posible, por parte de todos los participantes en la Estrategia, se considera muy recomendable.

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

En este epígrafe se procede a valorar si la normativa en materia de comunicación se ha tenido en cuenta en los procesos de verificación y control y, en concreto, si se han incluido estas obligaciones en los procedimientos de control y si se han integrado en los listados de comprobación del control del artículo 125<sup>4</sup>.

Para este análisis se ha tenido en cuenta los modelos de las listas básicas de comprobación tanto administrativas como *in situ* utilizadas en las verificaciones y controles del Programa Operativo. Estas listas han sido facilitadas por el Organismo Intermedio como organismo responsable de la Estrategia de Comunicación. En todas ellas se incluyen ítems de verificación específicos para comprobar el cumplimiento de los requisitos de información y comunicación.

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?

En el caso de las verificaciones administrativas, el listado incluye la comprobación por parte del equipo que realiza las mismas del siguiente punto:

- ¿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?

Adicionalmente, se debe destacar que en la **aplicación Fondos 2020** se cumplimentan varias listas en las que se debe señalar, para cada operación que se declara, el cumplimiento de las obligaciones de comunicación: “2 LC \_ Solicitud de reembolso”, “3 LC \_ Criterios de selección de operaciones”, “26 LC \_ General proyecto” y “15 LC \_ VIS” (Visitas *in situ*). En el caso de la aplicación de FSE, los listados se cargan en ficheros informáticos.

El equipo evaluador ha revisado informes de verificación administrativa y sobre el terreno que cubren todos los Ejes del PO FEDER para los que el OI ha declarado gasto y a diversos órganos gestores. Todos ellos contienen un apartado relativo a la comprobación del cumplimiento de la información y la comunicación, así como un anexo que incluye evidencias fotográficas que soportan las conclusiones y el cumplimiento de la normativa relacionada con las obligaciones de información a la ciudadanía. En algunos de ellos hay que apuntar que, si bien se han detectado y como tal se han reflejado algunas incidencias menores en la materia, no han sido cuantificables y no han supuesto corrección financiera.

Una vez revisados los listados, la conclusión que se extrae es satisfactoria, pues se ha comprobado que **en los procesos de verificación y control del referido artículo 125 se ha tenido en cuenta la normativa en materia de comunicación** quedando constatado con el análisis de dichos listados de comprobación. Además, estos listados permiten verificar que las acciones ejecutadas en el marco de los PO han contemplado las obligaciones en materia de información y publicidad establecidas en

<sup>4</sup> Artículo 125 del Reglamento (UE) Nº 1303/2013.

la Estrategia de Comunicación, lo que facilita su seguimiento y evaluación, así como el establecimiento de una pista de auditoría, lo que se valora positivamente.

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

En este apartado se evalúa la presencia de los principios de igualdad de oportunidades en las diferentes medidas y actuaciones en materia de información y comunicación y publicidad enmarcadas dentro de la Estrategia de Comunicación del PO del FEDER Comunidad de Madrid 2014-2020.

Para poder llevar a cabo dicha evaluación se han tomado dos niveles de análisis, el primero tiene que ver con la inclusión en la Estrategia de Comunicación del PO FEDER de la Comunidad de Madrid del principio de igualdad de oportunidades y no discriminación, análisis que se ha llevado a cabo en el apartado 3.1.5 del presente Informe de Evaluación, y un segundo nivel, con el que comprobar la incorporación de estas medidas de igualdad de oportunidades en las distintas actuaciones realizadas en materia de información y comunicación en el marco de este PO, que se aborda a continuación.

En el segundo nivel de análisis se valora la inclusión de criterios que apoyen la aplicación de los principios de igualdad y no discriminación dentro de las actuaciones cofinanciadas por el FEDER dentro de este PO, con el objetivo de visibilizar, de cara a la opinión pública, la contribución del Fondo a la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres.

De forma transversal, hay que destacar que, en del BOCM del 25 de octubre de 2018 en el que se establecen los “Criterios de Selección y Orientaciones generales sobre las operaciones a cofinanciar en el marco de las estrategias seleccionadas” en el ANEXO V, se determina la necesidad de que estos sean transparentes y no discriminatorios y a su vez que se encuentren enmarcados sobre los principios horizontales de promoción de la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres y no discriminación y de desarrollo sostenible. Este aspecto se comprueba específicamente en las listas de verificaciones correspondientes al artículo 125 del reglamento de Disposiciones Comunes, ya que uno de los criterios que se verifican es: “¿La selección se ha efectuado mediante procedimientos transparentes y no discriminatorios y que tenían en cuenta los principios de igualdad entre hombres y mujeres y de desarrollo sostenible?”.

Tal como se ha explicado en el apartado 3.1.5 de este Informe, tanto la Estrategia de Comunicación como la Guía práctica para el cumplimiento de las obligaciones de información y comunicación en las actividades cofinanciadas por el FSE y el FEDER en los Programas Operativos de la Comunidad de Madrid para el período de programación 2014-2020 utilizan un lenguaje inclusivo y no sexista, en respeto del principio de igualdad entre mujeres y hombres. Asimismo, es conveniente destacar que el principio de igualdad de oportunidades es un criterio para la identificación de los proyectos que constituyen Buenas Prácticas dentro del Programa Operativo.

No obstante, la Estrategia no prevé, como ya se ha dicho, ni se llevan a cabo, por tanto, medidas específicas de aplicación del principio de igualdad de oportunidades en las actuaciones de información y comunicación que permitan, por un lado, atender las necesidades de las mujeres en el acceso a los distintos contenidos informativos ni tampoco medidas tendentes a informarles sobre sus posibilidades de participación como beneficiarias en los programas. Teniendo en cuenta que los Criterios de Selección de Operaciones son de obligatoria observación y aplicación en las mismas y por tanto, las operaciones cofinanciadas por el PO respetan este principio horizontal, esto, posteriormente, no se visibiliza a través de las medidas de información y comunicación. Por tanto, el principio de igualdad de oportunidades se está aplicando sólo en parte, situación que debería subsanarse.

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

A través de los indicadores de impacto definidos en la Guía Metodológica sobre las Evaluaciones de Comunicación de los Programas Operativos de FEDER y FSE, se extraen los logros y desafíos que se generan a raíz de la ejecución de actividades en materia de información y publicidad. Estos se obtienen del análisis de las respuestas obtenidas en la encuesta a la ciudadanía y en las entrevistas realizadas a los Órganos Gestores y/o Beneficiarios siguiendo el cuestionario facilitado en el anexo 4 de la *Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de los Programas Operativos del FEDER y del Fondo Social Europeo 2014-2020*. Los indicadores que se analizan son los siguientes:

1. Grado de conocimiento de las obligaciones
2. Tasa de satisfacción
3. Tasa de utilidad de las actuaciones
4. Grado de conocimiento de los distintos Fondos
5. Grado de conocimiento del papel desempeñado por la Unión Europea

Los tres primeros indicadores recogidos en la Guía hacen referencia al impacto interno de las actuaciones de información y comunicación y para analizarlo se ha tenido en cuenta la información aportada por los diferentes Órganos Gestores/beneficiarios de FEDER. Estos cuestionarios se han enviado vía correo electrónico a los distintos actores involucrados en materia de gestión y comunicación de la Comunidad de Madrid y han sido cumplimentados correctamente en su totalidad por la totalidad de los siete Órganos Gestores.

Los datos que alimentan los indicadores 4 y 5 que hacen referencia al impacto externo o sobre la ciudadanía, se han obtenido gracias a la información recogida con la “Encuesta a la ciudadanía” realizada a través de un CATI<sup>5</sup> o entrevista telefónica. La muestra de personas viene dada según los criterios establecidos en la guía de evaluación en base a la población mayor de 16 años residente en cada comunidad a través de un muestreo aleatorio sistemático, siendo en el caso de la Comunidad de Madrid de **853 personas**.

En la tabla a continuación, se muestran los datos de los cinco indicadores de impacto definidos, así como la comparativa con sus valores meta a 2023 y con los alcanzados en la evaluación de la Estrategia de Comunicación llevada a cabo al final del período de programación anterior (valores base).

---

<sup>5</sup> Computer Assisted Telephone Interview

INDICADORES DE IMPACTO	FEDER		
	BASE	2019	META
I.1 Grado de conocimiento de las obligaciones existentes	81%	82,46%	100%
I.2 Tasa de satisfacción respecto a la información facilitada	85%	63,7%	95%
I.3 Tasa de utilidad de las actuaciones	85%	73,8%	90%
I.4 Grado de conocimiento del Fondo	52%	50,06%	70%
I.5 Grado de conocimiento del papel desempeñado por la UE	61%	74,9%	75%

A continuación, se analizan los datos del impacto alcanzados, así como su procedimiento de cálculo y resultado, comenzando por los indicadores de impacto externo, sobre la ciudadanía:

### Impacto externo sobre la ciudadanía

- El grado de conocimiento del papel desempeñado por la Unión Europea entre la ciudadanía de la Comunidad de Madrid (I.5) es del 74,9% de la población regional, que tiene conocimiento de la percepción por parte de la región de fondos comunitarios en general para contribuir al progreso económico y social. Para dar respuesta a este indicador no se ha recogido únicamente la información de las personas que conocían el FEDER sino a todas las personas participantes en el CATI, es decir, del total de la muestra encuestada. Se valora muy positivamente que este indicador de impacto haya aumentado significativamente con respecto al valor que alcanzaba en la evaluación final de la Estrategia de Comunicación del período anterior 07-13, en más de 13 puntos porcentuales. Esto significa que las medidas que se están poniendo en marcha para visibilizar las actuaciones cofinanciadas por el PO han ampliado su efecto sobre la ciudadanía y que, en ese sentido, se está cumpliendo su objetivo principal.

En cuanto al grado de conocimiento del papel desempeñado por la UE entre la ciudadanía, por sexo y edad, aunque las proporciones son bastante similares, las mujeres muestran un ligero mayor grado de conocimiento del FEDER frente a los hombres, el 51,11% frente al 48,88% respectivamente. En cuanto a la edad, el grado de conocimiento del FEDER aumenta conforme aumentan los grupos de edad, de esta manera, el grupo de más de 54 años es el que muestra un mayor grado de conocimiento de este Fondo, seguido del grupo de edad de entre 45 a 54 años y del de 25 a 29 años, con un 60,34%, un 53,09% y un 44,83% respectivamente.

- El Grado de conocimiento de los distintos Fondos Estructurales y del Fondo de Cohesión (I.4) es más discreto que el anterior, de un 50,06% (427 personas encuestadas) que han declarado conocer el FEDER. El porcentaje se mantiene prácticamente sin cambios desde el período anterior y va en línea con el menor reconocimiento generalizado por parte de la ciudadanía de los nombres de los Fondos Estructurales, no siendo una circunstancia específica de la Comunidad de Madrid.

Para profundizar en este análisis, se puede estudiar si la ciudadanía madrileña conoce proyectos o inversiones que se hayan realizado con financiación del FEDER. En este caso, en el marco de la encuesta se ha preguntado sólo a las personas que manifestaron haber oído hablar de este Fondos estructural si conocían proyectos o inversiones concretas. Este grado de conocimiento es muy alto ya que, de las 427 personas que conocían la existencia de este Fondo, el 91,8% (392 personas) ha respondido que sí tienen conocimiento de alguno de los proyectos o inversiones financiadas por FEDER.

Si se hace una diferenciación entre los tipos de proyectos y/o inversiones, se observa que la ciudadanía presenta un mayor grado de conocimiento sobre los proyectos relativos a **“Infraestructuras (carreteras, trenes...) y equipamiento (escuelas, hospitales...)”** con un 50,35%. Los que presentan un menor grado de conocimiento son los relativos al “Medio ambiente (agua, depuradoras, desaladoras...)” con un 37,24%, seguidos muy de cerca por “Ayudas para disminuir las desigualdades sociales y entre hombres y mujeres” con un grado de conocimiento del 37,7% de las personas encuestadas.

A la hora de analizar cuáles son los **canales de información** por los que las personas residentes en la Comunidad de Madrid han tenido conocimiento y han adquirido información sobre las distintas acciones cofinanciadas por el FEDER destacan los “Anuncios en distintas plataformas como prensa, radio, televisión, etc.” con un 79,59% de las personas encuestadas, frente al canal con un menor índice de respuesta positiva “A través de folletos”, con un 22,7%, o el de “Realizar formación financiada por la Unión Europea”, con un 22,96%.

La valoración del impacto en la ciudadanía producido por las medidas de información y comunicación puestas en marcha en la Comunidad de Madrid es muy positiva porque, aunque el grado de conocimiento del FEDER en concreto se mantiene moderado y sin grandes cambios con respecto al período anterior, se ha logrado incrementar de forma muy significativa el conocimiento general por parte de la ciudadanía madrileña de que la Unión Europea contribuye a apoyar el progreso económico y social de la región a través de un apoyo financiero, potenciándose de este modo el impacto en la ciudadanía y alcanzándose el objetivo principal establecido reglamentariamente de las medidas de información y comunicación.

### **Impacto interno**

- ❑ **Grado de conocimiento de las obligaciones existentes en la programación, gestión, seguimiento, control, evaluación e información y publicidad (I.1).** La medida de este indicador resulta del análisis de las respuestas en las citadas entrevistas a las preguntas referidas al conocimiento de las obligaciones existentes en materia de programación, gestión, seguimiento y control. De este análisis, el porcentaje obtenido se sitúa en un **82,46%**. Se valora muy positivamente que este conocimiento de las obligaciones por parte de los órganos gestores haya aumentado con respecto al final del período anterior.
- ❑ **La tasa de satisfacción (I.2) que indica la valoración de los beneficiarios/Organismos Intermedios y/o gestores o partícipes respecto a la información facilitada, es del 63,7%**, si bien es importante resaltar que el 73,3% de los gestores han indicado una valoración de 3 o más en las preguntas del cuestionario utilizadas para medir este indicador, lo que determina una tasa de valoración alta, acerca de estos dos ítems que dan sustento a esta tasa de satisfacción. La tasa de satisfacción ha disminuido, no obstante, con respecto al período anterior 2007-2013, lo que puede deberse a diversas razones. Éstas pueden estar relacionadas con una valoración por parte de los gestores de la actividad de información y comunicación conjuntamente con la propia gestión de los Fondos Estructurales, que, tal y como han manifestado ellos, se ha vuelto más compleja desde el período anterior o también puede estar poniendo de relieve la necesidad de un mayor grado de asesoramiento por parte del Organismo Intermedio, el cual a su vez ha manifestado también el incremento de las cargas que la gestión de Fondos está suponiendo en este periodo.

■ **Tasa de utilidad de las actuaciones (I.3).** Para el cálculo de esta tasa se tienen en cuenta las valoraciones de las personas entrevistadas en cuanto a:

- Si la información presentada ha servido para adecuar y/o actualizar sus conocimientos sobre los Fondos y/o su aplicación.
- Si los contenidos presentados son de utilidad práctica
- Si la sesión o evento es una herramienta adecuada para informar/formar sobre los Fondos

El resultado de este análisis arroja una tasa de utilidad del **73,8%**. Al igual que en el caso anterior, es muy destacable que el 79,4% de las respuestas de los gestores a las preguntas utilizadas para medir este indicador han sido valoradas con un valor igual o superior a 3, lo que implica una tasa de utilidad alta. Esto viene a matizar el dato negativo que se obtiene de la comparación con el valor de este indicador en la Evaluación final de la estrategia de comunicación realizada en el período anterior, que refleja que la tasa de utilidad con respecto al mismo ha disminuido en 11 puntos porcentuales.

La valoración del impacto interno es positiva en cuanto a que se ha incrementado el grado de conocimiento de las obligaciones en materia de información y comunicación por parte de los órganos gestores con respecto al período anterior. No lo es tanto, sin embargo, en lo que se refiere a la tasa de satisfacción de los mismos con respecto a esta información y la tasa que mide la utilidad que encuentran en ella. Ambas han disminuido significativamente con respecto al período anterior, lo que puede deberse a diversas causas, como por ejemplo que, con respecto al periodo anterior, el sistema se ha complejizado, no solo en la comunicación sino también en la gestión, y la disminución de estas tasas puede estar reflejando esta circunstancia o también puede estar reflejando la necesidad de contar con un mayor asesoramiento por parte del OI.

## 7. VALORACIÓN DE LAS BUENAS PRÁCTICAS PRESENTADAS.

En este apartado se procede a dar a conocer las actuaciones destacadas que se han llevado a cabo por los organismos encargados del desarrollo del PO en función de los criterios definidos en la Guía, que fueron adoptados en el seno del GERIP, que constituyen las buenas prácticas presentadas en materia de comunicación y a valorar las obligaciones que con respecto a ellas se establecen. Para ello se ha utilizado, como fuente de información, la documentación que aparece en la base de datos de buenas prácticas, que se encuentra alojada en la página web de la Autoridad de Gestión.

Para que una acción pueda considerarse como buena práctica en materia de comunicación y publicidad tiene que cumplir los siete criterios que quedan establecidos en la “Guía de Seguimiento y Evaluación de las Estrategias de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER y del Fondo Social Europeo 2014-2020”, que se reflejan también en la propia Estrategia de Comunicación del Programa Operativo y en la Guía para el cumplimiento de las obligaciones de información y comunicación en las actividades cofinanciadas por el FSE y el FEDER en los Programas Operativos de la Comunidad de Madrid, periodo de programación 2014-2020, y son los siguientes:

1. El papel del FEDER en la actuación ha sido convenientemente difundido entre los beneficiarios/as, beneficiarios/as potenciales y el 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 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.

En el caso del PO FEDER 2014-2020 de la Comunidad de Madrid se han presentado un total de cinco Buenas Prácticas por otros cuatro organismos, de las que se encuentran validadas tres a fecha de elaboración de esta evaluación. La relación de los proyectos validados, junto con los nombres de los órganos gestores responsables de su implementación se recoge en la lista a continuación. Todas estas buenas prácticas se encuentran validadas y cumplen con los siete criterios aprobados en el GERIP y anteriormente mencionados.

- **MADRID DIGITAL:** La implantación de los servicios de movilidad en el entorno socio-sanitario y asistencial de la Comunidad de Madrid.
- **METRO DE MADRID:** Implantación de dos ascensores en la estación de Príncipe Pío de la Red de Metro de Madrid
- **CANAL DE ISABEL II:** Obras del proyecto de minicentral hidroeléctrica en el embalse de Valmayor

En este apartado debe comprobarse si se cumple la obligación aprobada en el seno del GERIP y que se recoge en la Guía Metodológica, que se refiere a la presentación de una buena práctica al año por cada órgano gestor y si el importe de la ayuda FEDER es coherente con llegar a suponer el 50% del total de ayuda asignada a cada uno de ellos al final del período de programación.

En el caso del PO del FEDER de la Comunidad de Madrid para 2014-2020, tal como se ha comentado anteriormente, se encuentran validadas tres BP correspondientes a cada una de las tres anualidades efectivas de ejecución del Programa (2016,2017 y 2018), teniendo en cuenta que éste fue aprobado en junio del 2015 y por tanto en los meses restantes de dicho año no hubo tiempo material de poder llevar a cabo proyectos que pudiesen cualificar como tales. No se cumple, no obstante, el criterio de presentación de una BP por gestor y año, en este caso, por lo que sería recomendable incrementar dicho ritmo de presentación de las mismas en lo que resta de período de programación.

No obstante, hay que destacar positivamente que se ha comprobado que las tres Buenas Prácticas aprobadas están dadas de alta como tales en la aplicación Fondos 2020, al llevar marcada la casilla correspondiente en la aplicación.

En conclusión, a día de hoy no se está cumpliendo con la obligación de presentación de una buena práctica al año por órgano gestor y por un importe conducente a alcanzar el 50% del importe de la ayuda total que se le haya otorgado por el programa, lo que puede deberse al menor ritmo de presentación de buenas prácticas por parte de los órganos gestores, canalizadas a través del Organismo Intermedio. Sería recomendable que el ritmo de presentación de las buenas prácticas se incremente desde este momento y hasta el final del período de programación con el fin de poder subsanar esta circunstancia y que esto quede validado en la evaluación final de la Estrategia de Comunicación, a realizarse en 2022.

## 8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES: PROPUESTAS DE MEDIDAS A ADOPTAR.

### *Conclusiones de la Evaluación*

- Se valora positivamente que la Estrategia de Comunicación cumple el **criterio de pertinencia**, al ajustarse a lo establecido para ésta en las distintas redes de comunicación tanto a nivel europeo como nacional. Asimismo, se puede comprobar **su validez y consistencia** a través de la lógica de programación que en forma de línea recta se puede trazar desde los objetivos generales, objetivos específicos y los distintos niveles de aplicación de la misma (nivel de programa y de proyecto), teniendo en cuenta los destinatarios a los que va dirigida. Además, la presente Estrategia responde a un ejercicio de consenso entre diferentes agentes, así como ha sido aprobada en el Comité de Seguimiento del Programa en el cual existe una representación notable de los diferentes órganos de decisión.
- El porcentaje establecido en la Estrategia a destinar a las actuaciones de información y comunicación se juzga como adecuado con respecto al volumen total de recursos del PO. No ha sido posible, sin embargo, valorar la proporcionalidad del presupuesto efectivo destinado a las mismas puesto que la gran mayoría de actuaciones de información y comunicación se han realizado con los recursos propios de la gestión de las actuaciones cofinanciadas, sin diferenciar los gastos destinados a su visibilización, lo que solo se realiza para un porcentaje menor de actuaciones de información y comunicación que sobrepasan el contenido estrictamente reglamentario y que ha podido diferenciarse e imputarse.
- Por lo que se refiere a los recursos humanos, en cuanto a los dedicados en el seno de la CAM, permiten cumplir con las obligaciones en materia de información y comunicación, si bien una mayor profesionalización de los perfiles adscritos a estas tareas, tal como las propias personas responsables de comunicación han manifestado, redundaría en una ayuda al mejor cumplimiento de dichas obligaciones. Por lo que se refiere a la AG, debido a la dotación de que dispone y, sobre todo, a la dilatada experiencia acumulada en esta materia, consigue dar respuesta eficaz a todas las cuestiones y obligaciones que le son propias, superando el hecho de que no cuenta con recursos demasiado numerosos destinados a las labores de información y comunicación.
- En cuanto al **grado de avance de las medidas de información y comunicación**, hay que señalar como conclusión general que se observa la existencia de margen de mejora generalizado en el desempeño de todos los gestores a nivel regional, en cuanto a la contribución a los indicadores de comunicación y la calidad de la información que éstos recogen, existencia de una página web dedicada a la difusión de los proyectos cofinanciados con el contenido y la estructura recomendada en el GERIP y la presentación de buenas prácticas.
- En aplicación únicamente de los criterios para el establecimiento del ranking en cuanto a la contribución de los organismos al avance de las medidas y cumplimiento de los objetivos de información y comunicación, que se describen en dicho apartado de avance de las medidas

y, poniendo en contraste la situación únicamente con los actores a nivel interno regional, ha podido establecerse la siguiente clasificación:

- En primer lugar, **destacan los siguientes órganos gestores por presentar un mejor desempeño comparativo con respecto al resto: el Canal de Isabel II, la DG de Investigación e Innovación Tecnológica y Metro de Madrid** que, sin embargo, muestran un desempeño desigual cuando se tiene en cuenta el conjunto de obligaciones. En este mismo grupo se incluye a la **Autoridad de Gestión del FEDER** que, en lo relativo a sus obligaciones en relación con esta Comunidad Autónoma, ha cumplido todas ellas, lo que se valora positivamente, si bien necesita realizar una tarea de actualización del Portal Web Único para reflejar de forma correcta y actualizada la situación real en cuanto a órganos gestores del Programa Operativo.
- En segundo lugar, se sitúan **los organismos con una contribución intermedia al cumplimiento de las obligaciones de información y comunicación que presenta puntos de mejora** en diversos aspectos. Estos puntos de mejora se refieren, sobre todo, a la necesidad de volcar el presupuesto de sus actuaciones, de presentar buenas prácticas o de incrementar el grado de ejecución de sus actuaciones de información y comunicación. En este grupo se sitúan: **la DG de Economía, Estadística y Competitividad, la Agencia para la Administración Digital de la Comunidad de Madrid (MADRID DIGITAL) y el Organismo Intermedio.**
- Por último, **los organismos que presentan mayor margen de mejora y, por tanto, se sitúan en el extremo inferior del ranking** son aquellos que han de mejorar su actividad de información y comunicación porque en este momento el rendimiento mostrado es bajo y no garantiza que se esté difundiendo adecuadamente las actividades cofinanciadas que se están llevando a cabo en la Comunidad de Madrid. Ello se debe a que no han presentado ninguna buena práctica o que muestran una escasa contribución al cumplimiento de los objetivos de la Estrategia de Comunicación. Los organismos integrados en este grupo son: **la Agencia de Vivienda Social de la Comunidad de Madrid y la Consejería de Políticas Sociales y Familia.**
- Se valora positivamente la inclusión en los distintos **Informes Anuales de Ejecución** a partir de la anualidad 2016 de la información requerida en sobre las actividades de información y comunicación llevadas a cabo en cada anualidad dentro del marco de este PO FEDER 2014-2020 y en el correspondiente a la anualidad 2018 de la información relativa a dos de las Buenas Prácticas presentadas, lo que se valora como coherente puesto que hasta entonces no se había validado ninguna. Se valora muy positivamente la inclusión de elementos de comunicación visuales en el apartado relativo a las mismas, puesto que se maximiza el potencial como elemento de comunicación que presenta este instrumento, adicional a su función primigenia como instrumento de apoyo al seguimiento de la gestión.
- **El cumplimiento de los objetivos de información y comunicación en el marco del PO FEDER 2014-2020** es considerado por el equipo evaluador como positivo pero mejorable,

sobre todo en lo referente al seguimiento de la metodología del cálculo de los indicadores de comunicación o la presentación de Buenas Prácticas al ritmo requerido, puesto que hasta ahora no se está aprovechando al máximo el potencial de visibilización que ofrece el cumplimiento total de las obligaciones en materia de información y comunicación.

- Se valora positivamente que los **listados de verificación y control** permiten comprobar que las acciones ejecutadas en el marco del Programa Operativo han contemplado las obligaciones en materia de información y publicidad establecidas en la Estrategia de Comunicación, lo que contribuye al establecimiento de una correcta pista de auditoría y redundan positivamente en la mejora de su seguimiento.
- En cuanto al **principio de igualdad de oportunidades**, se observa en la programación de la Estrategia, así como criterio para la identificación de Buenas Prácticas dentro del Programa Operativo, si bien su aplicación práctica puede mejorarse ya que al no se prevén ni se implementan medidas específicas orientadas específicamente a paliar el déficit de información en cuanto a las posibilidades de participación como beneficiarias en el Fondo que manifiesten las mujeres, o a paliar los déficits de conocimiento de ellas en cuanto a las actuaciones cofinanciadas, es decir, en este sentido, no se prevén medidas que incorporen dicho principio de igualdad de oportunidades.
- Por otro lado, en cuanto a los **indicadores de impacto**, hay que destacar muy positivamente que el impacto externo sobre la ciudadanía es muy alto y que se ha conseguido incrementar más de un 13% con respecto al dato obtenido en la Evaluación Final de la Estrategia de Comunicación del período anterior. Todo ello es síntoma de que el mensaje de que la UE está invirtiendo en la Comunidad de Madrid para su progreso económico y social se está logrando trasladar a la ciudadanía madrileña, por lo que uno de los objetivos principales de las actuaciones de información y comunicación establecidos reglamentariamente y en la Estrategia de Comunicación se está cumpliendo.
- En cuanto a los **indicadores de impacto interno**, hay que señalar que el grado de conocimiento por parte de los órganos gestores de las obligaciones en materia de información y comunicación es muy alto y que se ha incrementado con respecto al período anterior. La tasa de utilidad respecto a las actuaciones de información y comunicación y de satisfacción con la información facilitada, aun siendo elevada también, ha disminuido con respecto al período anterior. Ello indica que existe un margen de mejora operativo entre los agentes que implementan la estrategia que puede aprovecharse instrumentalizándolo incrementando el asesoramiento por parte del OI.
- Se debe valorar negativamente por parte del equipo evaluador que no se cumple la obligación acordada en el seno del GERIP de presentación de una buena práctica al año por cada órgano gestor, si bien sí se tiene validada una Buena Práctica por cada año transcurrido de ejecución efectiva del Programa Operativo, que fue aprobado en junio del 2015.

## *Recomendaciones de la Evaluación: propuestas de medidas a adoptar*

### **Recomendaciones generales:**

- De cara al final del período de programación, 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 las mismas de forma más ajustada a la realidad, todo ello con el fin de que se pueda evaluar la proporcionalidad del presupuesto previsto en la Estrategia con respecto al finalmente gastado en la misma en la evaluación final de la Estrategia de Comunicación a realizarse en 2022, en homogeneidad con el resto de Estrategias regionales.
- Para garantizar homogeneidad de criterios, resolver dudas en cuanto a interpretación y cómputo de indicadores, así como sobre su volcado en INFOCO2014 y 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.
- Se recomienda también la creación de un Foro a modo de comunidad virtual orientado a este mismo fin didáctico, de forma que se incremente el asesoramiento a los gestores por parte del Organismo Intermedio con el fin de ayudarles en el cumplimiento de sus obligaciones en materia de información y comunicación.
- Se recomendaría llevar a cabo un diagnóstico que pueda detectar los posibles déficits informativos que puedan tener las mujeres en cuanto a las posibilidades de ser destinatarias del Fondo y, fruto de éste, establecer en la Estrategia de Comunicación medidas concretas que materialicen este principio de igualdad entre mujeres y hombres en cuanto a la información y comunicación de las actuaciones que se realizan en el marco del Programa Operativo.

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

- Se recomienda que, en cuanto reciba traslado de 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.

### **Recomendaciones dirigidas al Organismo Intermedio**

- Se considera altamente necesario que el OI reporte toda la información necesaria para alimentar los diferentes indicadores de comunicación ya que se trata del organismo de referencia para el resto y como tal ha de liderar esta cuestión.
- 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 dos gestores del PO FEDER de la Comunidad de Madrid que aún no se incluyen en éste (Madrid Digital y la Dirección General de Investigación e Innovación Tecnológica) y asimismo la indicación para que ésta proceda a la eliminación de este sitio web a la Dirección General de Vivienda Social

y Rehabilitación puesto que, si bien se contempló al principio del período de programación, no es un gestor del Programa Operativo.

El Organismo Intermedio ha reportado y como tal se ha reflejado en el informe que la gestión en este período de programación adolece de una mayor complejidad que en el anterior, lo que ha repercutido en todas las obligaciones que todos los organismos deben cumplir, incluidas las de reporte de información relativa a las actuaciones de información y comunicación. A ello 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 todo ello repercute en la vertiente de información y comunicación de las mismas y, por tanto, a la hora de registrar estos datos. Todo ello afecta tanto los gestores a la hora de reportar la información de sus indicadores al OI para su volcado en INFOCO, como 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, para adecuarlos a su valor real.
- Se recomienda también revisar el valor meta de dos indicadores: por un lado, del indicador de resultados relativo al número de asistentes puesto en el momento de realización de la presente evaluación ya supera con creces el valor previsto para el final del período de programación. Por otro del indicador relativo a número de páginas web puesto que ya refleja la totalidad de las de los organismos intervinientes, que son nueve. Todo ello con el fin de que al final del período de programación alcancen el 100% del valor meta revisado para que sea acorde con la marcha de las propias actuaciones de información y comunicación.

#### **Recomendaciones generales para todos los órganos gestores**

- A nivel general de todos los gestores es necesario un impulso general a las actuaciones de información y comunicación y a la identificación y presentación de buenas prácticas.
- Asimismo, es necesario que todos ellos adecúen la estructura de sus páginas web a lo acordado en el seno del GERIP, siguiendo el ejemplo de la web del Organismo Intermedio.

#### **Recomendaciones dirigidas a los organismos que destacan en cuanto al cumplimiento de las obligaciones de información y comunicación:**

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

### **Recomendaciones dirigidas a los organismos que presentan margen de mejora en cuanto al cumplimiento de las obligaciones de información y comunicación:**

- Incrementar la actividad de información y comunicación y hacer el reporte correspondiente en cuanto a la alimentación de sus indicadores.
- Identificar y presentar buenas prácticas con el objetivo de visibilizar las actuaciones realizadas en el marco de los Fondos Estructurales.
- Adecuar la estructura de sus páginas webs con el fin de que reúnan una estructura homogénea para la inclusión de la información sobre las actuaciones cofinanciadas, siguiendo las indicaciones del GERIP.

### **Recomendaciones dirigidas a los organismos que presentan un reducido desempeño en cuanto al cumplimiento de las obligaciones de información y comunicación:**

- Incrementar la actividad de información y comunicación y hacer el reporte correspondiente en cuanto a la alimentación de sus indicadores.
- Identificar y presentar buenas prácticas con el objetivo de visibilizar las actuaciones realizadas en el marco de los Fondos Estructurales.
- Poner en marcha páginas webs que reúnan los requisitos en cuanto a contenido y estructura homogéneos siguiendo lo acordado en el seno del GERIP, con el fin de visibilizar adecuadamente las actuaciones de información y comunicación.

### **Recomendaciones específicas por organismos gestores:**

#### ▪ ***Dirección General de Investigación e Innovación Tecnológica (DGII)***

- Se recomienda que, a la mayor brevedad, genere una página web con los requisitos reglamentarios necesarios para la correcta difusión de sus actuaciones cofinanciadas, ya que actualmente no cumple con esta obligación, así como que ésta reúna la estructura homogénea acordada en el seno del GERIP.

#### ▪ ***Canal de Isabel II***

- Se recomienda a este gestor que haga un esfuerzo para alimentar los indicadores sobre los que aún no está aportando información.
- Se recomienda asimismo que estructure su página web de forma homogénea acorde con los criterios aprobados en el seno del GERIP.

#### ▪ ***Metro de Madrid***

- A este gestor se le recomienda que establezca una estructura para su página web acorde con lo acordado en el GERIP para su página web.
- Se recomienda asimismo que alimente todos los indicadores de comunicación con las actuaciones que está llevando a cabo en materia de información y comunicación.

#### ▪ ***Agencia para la Administración Digital de la Comunidad de Madrid (MADRID DIGITAL)***

- Se recomienda a este gestor que desarrolle a la mayor brevedad una página web que reúna los requisitos establecidos a nivel reglamentario y con la estructura acordada por el GERIP para la difusión de sus actuaciones cofinanciadas.
  - Se recomienda también que alimente la totalidad de indicadores de comunicación con la información pertinente sobre las actuaciones desarrolladas en esta materia.
- ***Dirección General de Economía, Estadística y Competitividad (DGEEyC)***
    - Se recomienda a este gestor que haga el esfuerzo para identificar y presentar Buenas Prácticas, ya que todavía no ha identificado ninguna.
    - Este gestor debe, asimismo, estructurar su página web acorde a los criterios adoptados en el seno del GERIP.
- ***Agencia de Vivienda Social de la Comunidad de Madrid (AVSCM)***
    - Se recomienda a este gestor que revise su sistema de información de los indicadores de comunicación y complete todos los campos.
    - Es fundamental que en el corto plazo este organismo identifique buenas prácticas vinculadas a su actividad.
    - Se recomienda que, a la mayor brevedad, genere una página web propia con aquellas referencias y contenidos de su actividad ligada a los Fondos Estructurales, ya que en este momento únicamente deriva a la web del OI.
- ***Consejería de Políticas Sociales y Familia***
    - Se recomienda a este gestor que identifique y presente informes de buenas prácticas a la mayor brevedad.
    - Se recomienda asimismo que adecúe su página web a la estructura recomendada por el GERIP y que la dote del contenido establecido reglamentariamente.
    - Asimismo, se le recomienda que haga un esfuerzo por completar toda la información que alimenta los indicadores de comunicación, que son obligatorios para todos.