



# RED2RED

## Evaluación de la Estrategia de Comunicación de los Programas Operativos FEDER y FSE 2014-2020 de Castilla-La Mancha

NOVIEMBRE de 2020

Red2Red  
C/ María Pedraza 30, 3ª planta  
28039 - Madrid  
Tel 91 550 11 70  
[red2redconsultores@red2red.net](mailto:red2redconsultores@red2red.net)  
[www.red2red.net](http://www.red2red.net)



## EVALUACIÓN PRECEPTIVA PREVISTA EN EL REGLAMENTO (UE) 1303/2013 (Artículo 115 y Anexo XII)

### ÍNDICE

<b>1. Introducción:</b> contexto, marco de referencia y objetivo de la evaluación.	1
<b>2. Metodología de la evaluación.</b>	2
<b>3. Análisis de la Programación de la Estrategia de Comunicación.</b>	3
<b>4. Análisis de la aplicación de las medidas de información y publicidad</b>	4
4.1 Avance en la ejecución de las medidas	4
4.2 Integración de las actividades de información y publicidad en los informes anuales de ejecución.	8
4.3 La repercusión de los sistemas de seguimiento en la calidad de la ejecución de las medidas	8
<b>5. Verificación de la inclusión de la información y publicidad en las actuaciones de verificación y control.</b>	8
<b>6. Incorporación del Principio de Igualdad.</b>	9
<b>7. Análisis del impacto.</b>	10
<b>8. Valoración de las Buenas Prácticas presentadas.</b>	11
<b>9. Conclusiones y recomendaciones.</b>	12

## 1. Introducción: contexto, marco de referencia y objetivo de la evaluación.

- **1ª Evaluación Intermedia de la Estrategia de Comunicación (artículo 115 del Reglamento (UE) nº 1303/2013)**
- **Objetivo responder a :**
  - ✓ ¿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 del FEDER, del FSE y de la UE en la ciudadanía de Castilla-La Mancha?
  - ✓ ¿Las medidas de comunicación responden a las necesidades de información de los diferentes tipos de destinatarios?
  - ✓ ¿Las medidas diseñadas son coherentes con las orientaciones nacionales y comunitarias en materia de comunicación?
  - ✓ ¿Es adecuada la organización institucional para la ejecución de la Estrategia?
  - ✓ ¿Cuáles son las herramientas de comunicación más eficaces según los diferentes tipos de destinatarios?
  - ✓ ¿Está bien integrado el enfoque de género en la comunicación?
  - ✓ ¿Existen medidas de control que verifican el cumplimiento de las obligaciones de comunicación?
  - ✓ ¿Se alcanzarán los objetivos previstos?
  - ✓ ¿Cuál es el grado de responsabilidad de las medidas de comunicación en el cumplimiento de los objetivos de la Estrategia?
  - ✓ ¿Qué nivel de sostenibilidad tienen los resultados alcanzados?
  - ✓ ¿Qué grado de conocimiento de los Fondos Europeos tiene la población de Castilla-La Mancha?

## 2. Metodología de la evaluación.

**El objetivo último de esta evaluación es determinar el grado de ejecución y el impacto conseguido en el periodo de referencia (1 enero de 2014 - 30 junio 2019).**

- Marco temporal: del 1 enero 2014 al 30 junio 2019
- Agentes implicados:
  - Comisión Europea.
  - Autoridades de Gestión del FEDER y del FSE.
  - Organismos Intermedios del FSE y del FEDER: Viceconsejería de Empleo, Diálogo Social y Bienestar Laboral de la Consejería de Economía, Empresas y Empleo y la Dirección General de Política Financiera, Tesorería y Fondos Comunitarios, dependiente de la Consejería de Hacienda y Administraciones Públicas
  - Órganos gestores de los Programas Operativos.
  - Equipo evaluador.
- Análisis cuantitativo: sistema de indicadores de comunicación (realización y resultados).
- Análisis cualitativo :
  - Entrevistas en profundidad: Autoridades de Gestión del FEDER y del FSE, Organismo Intermedio Coordinador, Organismos Gestores, Grupos de Discusión, Encuesta a la ciudadanía (CATI) sobre muestra estratificada.
  - Análisis documental y de los avances en las medidas de comunicación previstas en la Estrategia.

### 3. Análisis de la Programación de la Estrategia de Comunicación.

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

#### **Pertinencia**

- Estrategia alineada con las orientaciones de las Redes de Comunicación y cumple con el principio de pertinencia, dado que ha incorporado adecuadamente las obligaciones establecidas en la normativa de la Unión Europea y tiene en consideración las orientaciones definidas en las redes INFORM e INIO.

#### **Validez y consistencia**

- El diseño de las medidas da respuesta a los objetivos previstos en la Estrategia y además con una orientación clara hacia las personas destinatarias. La Estrategia reúne un elevado grado de consistencia y coherencia.

#### **Asignación y adecuación de los recursos**

- La dotación de los medios humanos y materiales es, en líneas generales, adecuada, apreciándose márgenes de mejora.

#### **Igualdad de oportunidades**

- Aunque existen medidas la integración es incompleta ya que, si bien sí se contemplan medidas diferenciadas para el colectivo de las mujeres, no se especifica cómo van a concretarse.

## 4. Análisis de la aplicación de las medidas de comunicación: Avance en la ejecución de las medidas (I).

### INDICADORES DE REALIZACIÓN Y DE RESULTADOS.

Tipo de actividad	Indicadores de realización	Programación	Total		Indicadores de resultados	Programación	Total		Montante estimado
			Ejecución	%			Ejecución	%	
1	Nº de actividades y actos públicos	339	146	43,07%	N.º de asistentes	24,422	11,001	45,05%	25.032
2	Nº de acciones de difusión	860	700	81,40%					-
3	Nº de publicaciones externas realizadas	288	56	19,44%	% de publicaciones distribuidas/editadas	100%	99,64%		19.327
					Nº de puntos de distribución	81	58	71,60%	
4	Nº de páginas Web	27	27	100,00%	Nº de visitas en páginas Web	280.000	190,475	68,03%	-
5	Nº de soportes publicitarios	316	163	51,58%					55.097
6	Nº de documentación interna distribuida	214	110	51,40%	% de organismos cubiertos	100%	99,94%		-
7	Nº de redes de información y publicidad	3	3	100,00%	N.º reuniones	68	32	47,06%	3.235
					N.º asistentes	59	34	57,63%	

## 4. Análisis de la aplicación de las medidas de comunicación: Avance en la ejecución de las medidas (II).

Conclusiones sobre el grado de ejecución de los indicadores de comunicación:

Alcanzan ya o exceden el valor meta previsto

**Indicadores de realización.**

- N° de páginas web
- N° de redes de información y publicidad

Grado ejecución acorde al momento del período

**Indicadores de realización.**

- N° de acciones de difusión.
- N° de soportes publicitarios
- N° de documentación interna distribuida

**Indicadores de resultado.**

- % de publicaciones distribuidas/editadas
- N° de puntos de distribución.
- N° de visitas en páginas Web
- % organismos cubiertos
- N° de asistentes

Grado ejecución ligeramente inferior al momento del período

**Indicadores de realización.**

- N° de publicaciones externas realizadas
- N° de actividades y actos públicos

**Indicadores de resultado.**

- N° de asistentes
- N° de reuniones

#### 4. Análisis de la aplicación de las medidas de comunicación: Avance en la ejecución de las medidas (III).

El **gasto incurrido en comunicación** que recogen los indicadores **es coherente** con la tipología de las actuaciones que los alimentan.

**Valoración de la contribución de los organismos** implicados al cumplimiento de los objetivos de la Estrategia de Comunicación. Los factores sobre los que depende la contribución de los diferentes organismos son:

- El número de Buenas Prácticas presentadas y aprobadas.
- El grado de participación en la ejecución de las medidas recogidas en la Estrategia de Comunicación.
- 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.



## 4. Análisis de la aplicación de las medidas de comunicación: Avance en la ejecución de las medidas (IV).

Según esta valoración los organismos se pueden clasificar, según su grado de contribución en:

### Organismos gestores con un comportamiento más favorable.

- Viceconsejería de Empleo, Diálogo Social y Bienestar Laboral. (Organismo Intermedio del FSE)
- DG Mayores y Personas con Discapacidad.
- DG Acción Social
- DG Empresas, Competitividad e Internalización.

### Organismos gestores con un comportamiento moderado.

- DG de Programas, Atención a la Diversidad y Formación Profesional.
- DG Política Financiera, Tesorería y Fondos Comunitarios.
- Secretaría General de la Consejería de Educación, Cultura y Deportes.
- Dirección General de Programas de Empleo.
- Instituto de Promoción Exterior de Castilla-La Mancha (IPEX)
- Agencia del Agua de Castilla-La Mancha y la Universidad de Castilla-La Mancha.

### Organismos gestores con margen de mejora.

- Viceconsejería de Medio Ambiente.
- DG de Política Forestal y Espacios Naturales.
- Viceconsejería de Cultura.
- DG de Industria, Energía y Minería.
- DG de Turismo, Comercio y Artesanía.
- DG de Telecomunicaciones y Nuevas Tecnologías.
- DG de Salud Pública y Consumo.
- SESCOAM
- DG de Familias y Menores.
- DG Universidades, Investigación e Innovación.
- Instituto de la Mujer de Castilla-La Mancha.
- DG de Trabajo, Formación y Seguridad Laboral.

**4. Análisis de la aplicación de las medidas de comunicación:** Integración de las actividades de información y publicidad en los IAE y la repercusión de los sistemas de seguimiento en la calidad de la ejecución de las medidas.

**5. Verificación de la inclusión de la información y publicidad en las actuaciones de verificación y control.**

### IAE

FSE-FEDER  
2016  
2017  
2018

En todas las anualidades se aporta la información requerida sobre las medidas que se han llevado a cabo en materia de información y comunicación así como el avance de las BBPP

### Grado de cumplimiento de los objetivos

Adecuado y acorde al momento temporal.

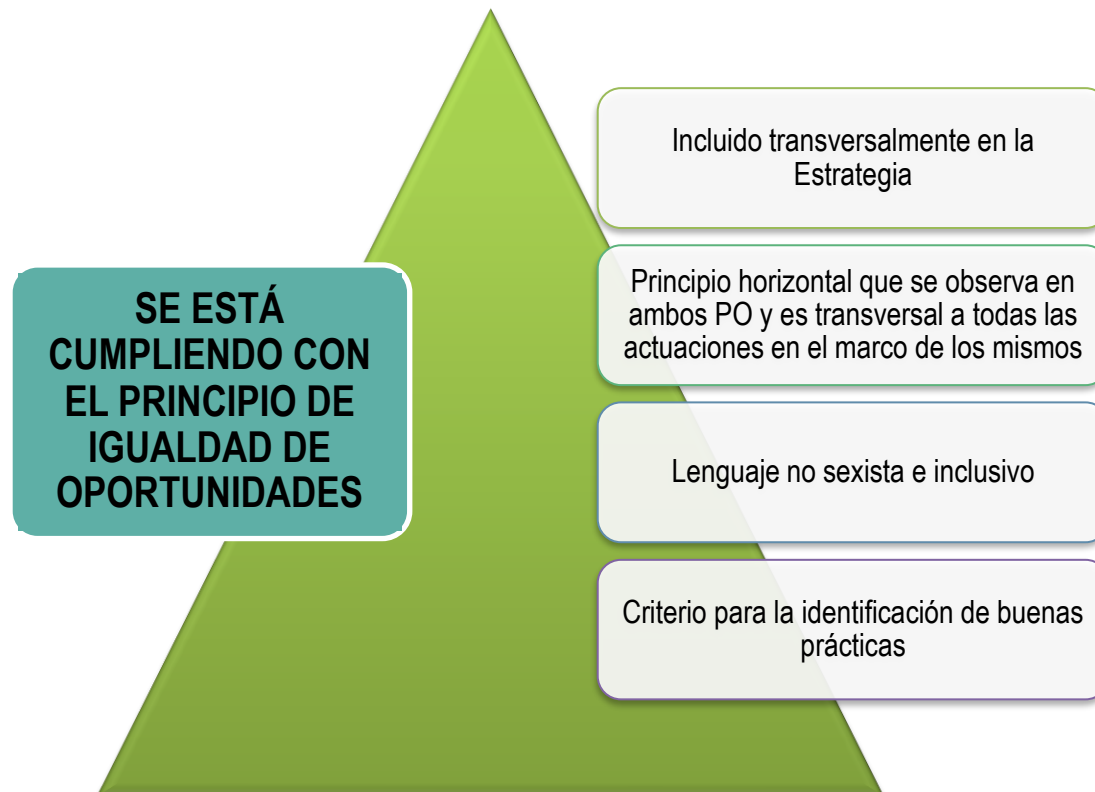
Grado de eficacia medio en el cumplimiento de las medidas por parte de los gestores  
La ciudadanía tiene un amplio conocimiento acerca de los fondos que provienen de la Unión Europea

### Verificaciones

Teniendo en cuenta la normativa en materia de comunicación, se ha verificado que las acciones ejecutadas en el marco de los Programas Operativos han contemplado las obligaciones en materia de información y publicidad establecidas en la Estrategia de Comunicación.

## 6. Incorporación del Principio de Igualdad.

Integración de los principios de igualdad de oportunidades en las diferentes medidas y actuaciones de información y comunicación de la Estrategia de Comunicación de los PO FEDER y FSE de Castilla-La Mancha 2014-2020:



## 7. Análisis del impacto.

Los indicadores de impacto son cinco: los tres primeros (I1, I2 e I3) que podríamos calificar de impacto “interno” al referirse a los implicados directamente en la gestión de los PO, y los dos últimos (I4 e I5) de impacto “externo” relativos a la ciudadanía.

INDICADORES DE IMPACTO		Valor de referencia (2013)	Valor Alcanzado (2019)	META (2023)	
ANÁLISIS INTERNO	I.1	Grado de conocimiento de las obligaciones existentes	91,00%	<b>78,00%</b>	94,00%
	I.2	Tasa de satisfacción respecto a la información facilitada	66,00%	<b>84,70%</b>	76,30%
	I.3	Tasa de utilidad de las actuaciones	62,40%	<b>86,00%</b>	86,40%
ANÁLISIS EXTERNO	I.4	FEDER	49,30%	<b>60,40%</b>	61,10%
		FSE	63,80%	<b>53,30%</b>	66,80%
	I.5	Grado de conocimiento del papel desempeñado por la UE	59,20%	<b>74,60%</b>	68,00%

### ANÁLISIS INTERNO

Impacto interno **POSITIVO**.

Consecuencia del adecuado funcionamiento de los procedimientos puestos en marcha para garantizar el cumplimiento de las obligaciones en esta materia.

### ANÁLISIS EXTERNO

Impacto externo **POSITIVO**.

Las campañas y publicaciones están teniendo un efecto importante, sobre todo aquellas dirigidas a la población.

## 8. Buenas prácticas.

El % Organismos gestores que han presentado al menos una Buena Práctica es del 43% sobre el total de los que participan en ambos programas:

- En el caso del FSE el porcentaje es de un 86%
- En el caso de FEDER, es un 24%

FSE  
(7 BBPP)

FEDER  
(6 BBPP)

El GERIP establece que se presente una buena práctica por cada gestor y año, esta obligación **no** se está cumpliendo teniendo en cuenta los datos anteriores.

La actuación de los órganos gestores **es mejorable**: es necesaria mayor implicación en la redacción de los informes justificativos relativos a sus BBPP.

En cuanto a la actuación de los Organismos Intermedios en su labor de informar, impulsar, coordinar, canalizar y revisar los informes de Buenas Prácticas, para lograra dinamizar el ritmo de presentación y la calidad de los informes, la valoración es **positiva**.

## 9. Conclusiones y recomendaciones (I).

### Conclusiones de la evaluación:

C1

- La Estrategia de Comunicación presenta un carácter marcadamente continuista, y se elaboró teniendo en consideración las lecciones aprendidas del periodo de programación anterior. prácticamente en su totalidad exceptuando la constitución de una red regional de responsables de información y publicidad, siendo éste un aspecto positivo a destacar en la puesta en marcha de esta Estrategia de Comunicación y en su efectividad.
- La validez y consistencia de la Estrategia de Comunicación quedan acreditadas. La consistencia de la Estrategia se refuerza por la importancia que se atribuye a las Buenas Prácticas.

C2

- La aplicación INFOCO2014 facilita el seguimiento y la pista de auditoría de los indicadores de información y comunicación, contribuyendo a la mejora de la gestión de la información. El hecho de que sea una herramienta centralizada garantiza una mayor homogeneidad.

C3

- Los medios humanos disponibles son suficientes en el caso de los Organismos Intermedios ya que, además de la persona responsable de comunicación, cuentan con medios adicionales de los correspondientes servicios de FSE y FEDER y los servicios de una asistencia técnica. A pesar de ello, el cumplimiento de las obligaciones no es el óptimo, como se ha ido observando a lo largo del informe.
- En el caso de la AG del FSE el personal adscrito a las labores de comunicación es escaso para poder realizar esta tarea, hasta el punto de que compromete el cumplimiento de sus cometidos. .

C4

- La dotación financiera de la Estrategia de Comunicación se considera adecuada y se ha podido constatar el gasto destinado.

## 9. Conclusiones y recomendaciones (II).

### Conclusiones de la evaluación:

C5

• Los indicadores de **realización y resultados** presentan un comportamiento desigual, aunque en general se puede considerar adecuado y acorde al momento temporal por lo que, si se continúa con el ritmo de ejecución desplegado a 30 de junio de 2019 y teniendo en cuenta lo que resta del periodo programación, los resultados en materia de comunicación apuntan al cumplimiento de los objetivos.

C6

La **Autoridad de Gestión del FEDER** ha cumplido de forma adecuada con todas sus obligaciones recogidas tanto en la normativa reguladora de los fondos europeos de la Política de Cohesión, como en la propia Estrategia de Comunicación.

C7

La **Autoridad de Gestión del FSE** a 30 de junio de 2019, no tenía operativo el Portal Web Único. Asimismo, no consta que haga el último filtro en la validación de las Buenas Prácticas, ni que disponga de una base de datos publicada de las mismas.

C8

• Los dos **Organismos Intermedios** de los Programas Operativos, aunque contribuyen de forma notable a los indicadores, deben impulsar la labor de coordinación para que el resto de organismos impulsen su actividad y trasladen de forma adecuada la información de los indicadores ya que, como se ha comentado en el correspondiente apartado, la calidad en el **volcado es mejorable**.

## 9. Conclusiones y recomendaciones (II).

### Conclusiones de la evaluación:

C9

Por **órganos gestores, se pueden establecer tres grupos:**

- Organismos que presentan un comportamiento más favorable en sus medidas de comunicación:
  1. SG Consejería de Educación, Cultura y Deportes.
  2. DG Empresas, Competitividad e Internalización.
  3. DG Programas, Atención a la Diversidad y FP.
  4. DG Acción Social
- Organismos que presentan un comportamiento más moderado:
  1. Instituto de Promoción Exterior de Castilla-La Mancha (IPEX)
  2. Servicio de Salud de Castilla-La Mancha (SESCAM)
  3. DG Universidades, Investigación e Innovación
  4. DG Mayores y Personas con Discapacidad
  5. Instituto de la Mujer de Castilla-La Mancha
  6. DG Programas de Empleo
- Organismos que deben dar un mayor impulso a su implicación en la comunicación.
  1. Autoridad de Gestión del FSE y resto de organismos.



## 9. Conclusiones y recomendaciones (VI).

### Conclusiones de la evaluación:

C10

- En los **Informes Anuales de Ejecución** se aporta la información requerida sobre las medidas que se han llevado a cabo en materia de información y comunicación sobre las diferentes actuaciones llevadas a cabo.

C11

Las **redes de comunicación** se siguen considerando como uno de los instrumentos más relevantes para poner en marcha las estrategias de comunicación, por su papel de foros de debate y coordinación y de intercambio de experiencias entre los distintos responsables implicados en la puesta en marcha y el desarrollo de la Estrategia de Comunicación.

C12

- Se ha realizado **los procesos de verificación y control** del referidos en el artículo 125 a partir de los listados de comprobación.

C13

- **El Principio de Igualdad de Oportunidades** es un eje transversal dentro de ambos PO.

C14

- El impacto estimado en cuanto al grado de conocimiento de las obligaciones es notable si bien se ha visto reducido con respecto al porcentaje obtenido al final del anterior periodo de programación debido, principalmente, a las rotaciones que se producen en las personas responsables de comunicación de los organismos.
- El grado de conocimiento por parte de la ciudadanía de Castilla-La Mancha sobre el papel desempeñado por la Unión Europea es muy reseñable. No obstante, el conocimiento específico de los Fondos es menor, lo que puede indicar también que los órganos gestores deben estar más implicados en el proceso de comunicación.

## 9. Conclusiones y recomendaciones (V).

### Conclusiones de la evaluación:

C15

- El procedimiento puesto en marcha para identificar, seleccionar, presentar y publicar las buenas prácticas se considera muy positivo, en la medida que establece el papel que juega cada uno de los actores que participan en la Estrategia de Comunicación.

C16

- Un total de diez gestores de ambos POs han presentado ejemplos de buenas prácticas, de acuerdo con su ritmo de ejecución de las actuaciones, evidenciando la importancia que se les confiere desde la propia Estrategia y por el propio Organismo Intermedio.
- Los gestores que han presentado Buenas Prácticas para el FEDER son la DG de Empresas, Competitividad e Internacionalización, el IPEX, el SESCOAM y la SG de la Consejería de Educación, Cultura y Deportes y para el caso del FSE, la SG de la Consejería de Educación, Cultura y Deportes, el Servicio de Fomento del Empleo, de la D.G. de Programas y Empleo de la Consejería de Economía, Empresas y Empleo, el Servicio de Atención Primaria e Inclusión. Dirección General de Acción Social y Cooperación, la D.G. Mayores y Personas con Discapacidad. Consejería de Bienestar Social de la JCCM y el Instituto de la Mujer de Castilla-La Mancha.

## 9. Conclusiones y recomendaciones (V).

### Recomendaciones generales de la evaluación:

1. Llevar al GERIP la posibilidad de poner en marcha el desglose de los indicadores de comunicación, que permita cuantificar por sexo aquellos indicadores de resultado relativos a número de personas implicadas en la actuación.
2. Proponer en las redes europeas en las que participan que se aúne el mensaje de comunicación del apoyo financiero de la UE en una marca única, sin diferencias por fondos, de forma que fuese más reconocible por la ciudadanía.
3. Incrementar el número de personas dedicadas a la comunicación del FSE.
4. Garantizar la participación de la persona responsable de comunicación de FSE en todas las reuniones de la red GERIP y de INIO o de las conjuntas INFORM/INIO.
5. Terminar de habilitar y poner en marcha el Portal Web Único del FSE.
6. Publicar y actualizar semestralmente la lista de operaciones de operaciones del Programa Operativo del FSE en el portal Web del FSE.
7. Registrar de manera periódica en INFOCO2014, al menos dos veces al año.
8. Garantizar que la información que se presenta al Comité de Seguimiento responda totalmente a lo acordado en el GERIP.
9. Asumir un papel de liderazgo en todo el proceso de presentación de buenas prácticas del FSE.
10. Debido a que se han observado algunos desajustes en la programación de indicadores entre la última versión de la Estrategia de Comunicación y los datos disponibles en INFOCO2014, es necesario revisar los valores programados para que no haya divergencias entre las diferentes fuentes de información.
11. Revisar al alza el objetivo de la Estrategia para el indicador N° de acciones de difusión debido a que será necesario seguir impulsando este tipo de acciones.
12. Revisión conjunta y general para tratar de mejorar la calidad del volcado de los indicadores a través de un plan de acción para que, sin que suponga una carga de trabajo excesiva, al final del período la información que se visualice sea correcta.
13. Facilitar la identificación de los organismos a través de un código único en INFOCO2014, sobre todo de aquellos que cambien de denominación y/o competencias.
14. Se recomienda proporcionar a los organismos gestores unas pautas concretas y prácticas acerca de la metodología que está detrás del cálculo de cada indicador, así como pedir un esfuerzo que se traslade en una correcta descripción de las actuaciones.
15. Los Organismos Intermedios deben tener una comunicación más fluida entre ellos y a su vez, con los organismos gestores para dar a conocer los acuerdos alcanzados en el GERIP y trasladarles instrucciones y recomendaciones para que mejoren su comportamiento en cuanto a la implicación de la Estrategia de Comunicación haciendo especial hincapié en la necesidad de homogenizar las páginas web en función de la estructura acordada.



# RED2RED

Red2Red  
C/ María Pedraza 30, 3ª planta  
28039 - Madrid  
Tel 91 550 11 70  
[red2redconsultores@red2red.net](mailto:red2redconsultores@red2red.net)  
[www.red2red.net](http://www.red2red.net)

