



EUOPAR BATASUNA  
UNION EUROPEA  
EUROPAKO GIZARTE FUNTSA  
FONDO SOCIAL EUROPEO



EUSKO JAURLARITZA  
GOBIERNO VASCO

*Evaluación de la Estrategia de  
Comunicación del Programa  
Operativo FSE 2014-2020 del País  
Vasco*



**RED2RED**

*4 de febrero de 2020*

*Versión Final*

## ÍNDICE

<b>1. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>3</b>
1.1. <i>Contexto y marco normativo de referencia.....</i>	3
1.2. <i>Objetivo de la evaluación de la Estrategia .....</i>	3
<b>2. METODOLOGÍA DE LA EVALUACIÓN.....</b>	<b>5</b>
2.1. <i>Diseño técnico de la evaluación .....</i>	5
2.1.1. <i>Objeto de la evaluación.....</i>	5
2.1.2. <i>Criterios de evaluación.....</i>	5
2.1.3. <i>Alcance temporal .....</i>	6
2.1.4. <i>Agentes implicados y sus responsabilidades.....</i>	6
2.1.5. <i>Calendario.....</i>	7
2.2. <i>Métodos y técnicas utilizadas.....</i>	7
2.3. <i>Valoración de lo anterior.....</i>	9
<b>3. ANÁLISIS DE LA PROGRAMACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN .....</b>	<b>11</b>
3.1.1. <i>Proporcionalidad .....</i>	12
3.1.2. <i>Pertinencia de la estrategia de comunicación.....</i>	13
3.1.3. <i>Validez y consistencia interna de la Estrategia de Comunicación .....</i>	14
3.1.4. <i>Asignación y adecuación de los recursos .....</i>	15
3.1.5. <i>Consideración del principio de igualdad de oportunidades.....</i>	16
<b>4. ANÁLISIS DE LA APLICACIÓN DE LAS MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD.....</b>	<b>17</b>
4.1. <i>Avances en la ejecución de las medidas.....</i>	17
4.1.1. <i>Indicadores de realización. ....</i>	18
4.1.2. <i>Indicadores de resultado.....</i>	22
4.1.3. <i>Adecuación del presupuesto.....</i>	26
4.2. <i>Integración de las actividades de información y publicidad en los informes anuales de ejecución. ....</i>	29
4.3. <i>La repercusión de los sistemas de seguimiento en la calidad de la ejecución de las medidas .....</i>	29
<b>5. VERIFICACIÓN DE LA INCLUSIÓN DE LA INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD EN LAS ACTUACIONES DE VERIFICACIÓN Y CONTROL DEL FONDO SOCIAL EUROPEO. ....</b>	<b>35</b>
<b>6. INCORPORACIÓN DEL PRINCIPIO DE IGUALDAD DE OPORTUNIDADES EN LAS MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD. 38</b>	
<b>7. ANÁLISIS DEL IMPACTO: LOGROS Y DESAFÍOS DE LAS ACTIVIDADES EN MATERIA DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD.....</b>	<b>42</b>
<b>8. VALORACIÓN DE LAS BUENAS PRÁCTICAS PRESENTADAS.....</b>	<b>47</b>
<b>9. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES: PROPUESTAS DE MEDIDAS A ADOPTAR. ....</b>	<b>56</b>

## 1. INTRODUCCIÓN

El presente documento recoge la Evaluación de la Estrategia de Comunicación del Programa Operativo del FSE 2014-2020 del País Vasco, realizada por [Red2Red](#).

Para comenzar se ofrece un breve resumen del contexto y marco de referencia de los trabajos.

### 1.1. Contexto y marco normativo de referencia

En la Comunidad Autónoma del País Vasco se ha elaborado una estrategia monofondo para el Programa Operativo de FSE 2014-2020, cuyo alcance se ajusta a lo previsto en el Anexo XII del Reglamento 1303/2013 y a las directrices del GERIP.

La normativa de aplicación para el periodo de programación 2014 – 2020 establece la necesidad de destacar el papel desempeñado por la Unión Europea, garantizar la transparencia de la ayuda procedente de los Fondos y transmitir los logros de la Política de Cohesión e informar a las personas beneficiarias potenciales sobre las oportunidades de financiación (artículo 115 del Reglamento 1303/2013).

Adicionalmente, (Anexo XII del Reglamento 1303/2013), incorpora la obligación de que se evalúen los resultados de las medidas de información y comunicación en cuanto al grado de visibilidad y concienciación de los programas, así como del papel desempeñado por la UE.

La presente evaluación intermedia reglamentaria de la Estrategia de Comunicación del PO FSE 2014-2020 del País Vasco 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 (en adelante “la Guía”), que ha sido facilitada por las Autoridades de Gestión nacionales.

### 1.2. Objetivo de la evaluación de la Estrategia

El objetivo último de la evaluación es determinar el grado de ejecución y el impacto conseguido en el periodo de referencia (enero de 2014 – junio 2019) a través de la ejecución de la Estrategia de Comunicación del Programa Operativo de FSE 2014-2020 del País Vasco.

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 del Fondo Social Europeo y de la UE en la ciudadanía del País Vasco?

A lo largo del análisis efectuado en la presente evaluación se da respuesta a las anteriores cuestiones y en particular, en las relativas al impacto de la Estrategia, distinguiendo con claridad los logros, la distancia a los objetivos establecidos y los desafíos identificados para dar respuesta a dicha distancia.

## 2. METODOLOGÍA 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 para el presente período de programación y su concreción en el presente trabajo se detalla a continuación.

### 2.1. Diseño técnico de la evaluación

#### 2.1.1. Objeto de la evaluación

El objeto de la presente evaluación es la Estrategia de Comunicación del PO FSE 2014-2020 del País Vasco, en su versión más actualizada de abril de 2016. 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.

La presente evaluación intermedia responde a la obligación establecida en el Anexo XII del Reglamento 1303/2013, referida a la medición de 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 trata de la primera evaluación intermedia de la Estrategia de Comunicación del Programa Operativo FSE 2014-2020 del País Vasco, a la que seguirá la evaluación final, a desarrollarse en 2022.

#### 2.1.2. 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 INIO de la Comisión Europea.
- ❑ **Validez y consistencia interna de la Estrategia de Comunicación**, comprobando si existe coherencia entre los objetivos de la Estrategia de Comunicación 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.

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

### 2.1.3. 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 FSE del País Vasco desde el 1 de enero de 2014 hasta el 30 de junio de 2019.

### 2.1.4. 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:
  - Declarar aceptada la Estrategia de Comunicación del PO del FSE 2014-2020 del País Vasco.
  - Revisar los resultados de los avances de la Estrategia con motivo de su inclusión en los informes anuales de 2016 y 2018.
- **Autoridad de Gestión del FSE<sup>2</sup>**, entre cuyas funciones destacan:
  - Definir el marco común de trabajo en materia de evaluación para las Estrategias de Comunicación del FSE.
  - Coordinar, de manera general, el proceso de evaluación convocando las reuniones del GERIP<sup>3</sup>.
  - Participar en las reuniones 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, aportando los suyos propios e instrumentando las instrucciones y mecanismos que deberán aplicar los organismos implicados en la cuantificación de los indicadores.

#### **Organismo Intermedio (Dirección de Empleo e Inclusión del Departamento de Empleo y Políticas Sociales del Gobierno Vasco)**

Las obligaciones en este ámbito para el Organismo Intermedio del 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 el P.O FSE 2014-2020.
- Poner en marcha las evaluaciones de la Estrategia de Comunicación del Programa Operativo Regional **en 2019** y 2022 conforme a las pautas acordadas en la Guía, para su futura incorporación en los correspondientes Informes Anuales de Ejecución.

---

<sup>2</sup> La Autoridad de Gestión del FSE es la Unidad Administradora del Fondo Social Europeo del Ministerio de Trabajo, Migraciones y Seguridad Social.

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

- Realizar el seguimiento y cuantificación de los indicadores de seguimiento y evaluación propios, 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.

### **Organismos 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.
- 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, el Gobierno Vasco 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 de Empleo e Inclusión del Departamento de Empleo y Políticas Sociales del Gobierno Vasco.

#### **2.1.5. Calendario**

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

### **2.2. Métodos y técnicas utilizadas**

A continuación, se sintetiza el detalle de las tareas realizadas, la metodología seguida y el alcance obtenido, a través del siguiente esquema:

**Tabla 1: Esquema metodológico seguido en la realización de la evaluación.**

Tareas realizadas	Detalle	Herramientas metodológicas	Alcance
<b>Determinación del avance de la ejecución de las actuaciones de comunicación a través del análisis de los indicadores de seguimiento y evaluación</b>	Análisis de indicadores de realización (detalle de las actuaciones realizadas)	Procesamiento y explotación de resultados a partir de la batería de indicadores previstos en la Estrategia de Comunicación recogidos en hojas Excel según modelo facilitado por la UAFSE	Circunscrito al previsto en la Guía de Evaluación AG y a la información a facilitar en los IAE y Anexo XII
	Análisis de indicadores de resultado (efectos en el corto plazo de las actuaciones)		
<b>Análisis documental y revisión de la normativa de referencia</b>	El análisis ha incluido los documentos relevantes o claves en la materia.	Trabajo de gabinete para el análisis cualitativo.	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Reglamento (UE) N° 1303/2013, Título III, Capítulo II y Anexo XII.</li> <li>-Reglamento de Ejecución (UE) N° 821/2014 (Capítulo II).</li> <li>-Estrategia de Comunicación del Programa Operativo FSE 2014-2020 del País Vasco.</li> <li>-Manual de Comunicación del Fondo Social Europeo del País Vasco 2014-2020.</li> <li>-Documentación emitida por la red de comunicación INIO de la Comisión Europea.</li> <li>-Documentación emitida por el GERIP.</li> <li>-Información de seguimiento: Indicadores, Informes de ejecución anuales, Actas de los Comités de Seguimiento, etc.</li> <li>-Informes de las Buenas Prácticas presentadas en el seno del Programa Operativo.</li> <li>-Documentación gráfica de las actuaciones llevadas a cabo en materia de información y comunicación.</li> </ul>
<b>Realización de entrevistas a responsables de la estrategia, a órganos gestores y a beneficiarios</b>	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 se han remitido a través de correo electrónico.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Circunscrito al previsto en la Guía de Evaluación AG</li> <li>Explotación de resultados cuantitativos y cualitativos.</li> <li>Análisis complementario de resultados cuantitativo y cualitativo.</li> </ul>



Tareas realizadas	Detalle	Herramientas metodológicas	Alcance
<b>Encuesta a la ciudadanía</b>	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.	Realización de 588 encuestas telefónicas a través de la metodología CATI, a partir del contenido propuesto en la Guía de Evaluación de la AG	Circunscrito al previsto en la Guía de Evaluación AG (Anexo 5) con muestreo según la metodología incluida en el Anexo 6 de la Guía Explotación de resultados cuantitativos y cualitativos. Análisis complementario de resultados cuantitativo y cualitativo.
<b>Grupos de discusión</b>	Grupo Sensibilización y concienciación de la ciudadanía (canales, instrumentos, objetivos, éxitos)	Realización de 2 grupos de discusión, según planteamiento de la Guía de Evaluación. Se ha planteado el enfoque con el objetivo de identificar causas determinantes de los resultados, así como opciones de actuación sobre las mismas.	Circunscrito al previsto en la Guía de Evaluación AG.
	Grupo Accesibilidad y calidad en la formación e información proporcionada a las entidades / personas potencialmente beneficiarias		

A partir de un modelo metodológico estandarizado, hay que destacar como elemento de valor añadido el refuerzo de la interlocución con el personal responsable del FSE dentro de la Dirección de Empleo e Inclusión, de forma que el equipo evaluador ha podido compartir durante todo el proceso (de forma previa a cada fase, durante la misma y en la fase de análisis de la información recabada) la información técnica con el OI, de modo que las decisiones de esta índole han podido ser consensuadas, manteniendo la independencia del equipo evaluador en todo momento, al haberse planteado el proceso como una secuencia coordinada hasta la presentación de resultados.

Este planteamiento ha permitido la introducción de elementos de garantía del cumplimiento de los objetivos sin restar en ningún momento rigor al proceso metodológico.

### 2.3. 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 metodología empleada en la Evaluación, prevista en la Guía metodológica, combina diferentes técnicas de investigación que han facilitado información tanto de tipo cuantitativo como cualitativo, lo que ha dado lugar a una evaluación participativa por parte de los agentes implicados.
- Los objetivos de la Estrategia están bien definidos y sus destinatarios claramente identificados, al igual que los órganos 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 y también obtener información de primera mano por parte de informantes clave.

- La Estrategia de Comunicación cuenta con un sistema de indicadores de realización y resultado con metas establecidas al final del período de programación, que permite realizar un seguimiento estrecho de los mismos.
- La involucración del Organismo Intermedio Coordinador en todo el proceso de evaluación ha sido máxima, posibilitando la disponibilidad a tiempo de la información, con la máxima completitud y consistencia, así como facilitando la participación de todos los actores involucrados.
- Destaca asimismo la alta participación de todos los gestores tanto en la cumplimentación de los cuestionarios para las entrevistas en profundidad, así como en los Grupos de Discusión celebrados en el marco de la evaluación, lo que ha posibilitado disponer de amplia información cualitativa para alimentarla.
- El hecho de que la metodología de evaluación sea la misma que para el período anterior 2007-2013, ha posibilitado comparar los resultados de esta evaluación con los de la Evaluación Final realizada sobre dicho período para poder extraer conclusiones acerca de la evolución de las variables estudiadas en ambas y, en general, sobre si se han producido cambios o mejoras en el ámbito de la información y comunicación del FSE en el País Vasco.

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

La Estrategia de Comunicación del PO del FSE 2014-2020 del País Vasco en vigor fue aprobada en abril de 2016. Como punto de partida al análisis de la programación de la misma puede valorarse si se han tomado en cuenta las conclusiones y recomendaciones formuladas en los ejercicios evaluativos realizados en el período de programación anterior.

En primer lugar, hay que destacar que la propia construcción de la Estrategia actual parte del análisis realizado y de la asunción de las lecciones aprendidas y puntos de mejora que en las evaluaciones se detectaron, para aplicarlos en el presente período de programación. Aunque la presente es la primera evaluación intermedia que se realiza sobre la Estrategia de Comunicación del PO FSE 2014-2020 del País Vasco, sí puede hacerse una primera valoración de la medida en que se está dando seguimiento, hasta fecha de 30 de junio de 2019, a las recomendaciones y lecciones aprendidas formuladas en la Evaluación final del período anterior.

A continuación, se reflejan éstas y en qué medida se están integrando en lo transcurrido de este período de programación:

- La prensa se ha considerado como el medio más efectivo para dar a conocer el Programa Operativo.

Del análisis de los indicadores de comunicación, como se verá más adelante en este Informe, se sigue derivando la importancia que esta herramienta de comunicación sigue teniendo tanto a nivel de utilización como a la valoración de su potencial de llegada a las personas receptoras por parte de los órganos gestores, tal y como se concluyó de forma generalizada en los Grupos de Discusión celebrados. Esto es coherente con la programación de medidas de información y comunicación en la propia Estrategia centradas en la emisión de notas y comunicados de prensa.

- El uso de las nuevas tecnologías es clave para potenciar el conocimiento del Programa Operativo y del Fondo Social Europeo, en general. La utilización de Internet y las redes sociales permiten acceder a la población más joven que inicialmente era la que disponía de un menor conocimiento de las actividades de la Unión Europea.
- La mejora de los sistemas electrónicos de transmisión de información es un elemento de mejora para poder llegar a un público objetivo más amplio.

Estas dos lecciones aprendidas se tratan de forma conjunta. De la información analizada y tal y como han transmitido los actores intervinientes en esta evaluación, la utilización de las páginas web está totalmente consolidada y se procura que la información que en ellas aparece esté actualizada puesto que se es consciente de su importancia como elemento de comunicación masivamente utilizado. Asimismo, la utilización extendida de las redes sociales constituye un elemento diferencial de este período de programación 2014-2020. La difusión a través de ellas permite ampliar el público objetivo al que llegar a través de la difusión de las actuaciones cofinanciadas, así como aumentar su participación en las mismas, especialmente entre la población más joven. Destaca el caso concreto de una actuación desarrollada por GARAPEN en la que se ha ido más allá y además del propósito informativo, se han utilizado las redes sociales para convertir a las personas participantes en las actuaciones en prescriptores de las mismas,

extendiendo de este modo el alcance de la comunicación. La estrategia se ha basado en hacer partícipes a las personas que han pasado por la actuación de manera activa, uniéndose a las redes que tiene el programa y compartiendo las publicaciones y testimonios de experiencias que se cuelgan.

- Se considera clave reforzar el sistema de seguimiento de las actividades de información y publicidad desde el inicio de las actuaciones para poder hacer un seguimiento más efectivo y una cuantificación más fidedigna de los resultados alcanzados. De este modo se podrán adoptar las medidas correctoras necesarias para alcanzar una mayor efectividad con las medidas de información y publicidad previstas.

Aunque este punto se analizará con más detalle en el epígrafe 4.3 de esta evaluación, sí puede señalarse que, del análisis cualitativo de las fuentes primarias (entrevistas mediante cuestionarios dirigidos a los órganos gestores, entrevista al Organismo Intermedio Coordinador y los Grupos de Discusión realizados) se desprende que, en general, el sistema de seguimiento articulado es útil y su valoración por parte de los órganos gestores es alta. Asimismo, en general todos ellos manifiestan haber desarrollado sus procedimientos internos para facilitar el seguimiento y control de las medidas de información y comunicación de cara a facilitar después la cuantificación fidedigna de los indicadores y su posterior transmisión al Organismo Intermedio.

- Se observa que continuar con las labores de información y concienciación de las y los beneficiarios en relación a la información y publicidad, es clave para el conocimiento, por parte del público objetivo, de las políticas existentes, los resultados alcanzados y la contribución de la Unión Europea en el desarrollo del Programa Operativo.

En el apartado de esta Evaluación que mide el Impacto de las Actuaciones de Información y Comunicación puede apreciarse como, fruto de esta labor de información y comunicación de las actuaciones cofinanciadas ininterrumpida que viene realizándose, el grado de conocimiento por parte de la ciudadanía vasca sobre la contribución de la UE al progreso económico y social de esta Comunidad Autónoma, es muy alto, de un 77,4% , habiéndose incrementado con respecto a la evaluación final del período anterior en 11 puntos porcentuales, lo cual es altamente significativo.

A la hora de analizar y evaluar la pertinencia de la estrategia y la validez y consistencia interna de la Estrategia de Comunicación se tienen en cuenta los criterios establecidos en la *Guía Metodológica*.

### 3.1.1. Proporcionalidad

El criterio de proporcionalidad permite valorar la existencia de una correspondencia 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 aproximadamente de **50.000 €**, lo que supone aproximadamente un **0,02%** del importe total previsto en el Programa Operativo del FSE 2014-2020 del País Vasco para el Eje 8 - Asistencia técnica del Programa Operativo (3.000.000€) dentro del Objetivo Específico 3: *Conseguir que los potenciales beneficiarios, así como la sociedad en su conjunto, estén debidamente informados sobre todos los aspectos relevantes del Programa*

*Operativo y puedan actuar en consecuencia.* A través de este Eje podrán financiarse en su caso, estas actuaciones de información y comunicación ya que están previstas específicamente en él. Adicionalmente, los organismos beneficiarios participantes en el Programa Operativo financiarán con su propio presupuesto aquellos gastos de difusión y publicidad de las operaciones que ejecutan en el marco del Programa.

Este porcentaje, si se pone en contraste con el presupuesto total del Programa Operativo FSE del País Vasco 2014-2020, que es de 108.878.214,00 €, supone que tan sólo el **0,00045%** está dedicado a las acciones de información y comunicación.

Aunque estos porcentajes pueden parecer a priori, limitados, hay que tener en cuenta que además de las acciones de información y comunicación incluidas en el eje de asistencia técnica del PO, 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. Esto impide evaluar con certeza la proporcionalidad del presupuesto de la Estrategia de Comunicación con respecto a las actuaciones que están contempladas en la misma.

### 3.1.2. Pertinencia de la estrategia de comunicación

La Unidad Administradora del FSE (UAFSE), por su parte, pertenece a la Red INIO de la Dirección General de Empleo, Asuntos Sociales e Inclusión de la Comisión Europea. Dicha red está compuesta por 28 miembros, uno por cada Autoridad de Gestión del FSE de cada Estado Miembro. La principal prioridad de esta Red Extraoficial de Funcionarios de Información del FSE (INIO, por sus siglas en inglés), es garantizar que todas aquellas personas que puedan utilizar los fondos de la UE a través del Fondo Social Europeo, conozcan esta información.

La red INIO ha convocado reuniones 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.

En la propia Estrategia de Comunicación del PO FSE del País Vasco se destaca el papel que desempeñan las Redes de Comunicación en el proceso de intercambio de buenas prácticas y experiencias en materia de Información y comunicación, mencionándose tanto la Red INIO como el GERIP, creado a nivel nacional, así como las redes nacionales de ámbito temático relativo al principio de igualdad de oportunidades y no discriminación, medio ambiente o igualdad entre hombres y mujeres, que persiguen los mismos objetivos.

El criterio de pertinencia de la Estrategia de Comunicación se analiza respecto a las directrices comunitarias formuladas en materia de comunicación. En este sentido, se valora la adecuación de la Estrategia de Comunicación respecto a la escasa documentación existente en esta materia procedente de la red de comunicación INIO de la Comisión Europea. Teniendo esto en cuenta, se puede decir que se está en línea con dichas directrices.

### 3.1.3. Validez y consistencia interna de la Estrategia de Comunicación

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

- ☐ la información a 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 analiza 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.

La Tabla 2 que se presenta a continuación sintetiza la estrategia, los objetivos y los destinatarios de la Estrategia de Comunicación:

**Tabla 2: Estrategia, Objetivos y Destinatarios de la Estrategia de Comunicación**

ESTRATEGIA	VISIBILIDAD	TRANSPARENCIA	CUMPLIMIENTO NORMATIVA
OBJETIVOS GENERALES	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informar sobre el FSE y contribuir al logro de los objetivos establecidos en el PO.</li> <li>• Dar a conocer los logros y resultados conseguidos en el marco de las ayudas cofinanciadas por el FSE en Euskadi.</li> <li>• Facilitar la adecuada cobertura a los actores implicados en el FSE.</li> <li>• Difundir la información necesaria acerca de la utilización y destino de los recursos financieros comunitarios.</li> <li>• Informar a la opinión pública sobre el papel que desempeña la UE a favor de las actuaciones contempladas en el Programa Operativo.</li> </ul>		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Velar por el cumplimiento de lo dispuesto en los reglamentos comunitarios en materia de publicidad.</li> <li>• Facilitar a todos los interesados y al público en general información sobre el contenido del Programa Operativo y sobre la contribución del Fondo Social Europeo a favorecer el acceso al mercado de trabajo y promover la inclusión social.</li> </ul>		
OBJETIVOS ESPECIFICOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecer las medidas adecuadas para que los beneficiarios potenciales de cada una de las acciones previstas en el Programa Operativo reciban información clara y detallada sobre las mismas.</li> <li>• Fomentar que las actuaciones incluidas en el Programa Operativo se desarrollen con el mayor grado de difusión y transparencia.</li> </ul>		
	3 Niveles de Aplicación	Nivel General	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fomentar la transparencia haciendo llegar a la ciudadanía y a las y los potenciales beneficiarios información sobre las posibilidades que ofrece el PO FSE 2014-2020 del País Vasco.</li> <li>• Fomentar una mayor claridad y visibilidad de la información que se ofrezca del PO FSE 2014-2020 del País Vasco.</li> <li>• Establecer cauces de comunicación claros, sencillos y accesibles entre las y los potenciales beneficiarios y la ciudadanía y la administración pública.</li> </ul>
		Nivel de Programa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asegurar una correcta comprensión de los procesos de acceso al FSE y a las líneas de actuación cofinanciadas.</li> <li>• Dar a conocer de forma comprensible a las y los potenciales beneficiarios las posibilidades de apoyo a las que pueden acceder.</li> <li>• Establecer cauces de comunicación entre los agentes involucrados en el PO FSE 2014-2020 del País Vasco.</li> </ul>
		Nivel de Proyecto	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Transmitir a la opinión pública el tipo de proyectos y/o actuaciones que se realizan con el FSE.</li> <li>• Comunicar, de forma clara y sencilla, los logros que se van alcanzando con la implementación del Programa Operativo, con el fin de que la ciudadanía conozca las prioridades del FSE y en qué se invierten los recursos del Fondo, así como la manera en que estas inversiones pueden mejorar su calidad de vida.</li> </ul>
DESTINATARIOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Beneficiarios Potenciales</li> <li>• Organismos beneficiarios/órganos gestores</li> <li>• Público en general</li> </ul>		

Fuente: *Elaboración propia*

### 3.1.4. 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 la misma y a los recursos disponibles para su ejecución. Esto se analiza

ampliamente en los epígrafes 3.1.1, sobre *Proporcionalidad*, y 4.1.3, sobre la *Adecuación del Presupuesto* del presente informe.

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

Consiste en 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.

El principio de Igualdad se ha considerado desde el momento de la elaboración de la Estrategia, de modo que se ha seguido en su elaboración la “Guía práctica de comunicación con perspectiva de género en las actuaciones cofinanciadas por los Fondos Estructurales y el Fondo de Cohesión” desarrollada en el marco de la Red de Políticas de Igualdad de los Fondos EIE.

La Estrategia establece, además, que el objetivo principal de las obligaciones que en materia de información y comunicación asumen tanto la Autoridad de Gestión como los Organismos Intermedios y los Beneficiarios es trasladar al público en general los resultados de las actuaciones realizadas, dando a conocer los objetivos específicos del Programa Operativo FSE del País Vasco 2014-2020, entre los que se encuentra de forma explícita fomentar la inclusión activa, la igualdad de oportunidades y la no discriminación, a partir de actuaciones dirigidas a la inserción laboral y la innovación social.

El principio de igualdad de oportunidades y no discriminación se recoge además en la Estrategia como uno de los criterios que deben cumplirse y estar suficientemente sustanciados para que una actuación sea considerada como Buena Práctica.

Adicionalmente y de forma más específica, la Estrategia recoge este principio cuando describe el contenido que deben reunir las medidas de información y comunicación, estableciendo que el principio de igualdad debe estar presente mediante la visibilización de la contribución de los Fondos a la igualdad, la puesta en valor del papel de las mujeres y adoptando estrategias de comunicación con enfoque de género en todos y cada uno de los actos y eventos realizados y en los materiales elaborados para cumplir con los fines ya mencionados.

En el epígrafe 6 del presente informe se desarrolla de forma amplia la concreción del principio de igualdad de oportunidades en las medidas de información y comunicación ejecutada en desarrollo de la Estrategia de Comunicación del Programa Operativo FSE 2014-2020 del País Vasco.



## 4. 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 comunicación:

- o Avances en la ejecución de las medidas; en el que se calculará la ejecución de los indicadores tanto de realización como de resultado incluidos en la Estrategia en relación con las metas establecidas para cada uno de ellos.
- o Integración de las actividades de información y comunicación en los IAE; donde se verificará si dichos informes han incluido información sobre estas actuaciones.
- o La repercusión de los sistemas de seguimiento en la calidad de la ejecución de las medidas; estimando si estos procedimientos, previstos en la Estrategia de Comunicación, han redundado en el incremento de la calidad en la ejecución de las medidas.

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

En este apartado lo que se pretende es mostrar el grado de ejecución de los indicadores, tanto de realización como de resultado, teniendo en cuenta las metas establecidas en la Estrategia de Comunicación del PO FSE del País Vasco 2014-2020, es decir, se valorará el avance de las medidas y actuaciones de información y publicidad en relación con lo previsto. A su vez, también se va a comprobar la adecuación del presupuesto ejecutado en materia de información y comunicación en relación con el gasto previsto en dicha Estrategia.

La información sobre la que se va a realizar dicho análisis es la aportada por el propio Organismo Intermedio, diferenciada por gestor, a través de una plantilla Excel facilitada por la UAFSE, que todos los gestores/beneficiarios deben de cumplimentar siguiendo unas indicaciones metodológicas. Los datos recogidos son los establecidos en la Guía, en la que se determina que la evaluación intermedia que se realiza en 2019 incluye toda actuación que se haya realizado en materia de comunicación durante el periodo comprendido desde el 1 de enero de 2014 hasta el 30 de junio de 2019.

Los indicadores han sido reportados por parte del OI Coordinador que es la Dirección de Empleo e Inclusión del Gobierno Vasco, el OI LANBIDE (Servicio Vasco de Empleo) y los trece organismos beneficiarios, que son gestores del Programa Operativo, que son: ASLE – Agrupación de Sociedades Laborales de Euskadi, Instituto Foral de Bienestar Social de Álava (Diputación Foral de Álava), Diputación Foral de Bizkaia, Diputación Foral de Gipuzkoa, Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz, Bilbao Ekintza E.P.E.L, Fomento San Sebastián S.A, Garapen – Asociación Vasca de Agencias de Desarrollo, Escuela Profesional Comarcal LEA ARTIBAI S.Coop, Ehlabe (Inclusión sociolaboral de personas con discapacidad), Asociación Sendotu Aldi Berean para la inclusión social (Peñascal, Agiantza, Cáritas, Erroak, Zabaltzen, Gaztaroa y Araba), Emaus Bilbao SCIS y Suspergintza Elkartea.

Es preciso mencionar, no obstante, que algunos de los Organismos Beneficiarios que participan en este PO lo hacen a través de sus entidades asociadas que son las que ejecutan las operaciones y llevan a cabo también actuaciones de información y comunicación específicas. Este es el caso de ASLE, Garapen, Ehlabe y Sendotu Aldiberean.

### 4.1.1. Indicadores de realización.

En la siguiente tabla se plasma la relación entre la ejecución total de los indicadores de realización y el hito establecido para cada uno en la Estrategia al final del periodo de programación.

**Tabla 3: Indicadores de realización de la Estrategia de Comunicación del PO FSE 2014-2020 del País Vasco.**

Indicadores de realización	Programación	Total	
		Ejecución	%
1. Nº de actividades y actos públicos	400	188	47,00%
2. Nº de acciones de difusión	500	625	125,00%
3. Nº de publicaciones externas realizadas	800	237	29,63%
4. Nº de páginas Web	15	15*	100,00%
5. Nº de soportes publicitarios	250	122	48,80%
6. Nº de documentación interna distribuida	150	79	52,67%
7. Nº de redes de información y publicidad	2	2*	100,00%

\*Por la propia definición estos indicadores el acumulado no supone la suma de los años anteriores, sino que se refleja el número total de webs y redes distintas puestas en marcha a lo largo del periodo.

Fuente: Datos ofrecidos por el OI coordinador del País Vasco sobre la Estrategia de Comunicación 2014-2020 (datos a 30 de junio de 2019)

Como se puede observar, en tres de los siete indicadores ya se han alcanzado las metas antes de lo previsto. Uno de ellos es el indicador número 2, con el que se mide el “Nº de acciones de difusión” que, con un grado de ejecución del 125% ha superado ya el valor previsto en la Estrategia de Comunicación y el segundo es el indicador número 7 con el que se mide el “Nº de redes de información y publicidad” en el que ya se han realizado y se ha participado en las dos redes existentes de información y comunicación. Hay que tener en cuenta que este último indicador únicamente es reportado por la Autoridad de Gestión, en este caso la UAFSE, y recoge la participación tanto en la red INIO como en la red GERIP. En el caso del indicador número 2, sería recomendable realizar una reprogramación al alza del valor previsto para este indicador para adecuarlo de forma más realista a la evolución previsible para el mismo.

El caso del indicador número 4 que recoge el “número de páginas web” es similar puesto que ya ha alcanzado su grado de ejecución previsto para el final del periodo de programación. En este caso, hay que tener en cuenta que el indicador tiene que encontrarse alimentado por tantas páginas web como gestores de este PO existan, más la de la Autoridad de Gestión, en este caso la UAFSE y la web del Organismo Intermedio, en este caso la Dirección de Empleo e Inclusión dentro del Departamento de Empleo y Políticas Sociales del Gobierno Vasco; todo esto hace un total de 16 organismos/gestores. Teniendo en cuenta esto y que lo ejecutado han sido 15 páginas web, existe un gestor que no ha contabilizado la suya y es “Bilbao Ekintza”. Cabe resaltar a su vez que, al limitar el conteo de este indicador a una única página web por organismo beneficiario del PO, no se reflejan las de aquellas entidades asociadas a los organismos beneficiarios sobre las que existen obligaciones de comunicación por recibir fondos y que tienen un gran peso dentro de este PO ya que realizan una cantidad de actuaciones de información y comunicación.

Los indicadores 1 “Nº de actividades y actos públicos”, 5 “Nº de soportes publicitarios” y 6 “Nº de documentación interna distribuida”, muestran un grado de ejecución medio, aunque presenta coherencia con el momento del período de programación en el que se realiza la presente evaluación, con unos 47%, 48,8% y un 52,7% de ejecución respectivamente. Si se continúa con el ritmo de ejecución desplegado hasta la fecha, todo apunta a que será factible alcanzar los valores previstos para cada uno de ellos en la Estrategia de Comunicación.

No obstante, en relación con el indicador 5 “Nº de soportes publicitarios” hay que señalar que, debido a su naturaleza, este tipo de soportes tienden a realizarse en las etapas iniciales del programa y utilizarse a lo largo de todo el periodo, por lo que se recomienda valorar una reprogramación a la baja del valor objetivo establecido en la Estrategia de Comunicación.

Por otra parte, se echa en falta la cumplimentación por parte del OI del indicador 6 “Nº de documentación interna distribuida”, en cuanto a que es quien más documentación de este tipo distribuye y la fuente, de hecho, de la mayor parte de la documentación que los organismos beneficiarios reportan haber distribuido a su vez internamente. Si se tuviera este dato es muy posible que el valor meta de este indicador se hubiese ya alcanzado en su totalidad o estuviese muy cercano a su cumplimiento.

El caso del indicador número 3 “Nº de publicaciones externas realizadas”, con casi un 30% de ejecución, es el que va a precisar de un mayor impulso para poder alcanzar su meta al final del período de programación.

Como conclusión general puede decirse que, a 30 de junio de 2019 y teniendo en cuenta lo que resta del periodo programación, los resultados en materia de comunicación sobre el global de estos indicadores de realización se consideran adecuados, aunque habrá que esperar a la evaluación final del mismo para saber si se consigue o no cumplir las metas previstas.

Para realizar un análisis más exhaustivo, se presenta a continuación en la Tabla 4 la consecución en la ejecución de los distintos indicadores de realización por anualidad, con la finalidad de mostrar en qué momento se ha producido un mayor impulso en materia de información y comunicación por parte de los distintos gestores/beneficiarios en el marco del PO FSE de 2014-2020 del País Vasco.

**Tabla 4: Indicadores de realización de la Estrategia de Comunicación del PO FSE 2014-2020 del País Vasco por anualidad.**

Indicadores de realización	Prog.	2015		2016		2017		2018		2019 (30 de junio)		Total	
		Ejec.	%	Ejec.	%	Ejec.	%	Ejec.	%	Ejec.	%	Ejec.	%
1. Nº de actividades y actos públicos	400	14	3,50%	35	8,75%	45	11,25%	64	16,00%	30	7,50%	188	47,00%
2. Nº de acciones de difusión	500	24	4,80%	108	21,60%	160	32,00%	189	37,80%	144	28,80%	625	125,00%
3. Nº de publicaciones externas realizadas	800	9	1,13%	24	3,00%	51	6,38%	97	12,13%	56	7,00%	237	29,63%
4. Nº de páginas Web	15	5	33,33%	7	46,67%	11	73,33%	14	93,33%	7	46,67%	15	100,00%
5. Nº de soportes publicitarios	250	4	1,60%	19	7,60%	43	17,20%	38	15,20%	18	7,20%	122	48,80%
6. Nº de documentación interna distribuida	150	1	0,67%	6	4,00%	9	6,00%	61	40,67%	2	1,33%	79	52,67%
7. Nº de redes de información y publicidad	2	2	100,00%	2	100,00%	2	100,00%	2	100,00%	1	50,00%	2	100,00%

Fuente: Datos ofrecidos por el OI coordinador del País Vasco sobre la Estrategia de Comunicación 2014-2020 (datos a 30 de junio de 2019)

Los porcentajes que se presentan en los diferentes años se han obtenido de la división de lo ejecutado ese año entre lo programado para todo el período de programación en su conjunto. Para la obtención de los distintos valores de los indicadores se ha realizado un sumatorio de los datos obtenidos en las diferentes anualidades, a excepción de los indicadores 4 y 7, siguiendo su metodología de cálculo específica, tal como se ha mencionado anteriormente.

Como se puede observar, el año que presenta una mayor ejecución es 2018, excepto en el indicador número 5, en que la anualidad de realización de un mayor número de soportes publicitarios ha sido 2017. Es por esto que puede apreciarse que conforme el programa operativo va adquiriendo una mayor consistencia y las operaciones y actuaciones se ponen en marcha, también lo hacen las medidas de información y comunicación, alcanzándose resultados adecuados en esta materia. Es más, se puede prever que, de seguir así, al final del periodo se podrían alcanzar las metas propuestas en la estrategia en todos los indicadores.

En el caso de las publicaciones externas realizadas, es decir, el indicador número 3, se alcanza un menor porcentaje de ejecución en este indicador. La tipología de publicaciones externas que se recogen en el mismo varía en función de si se trata de publicaciones dirigidas a la gestión (por ejemplo, manuales, dosieres o memorias) o más bien hacia la difusión (por ejemplo, trípticos, folletos informativos, tarjetas para actos, vídeos o híbridos como un boletín informático (*newsletter*)).

En el caso del primer tipo, suelen realizarse en momentos determinados del tiempo, normalmente en los momentos iniciales del período de programación o cuando hay que rendir cuentas sobre la gestión. En el segundo caso, se emiten este tipo de publicaciones bien ligadas a la celebración de actos de difusión o bien de forma periódica. En todo caso la realización de publicaciones externas es un acto cuya frecuencia suele ir ligada a hechos o momentos concretos, por lo que el incremento del volumen de ejecución de este indicador de manera discrecional por los órganos gestores no es ilimitado, sino que va ligado a la frecuencia de estos hitos que llevan aparejada la necesidad de realizar estas publicaciones.

Dado el menor nivel de ejecución de este indicador y de cara a alcanzar el valor programado en la Estrategia para el final del período de programación, será necesaria, bien una mayor intensidad en las actuaciones que lo alimentan, lo que puede realizarse pero no de forma ilimitada por las razones que acaban de reflejarse, o bien un planteamiento de reprogramación a la baja del valor previsto del mismo, para adecuarlo de forma más coherente a las expectativas de evolución del mismo para el final del período de programación.

Si se tiene en cuenta la aportación realizada por organismos a los indicadores de realización a través de las actuaciones de información y comunicación realizadas, se observa como el Organismo Gestor que contribuye en mayor medida al nivel de ejecución de todos ellos en comparación con el resto, sin tener en cuenta a la AG ni a los OOII es, sin ninguna duda, Garapen – Asociación Vasca de Agencias de Desarrollo, ya que en la totalidad de los indicadores que se pueden comparar<sup>4</sup> presenta una ejecución sobre el global superior al 15%, pero además en el caso del indicador número 2 en el que se mide el número de acciones de difusión, este gestor ejecuta más de la mitad de las acciones realizadas (50,4%). Ello refleja no sólo el compromiso de este organismo beneficiario con la

---

<sup>4</sup> En esta comparación se prescinde del Indicador 4, sobre el número de páginas web, que se contabiliza una página web por cada organismo gestor y del indicador número 7 que es alimentado únicamente por la AG.

comunicación sino el hecho de que todas las agencias de desarrollo participantes, un total de 20, también reportan sus indicadores.

#### 4.1.2. Indicadores de resultado.

Con el análisis de los indicadores de resultado se pretende conocer cuál es el efecto que están teniendo los indicadores de realización, es decir, cuál es el impacto que las actuaciones tienen directamente sobre las personas destinatarias de las mismas. Teniendo en cuenta todo eso, los indicadores de resultado obtenidos son los que se presentan en la siguiente tabla.

**Tabla 5: Indicadores de resultado de la Estrategia de Comunicación del PO FSE 2014-2020 del País Vasco.**

Indicadores de resultado	Programación	Total	
		Ejecución	%
1. Nº de asistentes	200.000	19.038	9,52%
3.1. % de publicaciones distribuidas/editadas	95%	86,83%	
3.2. Nº de puntos de distribución	7	7	100%
4. Nº de visitas en páginas Web	3.000.000	1.212.828	40,43%
6. % de organismos cubiertos	100%	100,0%	
7.1. Nº reuniones	50	23	46,00%
7.2. Nº asistentes	250	27	10,70%

Los porcentajes de la tabla muestran que existen dos indicadores: “Nº de puntos de distribución” y “% de organismos cubiertos” que ya han alcanzado los hitos previstos en la Estrategia de Comunicación para este periodo ambos con 100%. Estos dos indicadores muestran que existe una ejecución que se adecúa totalmente con lo previsto, por lo que los gestores están llevando a cabo unas medidas de diseminación de las actuaciones que son cofinanciadas a través de las medidas de comunicación e información. Siguiendo las indicaciones aportadas por el Organismo Intermedio, Dirección de Empleo e Inclusión del Gobierno Vasco, a los órganos gestores para el reporte de los indicadores, el indicador con el que se miden los puntos de distribución tiene que ser entendido como el nº de categorías de puntos de distribución o grupos de destinatarios. Pueden ser categorías como: empresas, centros educativos, oficinas Lanbide, entidades del Tercer Sector, Administraciones Públicas, Ayuntamientos o Agencias de Desarrollo, lugares públicos (bibliotecas, polideportivos, incluso la calle), lo que resulta en un máximo de siete puntos de distribución, que son los que han utilizado los gestores para reportar la información relativa a este indicador.

En cuanto a la contribución de los gestores a los valores alcanzados por los indicadores de resultado, no se van a tener en cuenta en el análisis los indicadores 3.1 y 6 que para todos los gestores alcanzan valores del 100% de cobertura o cercanos a éste, así como el indicador relativo a puntos de distribución (3.2), ni los indicadores 7.1 y 7.2, que son alimentados por la Autoridad de Gestión. Por tanto, el análisis se centra en la contribución a aquellos indicadores que pueden compararse que son: el “Nº de asistentes” a las actividades y actos públicos (Indicador 1) y “Nº de visitas a las páginas web” (Indicador 4). Teniendo en cuenta lo anterior, analizando individualmente la contribución de los gestores a la ejecución de los mismos, pueden destacarse dos, que son quienes contribuyen con sus actuaciones en mayor medida al valor alcanzado por cada indicador. En el caso del “Nº de asistentes” se destaca a Suspergintza Elkartea, ya que, habiendo realizado un total de 28 actos o actividades públicas, y teniendo 5.246 personas participantes, representa el 27,6% del total de este indicador. En cuanto al “Nº de visitas a las páginas web” se destaca a Fomento San Sebastián S.A, ya que su página web, dada de alta durante todo el periodo en el que se recoge la información que alimenta

este indicador (2015-2018), tiene un promedio de visitas de 322.303, lo que supone el 26,6% del total del indicador, a gran distancia del resto de órganos gestores.

Como en el caso anterior, a continuación, se establece la evolución de estos indicadores de resultado sobre las distintas anualidades del programa. Como se puede observar en la tabla 6, ocurre lo mismo que en el caso de los indicadores de realización analizados, es decir, de manera lógica, conforme el programa va alcanzando una velocidad constante de ejecución, la posibilidad de comunicar las acciones cofinanciadas aumenta. Es por esto que las anualidades que presentan una mayor ejecución de los indicadores de resultados son 2017 y 2018.

Antes de entrar en este análisis más desgranado, es importante tener en cuenta que los resultados de la siguiente tabla se presentan como la media conseguida por anualidad y en el total se presenta como la media sobre esas anualidades, siguiendo la metodología establecida para el cálculo de los indicadores de comunicación de los Programas Operativos en la Guía Metodológica emitida por las Autoridades de Gestión. Es por esto que, en el indicador que mide el “% de publicaciones distribuidas y editadas”, el resultado no se corresponde con lo establecido en la Tabla 5, debido a que presentan cálculos distintos. El primero de los cálculos se consigue por la media de la suma del promedio de cada gestor y el segundo, como ha quedado explicado antes, como la media de los promedios de las distintas anualidades.

**Tabla 6: Indicadores de resultado de la Estrategia de Comunicación del PO FSE 2014-2020 del País Vasco por anualidad.**

Indicadores de realización	Prog.	2015		2016		2017		2018		2019 (30 de junio)		Total	
		Ejec.	%	Ejec.	%	Ejec.	%	Ejec.	%	Ejec.	%	Ejec.	%
1. Nº de asistentes	200.000	671	0,34%	4.202	2,10%	4.796	2,40%	6.452	3,23%	2.917	1,46%	19.038	9,52%
3.1. % de publicaciones distribuidas/editadas	95%	75,00%		100,00%		92,25%		81,55%		80,09%		88,47%	
3.2. Nº de puntos de distribución <sup>5</sup>												7	100%
4. Nº de visitas en páginas Web	3.000.000	978.721	32,62%	927.020	30,90%	1.593.985	53,13%	1.275.691	42,52%	-	-	1.212.828	40,43%
6. % de organismos cubiertos	100%	100,00%		100,00%		100,00%		100,00%		100,00%		100,00%	
7.1. Nº reuniones	50	5	10,00%	5	10,00%	5	10,00%	6	12,00%	2	4,00%	26	46,00%
7.2. Nº asistentes	250	27	10,80%	27	10,80%	27	10,80%	27	10,80%	26	10,40%	27	10,70%

El análisis puede complementarse tomando la vinculación de estos indicadores de resultado con los indicadores de realización antes analizados, que deben ir en consonancia y tener una evolución coherente. De este modo, si se analiza el indicador de realización 4 que mide las páginas webs (que alcanza un porcentaje del 100% sobre lo ejecutado) y su efecto sobre el indicador de resultado 4, que mide el “Nº de visitas en páginas Web” se observa que este último disminuye de manera exponencial hasta un 40,43%. Esta disminución se debe en parte a que algunos gestores no contabilizan el número de visitas a sus páginas webs, pero también a que solo se están teniendo en cuenta las visitas a las páginas de los propios gestores y no a todas las agencias que trabajan en actuaciones cofinanciadas

<sup>5</sup> No se ha realizado el análisis por anualidad de este indicador, al no diferenciarse en las hojas de cálculo de reporte de los indicadores por los gestores a qué grupos de destinatarios o puntos de distribución han utilizado, no pudiendo por tanto contabilizarlos año a año. Por el contrario, el valor total que sí se conoce y es el máximo ya que, por la propia naturaleza de los órganos gestores, entre todos se dirigen a todos los grupos definidos alcanzando, por tanto, ese máximo (siempre siguiendo la metodología de cálculo que el Organismo Intermedio les ha trasladado en sus indicaciones de reporte de los indicadores).



con FSE ya que, de ser así, el valor de este indicador aumentaría. A su vez, hay que destacar el caso atípico que ocurre con el OI LANBIDE ya que, aunque ejecuta muchos programas cofinanciados, no tienen la posibilidad de discriminar las visitas únicamente a estos dentro de su página web y recoge las visitas a todos ellos. Es por esto por lo que, para el presente análisis, el volcado sobre el número de visitas a la página web de este organismo no se ha tenido en cuenta, ya que presenta un valor muy desproporcionado en comparación con el resto de gestores de este PO, con un total, a modo de ejemplo, de 57.444.617 de visitas en 2018, lo que distorsionaría mucho la implicación y participación del resto<sup>6</sup>.

En el caso del indicador de realización número 7 con el que se miden las reuniones de las redes de comunicación, quedan reflejadas sobre los indicadores de resultado “Nº reuniones” y “Nº asistentes” a estas reuniones, indicador que únicamente es alimentado por la AG, pero la previsión realizada sobre estos es muy elevada y dada la metodología a la hora de recoger el último de estos dos indicadores, que no suma sino que contabiliza el último dato que se haya registrado en cada una de las dos redes de comunicación (GERIP e INIO), se propone una reprogramación del indicador “Nº asistentes” para adecuarlo a la evolución prevista de este indicador, dado el número programado de reuniones de las redes de comunicación a celebrarse en lo que resta de período de programación.

Para el indicador número 1, que contabiliza el número de asistentes a los actos de comunicación y difusión realizados, hay que destacar el cambio sustancial en cuanto a ejecución que se da del indicador de realización al de resultado. En el primero de ellos se registra la existencia de 188 actos y actividades públicas durante lo que se lleva de período con un total de 19.038 asistentes, suponiendo un 9,52% sobre el total.

Este indicador aglutina una amplia tipología de actos de comunicación y difusión, que convocan a un número enormemente variable de asistentes, debido a su propia naturaleza. Por ejemplo, los talleres, las jornadas o charlas informativas o las reuniones varían en el número de asistentes, pero se mantienen en una horquilla aproximada que varía entre, alrededor de 8-12 (caso de algunas reuniones), 20 participantes en el caso de los talleres, o 35-50 en el caso de las charlas o jornadas informativas.

Sin embargo, en el lado opuesto del espectro están los actos que generalmente tienen una periodicidad tasada y en su mayoría, anual, como las asambleas generales anuales en el caso de algunos órganos gestores, a la que acuden una media de 120 participantes, o los congresos celebrados, la Gala Bilbao Emprende, el Foro de Economía Social o incluso el Día de Europa. Todas ellas convocan a un mayor número de asistentes (por ejemplo, entre 500 en el caso del Foro o hasta incluso 1.200 en el caso de algunas ediciones del Día de Europa). La convocatoria y periodicidad de estos actos es anual, por lo que no es discrecional incrementar su frecuencia, hecho que podría contribuir a incrementar el valor del indicador de resultados N°1.

Por todo ello, por un lado, se recomendaría incrementar el ritmo de realización de actividades cuya convocatoria depende el órgano gestor en concreto y que alimentan este indicador. No obstante, debido a lo explicado anteriormente, esto por sí mismo no sería suficiente para incrementar el valor del indicador hasta alcanzar el valor programado para el mismo al final del período de programación,

---

<sup>6</sup> Tampoco se ha tenido en cuenta para el cálculo de este indicador las visitas que se hayan volcado en la anualidad 2019, ya que al ser una media anual por gestor la que se tiene en cuenta para su computo solo se utilizan aquellas visitas hasta el 31 de diciembre de 2018.



que es de 200.000 asistentes. Por ello, parece recomendable adicionalmente reprogramar el valor objetivo del indicador 1, relativo al nº de asistentes para que sea más coherente con la evolución prevista del mismo hasta el final del período de programación.

A modo de síntesis se presenta la siguiente tabla en la que se encuentran todos los indicadores anteriormente analizados pudiéndose apreciar las relaciones entre los indicadores de realización y resultados que se acaban de analizar.

**Tabla 7: Indicadores de Seguimiento y Evaluación Estrategia de Comunicación del PO FSE 2014-2020 del País Vasco.**

Tipo de actividad	Indicadores de realización	Programación	Total		Indicadores de resultados	Programación	Total	
			Ejecución	%			Ejecución	%
1	Nº de actividades y actos públicos	400	188	47,00%	Nº de asistentes	200.000	19.038	9,52%
2	Nº de acciones de difusión	500	625	125,00%				
3	Nº de publicaciones externas realizadas	800	240	30,00%	% de publicaciones distribuidas/editadas	95%	86,83%	
					Nº de puntos de distribución	7	7	100%
4	Nº de páginas Web	15	15	100,00%	Nº de visitas en páginas Web	3.000.000	1.212.828	40,43%
5	Nº de soportes publicitarios	250	122	48,80%				
6	Nº de documentación interna distribuida	150	79	52,67%	% de organismos cubiertos	100%	100,00%	
7	Nº de redes de información y publicidad	2	2	100,00%	Nº reuniones	50	18	36,00%
					Nº asistentes	250	27	10,70%

### 4.1.3. Adecuación del presupuesto.

En la Estrategia de Comunicación del PO FSE 2014-2020 del País Vasco se determina que la asignación prevista por parte de la Dirección de Empleo e Inclusión para la realización de las actividades previstas en materia de información y comunicación sobre las actuaciones cofinanciadas será aproximadamente 50.000€ para el período 2014-2020, con una cofinanciación del FSE del 50%. A su vez, se aclara que este presupuesto solo será gestionado por los Organismos Intermedios del Programa Operativo, es decir, la propia Dirección de Empleo e Inclusión y LANBIDE (Servicio Vasco de Empleo), como los dos únicos OOII de este PO.

**Tabla 8: Montante estimado por los OOII del PO FSE 2014-2020 del País Vasco.**

Presupuesto ejecutado	Montante estimado			
	LANBIDE	DPIE	Ejecución	%
1. Nº de actividades y actos públicos	46.139,96	968,3	47.108	40,6%
2. Nº de acciones de difusión	28.264,75	0	28.265	24,4%
3. Nº de publicaciones externas realizadas	2.586	86,5	2.673	2,3%
4. Nº de páginas Web	0	0	-	0,0%
5. Nº de soportes publicitarios	37.830	129,47	37.959	32,7%
6. Nº de documentación interna distribuida	0	0	-	0,0%
7. Nº de redes de información y publicidad	0	0	-	0,0%
<b>Total</b>	<b>114.820,71</b>	<b>1.184,27</b>	<b>116.004,98</b>	<b>100%</b>

Fuente: Datos ofrecidos por el OI coordinador del País Vasco sobre los Planes de Comunicación 2014-2020 (datos a 30 de junio de 2019)

Siguiendo esta directriz, se puede comprobar que la Dirección de Empleo e Inclusión ha identificado en la estimación de gastos de comunicación un montante muy discreto, ya que no llega a 1.200€ y en cualquier caso no está reconocido como tal en las partidas de gasto certificadas a la Comisión. Esto se debe a que, como consecuencia de la obligación de certificar el gasto mediante una opción de costes simplificados, dicho OI Coordinador ha optado por un tipo fijo del 15% para toda clase de gastos directos e indirectos entre los que se han incluido los gastos de comunicación.

En el caso del segundo Organismo Intermedio, el Servicio Vasco de Empleo (LANBIDE) presenta unos valores muy diferentes, ya que a 30 de junio de 2019 tiene como montante ejecutado casi 115.000€, lo que supone más del doble de lo que se estimó en la Estrategia, aunque desde el OI coordinador se ha especificado que Lanbide había optado por no cofinanciar ninguna de las acciones de publicidad. No obstante, este Organismo sí ha consignado, a modo informativo, el gasto que le supone algunas de las acciones.

Si se tiene en cuenta las actuaciones realizadas por los organismos beneficiarios y el gasto realizado y reportado por el resto de gestores que participan dentro de este Programa Operativo, siempre teniendo en cuenta que su montante no se tiene en cuenta dentro de los 50.000€ establecidos en la Estrategia, las conclusiones sobre la adecuación de un presupuesto general por ese importe serían aún más contundentes, ya que el gasto reportado es casi cinco veces superior al anterior referido a los OOII.

**Tabla 9: Montante estimado por los OOII y Gestores/Beneficiarios del PO FSE 2014-2020 del País Vasco.**

Presupuesto ejecutado	Montante estimado	
	Ejecución	%
1. Nº de actividades y actos públicos	157.298	28,0%
2. Nº de acciones de difusión	93.705	16,7%
3. Nº de publicaciones externas realizadas	127.107	22,6%
4. Nº de páginas Web	62.533	11,1%
5. Nº de soportes publicitarios	119.002	21,2%
6. Nº de documentación interna distribuida	1.674	0,3%
7. Nº de redes de información y publicidad	-	0,0%
<b>Total</b>	<b>561.319,78</b>	<b>100%</b>

Fuente: Datos ofrecidos por el OI coordinador del País Vasco sobre la Estrategia de Comunicación 2014-2020 (datos a 30 de junio de 2019)

Las actuaciones a las que se destina un mayor volumen de gasto son las que se encuadran dentro de los indicadores 1 (Nº de actividades y actos públicos) y 3 (Nº de publicaciones externas realizadas), a las que los gestores del programa destinan un presupuesto muy superior a los OOII.

Si se hace una distinción entre cuales son los gestores que destinan un mayor gasto a las actuaciones de información y comunicación, sin tener en cuenta a la AG ni a los OOII, destaca Diputación Foral de Bizkaia con 71.155€ seguida de Suspergintza con un montante de 56.820€, que suponen el 12,7% y el 10,1% respectivamente del total de gasto estimando.

No obstante, todo el análisis del presupuesto es meramente teórico porque se basa en unos parámetros que, en el marco de esta evaluación, han de tenerse en cuenta:

- Los importes reportados por los organismos son meramente estimativos y no existen unas instrucciones consensuadas de cómo hay que realizar esta estimación de modo homogéneo y riguroso. En este contexto, unos organismos utilizan unos criterios de cálculo exhaustivos (coste de las facturas directas, horas de personal implicado, costes indirectos, ...), otros utilizan criterios más restrictivos (factura directa) y otros directamente no estiman el coste puesto que no lo van a certificar.
- Esto es así, en buena parte, porque en este periodo de programación, las operaciones tienen que ir certificadas mediante alguna de las opciones de costes simplificados, lo cual implica que los costes particulares de las acciones de comunicación quedan diluidos en los porcentajes de las tasas fijas, en los baremos estándar utilizados e incluso en el conjunto de un servicio contratado en su totalidad. Esto hace que los organismos registren y hagan un seguimiento de las actuaciones, pero no del coste asociado.

Por tanto, teniendo en cuenta la estimación que se hace sobre el gasto relativo a las actuaciones de información y comunicación de aquellas acciones cofinanciadas por el FSE en el País Vasco, se podría pensar en una recomendación de adecuar el presupuesto a las necesidades de comunicación manifestadas en la ejecución del Programa, ya que los OOII han ejecutado un presupuesto mayor que el que se estimó en la Estrategia. E incluso, se podría plantear tener en cuenta en este presupuesto el posible montante que detallan los diferentes gestores ya que son participantes activos

de dicho PO y tienen unas obligaciones en materia de comunicación y publicidad de todas aquellas acciones que sean cofinanciadas por el FSE.

Sin embargo, en un contexto en el que la asistencia técnica, eje en el que está integrado el objetivo específico de comunicación, está destinada a justificarse mediante un % del total de lo certificado en los otros ejes, la discusión sobre la adecuación de presupuesto en comunicación no parece muy pertinente en este caso.

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

En este epígrafe se verifica si se está aportando la información necesaria sobre las actuaciones de información y comunicación de manera periódica en los Informes Anuales de Ejecución (en adelante IAE).

Como se ha podido comprobar en los diferentes IAE correspondientes a las anualidades de 2014-15, 2016, 2017 y 2018, en las anualidades de 2016 y 2018, en cumplimiento de lo establecido en los artículos 50 y 111 del Reglamento (UE) 1303/2013, se recogen las actividades en materia de información y publicidad en el marco del Programa Operativo FSE 2014-2020 del País Vasco a través de los indicadores que cada organismo gestor reporta periódicamente en un apartado específico (apartado 12.2 “Resultados de las medidas de información y publicidad de los Fondos aplicadas conforme a la estrategia de comunicación”).

En los casos de los IAEs de 2015 y 2017 no se incluye información al respecto en un apartado específico. No obstante, en el caso del primer Informe Anual de Ejecución correspondiente a la anualidad 2015, en el Resumen para el Ciudadano se explica que se ha celebrado el primer Comité de Seguimiento desde la aprobación del Programa Operativo y que se ha aprovechado para realizar el Acto de Lanzamiento del mismo. En el caso del IAE de 2017, dado que a nivel reglamentario no existía la obligación de reportar esa información, consecuentemente, siguiendo las indicaciones recibidas desde la UAFSE, se encontraban exentos de cumplimentarlo, debiendo elaborar un Anexo recogiendo los avances realizados en cuanto a las medidas de información y comunicación para presentarlo en el Comité de Seguimiento del Programa Operativo.

Por tanto, los IAE cumplen las obligaciones en materia de información y comunicación sobre las actividades de información y publicidad llevadas a cabo en cada anualidad dentro del marco de este PO FSE 2014-2020 del País Vasco.

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

Con la finalidad de conocer la repercusión de los sistemas de seguimiento en la calidad de la ejecución de las medidas de información y comunicación puestas en marcha, se establecen una serie de aspectos clave a través de las que poner de manifiesto el nivel de cumplimiento y de ejecución de las obligaciones que se establecen en la normativa europea en esta materia dentro de la Estrategia de Comunicación del PO FSE 2014-2020 del País Vasco.

A continuación, se analizan estas siete cuestiones relevantes referidas a la calidad de la ejecución de las medidas. La información para la cumplimentación de este apartado se ha obtenido sobre todo a través de las herramientas de evaluación de tipo cualitativo empleadas, tanto las entrevistas a las Autoridades de Gestión y al Organismo Intermedio, como a los órganos gestores de los Programas Operativos y las conclusiones alcanzadas a lo largo de los grupos de discusión celebrados en el marco de esta evaluación.

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

Por parte del Organismo Intermedio destaca la elaboración del Manual de Comunicación del Fondo Social Europeo del País Vasco 2014-2020, a través del que se detallan y concretan las obligaciones que todos los beneficiarios, organismos públicos y privados responsables de iniciar, gestionar y ejecutar las operaciones cofinanciadas con cargo al FSE País Vasco 2014-2020 deben cumplir en materia de información y comunicación. Asimismo, se explica con detalle la metodología del cálculo de los indicadores de comunicación y se concretan las características técnicas que debe cumplir el emblema reglamentario que debe incluirse en todos los elementos de publicidad que se desarrollen. Se recogen también ejemplos ilustrativos de herramientas de información y comunicación que incluyen los requisitos preceptivos en la materia para que puedan servir de elemento de consulta. El Manual es una herramienta que se utiliza frecuentemente y es muy bien valorada por todos los beneficiarios.

Por su parte, los órganos gestores de las actuaciones del programa, en muchos casos también emiten sus propias instrucciones dirigidas a las entidades beneficiarias de las mismas, tanto en forma de plantillas de documentos como detallando las obligaciones preceptivas que éstos deben cumplir en las propias convocatorias de subvenciones. Asimismo, es frecuente que los gestores se reúnan con otros servicios dentro de sus propios organismos (por ejemplo, los gabinetes de prensa) para trasladarles la necesidad de cumplir con los requisitos de información y comunicación en la documentación, publicaciones, notas de prensa y en general, cualquier elemento de comunicación que salga hacia el exterior. Al inicio del período se establecen las bases de trabajo iniciales y con ellas se trabaja a lo largo del mismo. El esfuerzo se realiza al principio y luego hay una atención permanente y un control, que es constante, aunque se incrementa anualmente en torno a la fecha de elaboración del IAE, puesto que debe reportarse al OI la información relativa a las actividades de comunicación.

Hay que destacar que, si se observan los indicadores de impacto, tal como se recoge en el apartado 7 del presente Informe de Evaluación, que hacen referencia a la tasa de conocimiento de las obligaciones en materia de información y comunicación por parte de los órganos gestores, así como de satisfacción con la información trasladada y de utilidad de la misma, los porcentajes que alcanzan son realmente muy altos. Así, en el primer caso, la tasa de conocimiento de las obligaciones es del 71,6% y la tasa de satisfacción con la información trasladada para el cumplimiento de las mismas, del 71,2%. Los gestores también valoran de forma muy positiva la utilidad de dicha información, con una tasa superior al 82%.

En conclusión, de todo ello puede afirmarse que estas instrucciones, además de cumplir con su objetivo informativo, lo hacen de una forma altamente valorada y útil para su aplicación en la actividad de los gestores.

### *Análisis de la estructura y funcionamiento del GERIP y resto de redes regionales.*

El Organismo Intermedio pertenece a una red de comunicación de ámbito nacional (GERIP) cuya relevancia radica en que en sus reuniones se tratan todas las cuestiones que pueden surgir en el ámbito de las obligaciones de información y comunicación, así como se trasladan las instrucciones

pertinentes en la materia desde la Autoridad de Gestión a las personas responsables de comunicación dentro de los Organismos Intermedios de los Programas Operativos. Otra ventaja de pertenecer al GERIP es que se trata de una manera de tener contacto directo con la Autoridad de Gestión en materia de comunicación, lo que da pie a la puesta en común de posibles dudas, dificultades, etc., favoreciendo la realización de una estrategia común de comunicación entre los distintos actores implicados estableciendo unas pautas y criterios homogéneos consolidados.

Las reuniones del GERIP se celebran con una periodicidad trimestral, si bien la asistencia por parte del Organismo Intermedio a las mismas es irregular. El OI refiere que, si bien valora los aspectos positivos mencionados, cuestiona sin embargo tanto la forma de funcionamiento como el formato de planteamiento, debate y toma de decisiones en su seno, así como el claro sesgo FEDER y la escasa consideración a la idiosincrasia FSE.

### ***Calidad de los procedimientos establecidos.***

En general los procedimientos establecidos son altamente valorados por todos los gestores que hacen un amplio uso de las herramientas que el Organismo Intermedio les proporciona para facilitarles el cumplimiento de las obligaciones en materia de información y comunicación. Esto se realiza por distintas vías, como a través del Manual anteriormente mencionado, de la información que les facilita el propio Organismo, en el proceso de resolución de dudas en cuanto a la cumplimentación del Excel de volcado de los indicadores de comunicación cuando se les solicita o de cara a aportar su información con respecto a las actuaciones de información y comunicación realizadas en los Informes Anuales de Ejecución. El Manual lo tienen interiorizado y además van registrando y guardando los elementos de comunicación, así como tienen puesto en marcha y aplican sistemas internos de recogida de información que les permiten hacer el reporte anual al OI.

Por otro lado, los gestores valoran en gran medida la información que se les facilita y además la consideran en su gran mayoría muy útil, tal y como ellos mismos han manifestado tanto en los cuestionarios cumplimentados al efecto como en los grupos de discusión. Todo ello son indicadores de la calidad de los procedimientos establecidos.

Asimismo, los gestores también trasladan instrucciones en esta materia a los beneficiarios y velan por que estos cumplan con los requisitos establecidos reglamentariamente. Se produce una alineación entre todos los implicados: a las entidades prestatarias del servicio les obligan a cumplir las obligaciones de comunicación de la UE y ellos también lo hacen. Cuando se dirigen a las personas beneficiarias finales también intentan que estén alineadas y transmitirles el mensaje de que la actuación está cofinanciada y la importancia del Fondo. En este sentido, valoran el cumplimiento por parte de estos como alto también, lo que es otro indicador de la calidad de los procedimientos puestos en marcha.

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

Desde el punto de vista de los recursos humanos, de forma general, en el caso de los órganos gestores, la realización de las labores de información y comunicación es llevada a cabo por las mismas personas encargadas de la gestión de las actuaciones cofinanciadas. Se trata por tanto de un trabajo que viene a sumarse a las labores derivadas de la misma que, tal y como se ha manifestado por ellos, es un “extra” que les lleva tiempo, aunque, por otro lado, se reconoce unánimemente su

necesidad, puesto que se trata de aplicar obligaciones reglamentarias. Por parte de los órganos gestores se detecta una doble necesidad en cuanto a información y comunicación: por un lado, deben difundir los proyectos para conseguir atraer al mayor número de personas y así ampliar el impacto de las actuaciones, pero además es necesario cumplir con los requisitos de comunicación reglamentarios para que el proyecto pueda ser cofinanciado, siendo ésta es una obligación que le exigen además desde el OI.

Desde el punto de vista de los recursos económicos, en muchas ocasiones no se dispone de un presupuesto específico destinado a estas actuaciones de información y comunicación, lo que hace que muchas veces los gestores deban estimar este gasto a la hora de reportar los indicadores de comunicación. La dificultad que entraña es que se puede estimar de forma más realista el precio de los materiales físicos como folletos, o carteles, pero no se puede estimar el coste del trabajo/dedicación de llevar a cabo las propias actuaciones, ya que el valor de este tiempo se interioriza. Todo ello implica que el presupuesto económico reportado en los indicadores de comunicación sea una estimación que puede ser más o menos realista.

Como mejoras posibles en este ámbito, por parte de los gestores se propone la colaboración de personal especializado en información y comunicación para apoyarles en esta tarea, ya que ellos no son profesionales y esto a veces supone una limitación de cara a difundir el mensaje, pudiendo ampliarse en gran medida el impacto del mismo con una mayor especialización en ésta. Asimismo, se propone que cuando se apruebe la asignación presupuestaria se contemple como coste directo la gestión y coordinación de la comunicación, lo que permitiría asimismo realizar más y mejores actividades de comunicación.

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

El apoyo informático, en ausencia de una herramienta específica en la que volcar los resultados de los indicadores que, por otro lado, no es obligatoria desde el punto de vista reglamentario, se concreta en la utilización de unas hojas Excel homogéneas facilitadas por la Autoridad de Gestión en las que se recoge bajo los mismos criterios metodológicos la información relativa a los indicadores de comunicación. A través de este sistema se facilita el seguimiento de la Estrategia de Comunicación al favorecer la homogeneidad de los datos reflejados y la centralización de su volcado, puesto que todos los gestores envían esta información al Organismo Intermedio Coordinador.

Por otro lado, LANBIDE, que también es Organismo Intermedio del Programa Operativo, posee su propia herramienta informática en la que se recoge la información relativa a la gestión de los programas que desarrolla, incluyendo los cofinanciados por el PO, así como los indicadores de gestión. Esta herramienta, si bien no específicamente dirigida al seguimiento de las actuaciones de información y comunicación, sí contribuye a asegurar la calidad del seguimiento y de la ejecución en general de los programas ejecutados.

Además de esta aplicación, la AG y el Organismo Intermedio Coordinador del PO disponen de páginas webs donde se pone a disposición de los organismos gestores, beneficiarios, y público en general, toda la información referida al PO y su ejecución, lo cual resulta necesario, así como es práctico y útil para la ejecución y seguimiento del mismo.



Se detecta por parte de los órganos gestores que la incorporación de las nuevas tecnologías en las herramientas de comunicación, así como la utilización de las Redes Sociales para la difusión ha supuesto una novedad de este período de programación en cuanto a información y comunicación. Cada medio tiene una función y no siempre las mismas herramientas pueden ser utilizadas en función del perfil o el contenido. Las redes sociales son un instrumento adicional pero no sustitutivo de otras herramientas, ya que abren un abanico, pero no se llega a todos los perfiles, tratándose más bien de una herramienta de comunicación complementaria que produce una incidencia más amplia y una mayor difusión del mensaje.

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

El conocimiento por parte de la ciudadanía vasca de que la Unión Europea actúa en su región apoyando financieramente actuaciones que tienen una repercusión sobre sus vidas, ya que contribuyen al progreso económico y social de la misma, es muy alto y ha superado ya las expectativas que se tenían para el final del período de programación, manifestado en el valor meta de este indicador establecido en la Estrategia de Comunicación. En este sentido el reconocimiento de la marca “Unión Europea” es muy alto en el País Vasco.

No obstante, el reconocimiento del concepto del “Fondo Social Europeo” es más discreto. Los gestores, más allá de contabilizar las visitas a sus páginas web, no tienen forma de medir el impacto del mensaje en la ciudadanía, es decir, aunque ese dato sea alto, no tienen certeza completa de que se incorpore la sensación o relación directa de que el proyecto esté cofinanciado por el FSE. No obstante, cuando se trata de proyectos o iniciativas con un trato más directo con las personas sí se permite medir si están integrando bien el mensaje de que se trata de una actuación del FSE. Parece la fórmula más efectiva para la transmisión, independientemente de que las redes sociales sean más virales, no quiere decir que el contenido u objetivo sea más efectivo. Las sesiones divulgativas dirigidas a una audiencia más reducida también permiten que llegue en mayor medida el mensaje. Consideran que este tipo de herramientas tienen un valor cualitativo más que cuantitativo.

En este sentido, por parte de los gestores se propone simplificar los elementos visuales informativos de la cofinanciación europea en las actuaciones, puesto que si se mostrase únicamente la bandera de la UE o símbolos de imágenes claras, o un lema que sea muy reconocible (se ha puesto como ejemplo la “garantía juvenil” que era ampliamente reconocido por el público) creen que se tendría un mejor acceso a la ciudadanía al tratarse de elementos más impactantes y reconocibles que los propios logos del Fondo, ya que, en ocasiones, la coexistencia de varios de ellos puede producir que el mensaje se diluya.

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

El alto grado de avance de indicadores de comunicación, tanto de realización como de resultados, tal como se ha analizado en el epígrafe 4.1 del presente Informe de Evaluación, refleja que las medidas de información y comunicación programadas en la Estrategia se están poniendo en práctica a buen ritmo, lo que constituye un objetivo en sí mismo.

Adicionalmente, si se observan los indicadores de impacto analizados en el apartado 7 del presente Informe de Evaluación, puede apreciarse que más allá del cumplimiento que se está produciendo tanto por parte tanto del Organismo Intermedio como por parte de los órganos gestores de las

obligaciones reglamentarias, el objetivo final de informar sobre las actuaciones cofinanciadas a la ciudadanía también se está cumpliendo, habiendo excedido ya las previsiones que al respecto se formularon al principio del período de programación, con una tasa de conocimiento por parte de la misma de la actuación de la UE en la región del 77,4%. Todo ello implica que el hecho de que la Unión Europea está actuando en la región para el fomento del crecimiento económico y social es ampliamente reconocido por la ciudadanía del País Vasco, lo que constituye el objetivo principal de la Estrategia de Comunicación.

## 5. VERIFICACIÓN DE LA INCLUSIÓN DE LA INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD EN LAS ACTUACIONES DE VERIFICACIÓN Y CONTROL DEL FONDO SOCIAL EUROPEO.

El objetivo de este epígrafe es comprobar 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, habiéndose integrado en los listados de comprobación del control del artículo 125<sup>7</sup>.

Para este análisis se ha tenido en cuenta los modelos de listas de comprobación de verificaciones tanto administrativas como *in situ* que se utilizan en las verificaciones y controles del Programa Operativo del FSE del País Vasco. Estas listas las facilita la Autoridad de Gestión y han sido proporcionadas al equipo evaluador por parte del Organismo Intermedio.

En ellas se incluyen ítems de verificación específicos para comprobar el cumplimiento de los requisitos de información y comunicación, que son específicos en función de la tipología de actuación sobre la que se esté llevando a cabo la verificación.

En primer lugar, en el caso de los **Criterios de selección de operaciones**, se verifica lo siguiente:

- ¿Están previstas/se llevan a cabo medidas de I+C de conformidad con el Plan de Comunicación, buscan la mayor cobertura mediática recurriendo a diferentes formas y métodos de comunicación al nivel adecuado?
- Cuando la solicitud de financiación es posterior al inicio de la operación, ¿se han tenido adecuadamente en cuenta la normativa en materia de información y comunicación?: (Están reflejados los logos y emblemas de la Unión Europea en la documentación, publicidad, etc).

En las **solicitudes de reembolso**, se comprueba el siguiente punto:

- ¿Facilita el beneficiario información para comprobar el cumplimiento de todas las medidas de información y comunicación reconociendo el apoyo de los Fondos a la operación en función de lo dictado en el Anexo XII del Reglamento (UE) 1303/2013?

En las **Bases reguladoras y Orden de la Convocatoria** se comprueba si se incluye información sobre la Cofinanciación Comunitaria.

Por otro lado, y, de forma general, en la **Lista de comprobación general del proyecto** se comprueban los siguientes puntos:

- ¿Se ha informado a los Beneficiarios de que la aceptación de la financiación implica la aceptación de su inclusión en una lista de beneficiarios que se hará pública?
- Si la contribución pública total a la operación supera los umbrales establecidos en la norma de aplicación ¿el Beneficiario ha colocado un cartel en el enclave de las operaciones durante la ejecución de las mismas?

---

<sup>7</sup> Artículo 125 del Reglamento (UE) N° 1303/2013.

- ¿Se ha verificado que las partes que intervienen en la operación han sido informadas de la financiación del Fondo Social Europeo?
- Se ha verificado que consta la referencia a la cofinanciación del Fondo Social Europeo en:
  - Normativa reguladora: Bases Reguladoras y convocatoria; expediente de gasto y anuncios de licitación y adjudicación, contrato, convenio, encomienda de gestión, instrumento financiero.
- En el caso de subvenciones ¿se hace referencia a la cofinanciación del Fondo Social Europeo en:
  - Formularios de solicitud
  - Resolución de concesión/Convenio/Contrato
  - Folletos, cuadernillos, notas informativas, anuncios, páginas web, etc.
  - Diplomas o certificados
- Si ha habido contrataciones, se ha verificado que consta la referencia a la cofinanciación del Fondo Social Europeo en:
  - Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares;
  - Anuncio de licitación;
  - Documentos, folletos, anuncios en prensa, actos públicos, etc. que se realicen hasta la finalización del contrato.
- En contratos de consultoría y asistencia y de servicios, sí el objeto de contrato se materializase en algún tipo de documento ¿se hace referencia a la cofinanciación del Fondo Social Europeo?

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

- ¿Se cumple o se ha cumplido, en su caso, durante el desarrollo de la operación con la normativa de información y publicidad?
- ¿Se ha verificado que las partes que intervienen en la operación han sido informadas de la financiación del Fondo Social Europeo?
- Se ha verificado que consta la referencia a la cofinanciación del Fondo Social Europeo en:
  - Normativa reguladora: Bases Reguladoras y convocatoria; expediente de gasto y anuncios de licitación y adjudicación, contrato, convenio, encomienda de gestión, instrumento financiero.
  - En el caso de subvenciones ¿se hace referencia a la cofinanciación del Fondo en Social Europeo en:

- Formularios de solicitud
  - Resolución de concesión/Convenio/Contrato
  - Folletos, cuadernillos, notas informativas, anuncios, páginas web, etc.
  - Diplomas o certificados
- Si ha habido contrataciones, se ha verificado que consta la referencia a la cofinanciación del Fondo Social Europeo en:
    - Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares
    - Anuncio de licitación.
    - documentos, folletos, anuncios en prensa, actos públicos, etc. que se realicen hasta la finalización del contrato?
  - En contratos de consultoría y asistencia y de servicios, sí el objeto de contrato se materializase en algún tipo de documento ¿se hace referencia a la cofinanciación del Fondo Social Europeo?
  - En su caso, ¿se conservan pruebas de ello: fotos, vídeos, folletos, anuncios...?

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 Programas Operativos han contemplado las obligaciones en materia de información y publicidad establecidas en la Estrategia de Comunicación.

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

Este apartado nace bajo la necesidad de evaluar la presencia del principio de igualdad en las diferentes medidas y actuaciones realizadas dentro del marco de la Estrategia de Comunicación del PO del FSE de País Vasco 2014-2020 en materia de comunicación e información.

Para la realización de dicha evaluación se han tenido en cuenta dos niveles de análisis, el primero tiene que ver con la inclusión en la Estrategia de Comunicación del PO FSE del País Vasco del principio de igualdad de oportunidades y no discriminación y un segundo nivel, con el que comprobar la incorporación de estas medidas de igualdad de oportunidades en las distintas acciones realizadas en materia de información y comunicación en el marco de este PO.

### *Primer nivel: Estrategia de Comunicación del PO FSE 2014-2020 del País Vasco.*

Dentro de dicha Estrategia, así como en el “Manual de Comunicación del Fondo Social Europeo del País Vasco 2014-2020”, se ha revisado el tratamiento del principio de igualdad en el documento, así como el uso del lenguaje y se han obtenido unas conclusiones generales al respecto:

- El lenguaje utilizado para la redacción de la Estrategia de Comunicación responde a las recomendaciones de un uso del lenguaje no sexista e inclusivo, ya que se recurre a fórmulas que visibilizan a ambos sexos como por ejemplo *ciudadanía o personas beneficiarias*.
- Por otro lado, cabe mencionar que en dicha Estrategia se contempla como objetivo específico “Fomentar la inclusión activa, la igualdad de oportunidades y la no discriminación, a partir de actuaciones dirigidas a la inserción laboral y la innovación social” por lo que de forma explícita se establece como un fin en sí mismo a perseguir visibilizar este objetivo propio del Programa Operativo.
- A su vez, se integra en la Estrategia de Comunicación un apartado en el que se concentran las medidas que se van a llevar a cabo en materia de información y comunicación en las que se contempla la accesibilidad universal:

*“el principio de igualdad estará presente mediante la visibilización de la contribución de los Fondos a la igualdad, la visibilización del papel de las mujeres, y adoptando estrategias de comunicación con enfoque de género en todos y cada uno de los actos y eventos realizados y en los materiales elaborados para cumplir con los fines ya mencionados” (Página 22 de la Estrategia de Comunicación de FSE de la País Vasco aprobada en abril de 2016).*

- También hay que destacar que en el Manual de Comunicación se determina que se prestará especial atención al desarrollo sostenible, a la igualdad de oportunidades y no discriminación y a la igualdad entre mujeres y hombres. Asimismo, la igualdad de oportunidades se contempla en la Estrategia como uno de los criterios que deben reunir los proyectos más destacados por los gestores y que debe justificarse para que puedan considerarse como Buenas Prácticas dentro del Programa Operativo.

## *Segundo nivel: Actuaciones cofinanciadas.*

Este segundo nivel de análisis versa sobre el alcance del objetivo de visibilizar, de cara a la opinión pública, la contribución del Fondo a la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres valorándose la inclusión de los criterios fundamentados en los principios de igualdad y de no discriminación dentro de las actuaciones cofinanciadas por el PO FSE del País Vasco 2014-2020.

Dentro del Programa Operativo de FSE 2014-2020 del País Vasco, el Principio de igualdad entre mujeres y hombres es un principio horizontal y es transversal a todas las actuaciones en el marco del mismo. Se ha tenido muy presente la perspectiva de género desarrollando herramientas específicas enfocadas en la integración de la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres y la accesibilidad universal, ya sea en los procedimientos de selección de las actuaciones a cofinanciar como en la selección de las personas participantes en los distintos programas, además de la integración de profesionales expertos/as en igualdad y no discriminación en la ejecución de los proyectos. Se valora así mismo la coordinación con las Unidades de Igualdad de los distintos servicios en que se integran los órganos gestores.

A su vez hay que destacar que, en las verificaciones de las diferentes actuaciones que se llevan a cabo en virtud del artículo 125 del Reglamento, uno de los ítems cuyo cumplimiento se verifica de forma obligatoria en todas las actuaciones cofinanciadas por el Programa Operativo es si se están aplicando los criterios establecidos de igualdad entre hombres y mujeres, de igualdad de oportunidades y de no discriminación.

De forma específica, el Programa Operativo incluye actuaciones que van encaminadas directamente a fomentar la igualdad entre hombres y mujeres y a prevenir la discriminación, en algunos casos, especificando a las mujeres como grupo prioritario. Asimismo, en algunas de ellas se siguen las recomendaciones formuladas por EMAKUNDE, como son el explicitar prioridades y poner en marcha actuaciones que respondan a un análisis de impacto de género y que vayan dirigidas a incidir en brechas de género o a eliminar desigualdades, a través de la aplicación de enfoques metodológicos más adaptados a las personas destinatarias según perfil y con enfoque de género, sobre todo, con más atención en la fase de inserción laboral y mantenimiento del empleo.

En conclusión, puede afirmarse que el principio de igualdad de oportunidades se observa e integra de forma horizontal a través de todo el Programa Operativo y tiene su correlativo reflejo en las medidas de información y comunicación que se ponen en práctica sobre las actuaciones cofinanciadas por el mismo.

A modo ilustrativo se presenta una selección de imágenes de las páginas web de los organismos participantes en el PO donde se puede constatar el uso no sexista del lenguaje y de imágenes que no responden a los estereotipos de género en la comunicación.





**Lanbide**  
Euskal Enplegu Zerbitzuak  
Servicio Vasco de Empleo

**Lanbidean berdintzenarenitz**  
Trabajamos hacia la igualdad

2018

**LEHEN AUKERA**

CONVOCATORIA DE AYUDAS DESTINADAS A LA CONTRATACIÓN DE PERSONAS JÓVENES DESEMPLEADAS EN EMPRESAS VASCAS

www.lanbide.euskadi.eus  
AYUDAS Y SUBVENCIONES

EUROPA BATASUNA  
Europako Gizarte Funtzia  
UNION EUROPEA  
Fondo Social Europeo

DIRECCIÓN DE ACTIVACIÓN LABORAL

EUROPA BATASUNA  
EUROPEAN UNION  
EUROPEAN UNION  
EUROPEAN UNION

EUROPA BATASUNA  
EUROPEAN UNION  
EUROPEAN UNION  
EUROPEAN UNION

**EUROPAR BATASUNA**  
Europako Gizarte Funtzia  
EGFk zure etorkizunean inbertitzen du

**UNIÓN EUROPEA**  
Fondo Social Europeo  
El FSE invierte en tu futuro

**emaktiva**

motivación, oportunidades y empleabilidad para mujeres que construyen su futuro

motivazioa, aukerak eta enplegarritasuna halen etorkizuna eraikitzen duten emakumeontzat

Bizkaia

seguritate

bidelantza

**Sendotu**  
ALDIBEREAN







Gipuzkoako Foru Aldundia  
Diputación Foral de Gipuzkoa



LANZITUZ  
lan sozietateak sortuz



Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz  
Vitoria-Gasteizko Udala



Jóvenes / Contratación Retorno del Talento Local



Bilbao Ekintza



donostia gazteekin

HAZILAN

con el empleo



EHLABE



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

En este apartado se realiza una valoración sobre los logros y desafíos que se han establecido en materia de información y publicidad en el marco del PO FSE 2014-2020 del País Vasco a través de los indicadores de impacto definidos en la Guía.

Para su elaboración se han tenido en cuenta las respuestas obtenidas tanto en la encuesta a la ciudadanía como en las entrevistas realizadas a los Órganos Gestores y/o Beneficiarios siguiendo el cuestionario facilitado en el Anexo 4 de la mencionada Guía. 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

Para el cálculo de los tres primeros indicadores se ha tenido en cuenta la información ofrecida por los diferentes órganos gestores/beneficiarios del FSE del País Vasco. Estos cuestionarios han sido envidados vía correo electrónico a los distintos actores involucrados en materia de gestión y comunicación y han sido cumplimentados correctamente en su totalidad. En el caso de la presente evaluación, los organismos gestores que han participado son catorce: ASLE, Instituto Foral de Bienestar social de Álava (DFA), la Diputación Foral de Bizkaia, Diputación Foral de Gipuzkoa, Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz, Bilbao Ekintza, Fomento San Sebastián, Garapen, Lea Artibai Ikastetxea, Ehlabe, Sendotu Aldiberean, Emaus Bilbao, Suspergintza y Lanbide, que también es Organismo Intermedio del Programa Operativo.

Para la obtención de los indicadores 4 y 5 mencionados anteriormente, se ha utilizado la información recogida a través de la “Encuesta a la ciudadanía” realizada a partir de un CATI<sup>8</sup> o entrevista telefónica. Las características que definen la muestra se recogen en la siguiente tabla.

MUESTRA		
1.ÁMBITO	País Vasco	588 personas entrevistadas
2.UNIVERSO	1.871.957 habitantes de 15 y más años	
ERROR DE MUESTREO	±4%.	
NIVEL DE CONFIANZA	95%.	
TIPO DE MUESTREO	Estratificado, aleatorio simple	
FECHA DE REALIZACIÓN	Durante el mes de junio de 2019	

<sup>8</sup> Computer Assisted Telephone Interview

La muestra de personas viene dada según los criterios establecidos en la Guía, en base a la población de 15 o más años residente en cada comunidad a través de un muestreo aleatorio sistemático, siendo en el caso de la País Vasco de 588 personas en las que se ha realizado una estratificación teniendo en cuenta el sexo y la edad de las personas participantes, resultando de la siguiente manera: 282 hombres (48%) y 306 mujeres (52%).

A continuación, se muestran los resultados alcanzados sobre los indicadores de impacto definidos en la Guía, acompañados de la explicación de su procedimiento de cálculo, para su mejor comprensión.

### **1. Grado de conocimiento de las obligaciones existentes en la programación, gestión, seguimiento, control, evaluación e información y publicidad.**

La medida de este indicador resulta del análisis de las respuestas en las citadas entrevistas a los órganos gestores/ beneficiarios con respecto a las preguntas establecidas en el cuestionario incluido en la Guía referidas al conocimiento de las obligaciones existentes en materia de programación, gestión, seguimiento y control. Para el cálculo de este indicador se han tenido en cuenta las respuestas positivas que se han obtenido en las 19<sup>º</sup> preguntas que en total se han realizado a estos gestores/beneficiarios. De este análisis, el porcentaje obtenido de gestores que han manifestado conocer las obligaciones existentes en la programación, gestión, seguimiento, control evaluación e información y publicidad se sitúa en un **71,56%**.

Si se observa con detenimiento las respuestas ofrecidas por los distintos gestores/beneficiarios se debe tener en cuenta que alguna de las preguntas presenta valores más discretos que hacen descender el porcentaje global que refleja el resultado de este indicador, aunque sin llegar a cambiar su sentido, que es el de presentar un alto grado de conocimiento de las obligaciones. Las preguntas que obtienen un menor porcentaje de realización son las que tratan sobre la difusión de información y publicidad sobre las diferentes actuaciones cofinanciadas por FSE dentro del marco de este PO por parte de los distintos gestores hacia la ciudadanía y sobre su pertenencia a alguna red de comunicación y publicidad. En estos casos, los valores concretos alcanzados son más discretos, como es el caso concreto de la realización de alguna jornada/evento/seminario/feria, etc. sobre la participación de los diferentes gestores en el PO, con un 21,4%, la presentación de alguna actuación para su consideración como buena práctica, con un 35,7% o la pertenencia de los diversos gestores/beneficiarios a redes de comunicación, que presenta un 28,6% de realización.

### **2. Tasa de satisfacción, que indica la valoración de los beneficiarios/organismos gestores respecto a la información facilitada.**

Esta tasa se calcula con los resultados obtenidos cuando se abren las preguntas 3 y 14 del cuestionario y teniendo en cuenta las valoraciones del 1 al 4 que se hacen en cuanto a:

- La duración de la sesión/evento y el número de participantes fue el adecuado para cumplir con los objetivos previstos
- La sesión satisface las expectativas de las personas participantes aportadas por los gestores.

---

<sup>9</sup> Para la obtención de este indicador las únicas respuestas que no se han tenido en cuenta han sido las valoraciones de las preguntas 3 y 14, ya que son utilizadas para el cálculo de los siguientes indicadores, así como la pregunta 20, en la que se valoran los posibles problemas con los que se han encontrado los gestores/beneficiarios a la hora de llevar a cabo las medidas de información y publicidad pertinentes en el marco del PO.

El resultado que se obtiene es de un **71,2% de tasa de satisfacción con respecto a la información utilizada**. Aunque este resultado ha disminuido en comparación con el anterior periodo de programación (2007-2013), es necesario tener en cuenta que estas preguntas no han estado respondidas por la totalidad de los gestores/beneficiarios que participan dentro del PO. Esto implica que cada valoración tenga un gran peso sobre el total, por lo que cada variación en una unidad supone un cambio importante en el resultado final.

Es por ello importante resaltar que el **78,4%** de los gestores/beneficiarios han indicado una valoración de 3 o más sobre estos dos ítems que dan sustento a esta tasa de satisfacción, lo cual implica una tasa de satisfacción media/alta que es mayoritaria entre todos ellos.

### **3. Tasa de utilidad de las actuaciones.**

Esta tasa también se calcula a través de la valoración realizada sobre las preguntas 3 y 14 del cuestionario, pero en este caso 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.

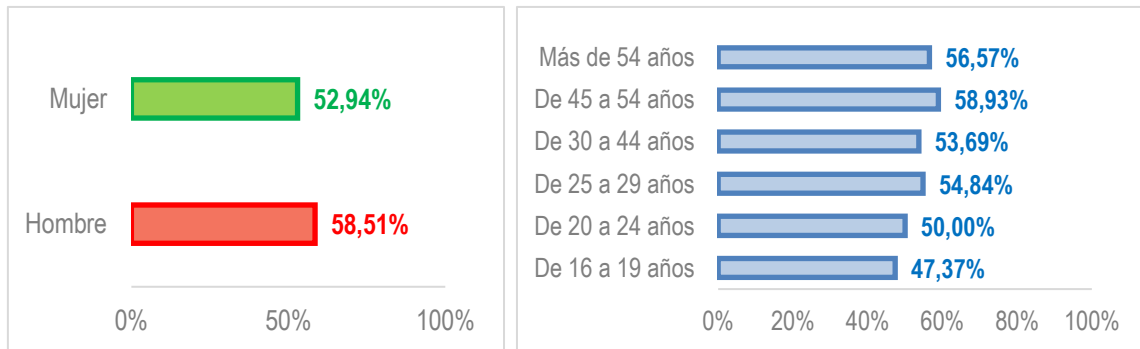
El porcentaje resultante de este análisis es superior al anterior, con un valor de un **82,6%**. Al igual que en el caso previo, el volumen de gestores por pregunta y, por tanto, el de respuestas con las que se calcula este porcentaje, es muy sensible a los cambios sobre las valoraciones de las distintas jornadas o sesiones. Es por esto por lo que se cree conveniente destacar que el **95,7%** de las respuestas de los gestores han sido valoradas con un valor igual o superior a 3, lo cual, al igual que en el indicador anterior, indica una mayoritaria tasa de utilidad muy alta de las actuaciones.

### **4. Grado de conocimiento de los distintos Fondos Estructurales y del Fondo de Cohesión.**

De la pregunta número dos de la encuesta dirigida a la ciudadanía (*¿Ha oído hablar del Fondo Social Europeo?*) se puede extraer la información que alimenta este indicador de impacto: del total de personas entrevistadas, un **55,6% (327 personas)** declaró conocer el **FSE**.

Para profundizar más sobre este indicador, se puede decir que el FSE es mayoritariamente conocido por hombres, ya que, de la totalidad de hombres, el 58,5% (165 hombres) dicen conocer este tipo de fondo estructural, frente al 52,9% de las mujeres (162 mujeres). A su vez, el mayor grado de conocimiento se produce en las personas de 45 a 54 años. Todo ello se refleja en el Gráfico a continuación.

**Gráfico 1: Distribución por sexo y por edad del Grado de conocimiento de los distintos Fondos Estructurales.**



A su vez, si se tiene en cuenta el grado de conocimiento sobre los proyectos o inversiones que se hacen en la región que dependen de este fondo estructural se muestra que el **90,8%** de la ciudadanía que previamente afirmó haber oído hablar del FSE, afirmó conocer alguna de las actuaciones específicas de este Fondo como son: acciones destinadas a I+D+I o a formación y empleo, ayudas para disminuir la desigualdades sociales y también las originarias entre hombre y mujeres o las ayudas para la lucha contra la exclusión y/o a personas con discapacidad.

Si se compara con los resultados obtenidos en la anterior evaluación realizada al final del período anterior, se observa que el grado de conocimiento que tiene la ciudadanía residente en el País Vasco sobre los Fondos Estructurales ha aumentado ligeramente, en un 0,6%.

### 5. Grado de conocimiento del papel desempeñado por la Unión Europea.

Este indicador se extrae de los resultados obtenidos en la pregunta número uno de la encuesta a la ciudadanía (*¿Sabe usted que su CA recibe dinero de la UE para contribuir a su progreso económico y social?*). El **77,4%** de la población residente en el País Vasco tiene conocimiento de que la región percibe fondos comunitarios para contribuir a su progreso económico y social. Para aportar una información más detallada sobre la respuesta a este indicador se incluye a continuación información diferenciada por sexo y por edad como se ha realizado en el caso del indicador anterior.

**Gráfico 2: Distribución por sexo y por edad del grado de conocimiento desempeñado por la Unión Europea.**





Como se puede observar en los gráficos anteriores, existe un mayor grado de conocimiento sobre el papel desempeñado por la UE por parte de los hombres que de las mujeres y este conocimiento aumenta conforme lo hace la edad, resultando en porcentajes mayores en la ciudadanía con edades superiores a los 30 años.

Para conseguir una mayor visualización de los indicadores de impacto se expone en la siguiente tabla una síntesis de los mismos, teniendo en cuenta los resultados obtenidos en la evaluación realizada al final del período anterior.

Teniendo en cuenta los resultados que se obtuvieron en la anterior Evaluación de la Estrategia de Comunicación del PO 2007-2013 del País Vasco, cuyos valores datan del 2013, se observa, en comparación con los datos obtenidos en esta evaluación actual, un aumento sustancial sobre este grado de conocimiento, ya que el porcentaje aumenta en más de 11 puntos porcentuales.

Asimismo, tal como ya se ha señalado en la descripción del indicador del impacto número 4, el grado de conocimiento del Fondo Social Europeo por parte de la ciudadanía ha aumentado también con respecto al final del período anterior en un 0,6%.

Con respecto a los tres restantes indicadores, referidos al grado de conocimiento de las obligaciones, la tasa de satisfacción ante la información facilitada, así como sobre la tasa de utilidad de las actuaciones, no pueden compararse con los obtenidos al finalizar el período anterior puesto que no se aportaron valores numéricos en la evaluación final realizada entonces.

**Tabla 10: Indicadores de Impacto de la Estrategia de Comunicación**

INDICADOR DE IMPACTO	2013	2019
1. Grado de conocimiento de las obligaciones	-	71,6%
2. Tasa de satisfacción	-	71,2%
3. Tasa de utilidad de las actuaciones	-	82,6%
4. Grado de conocimiento de los distintos Fondos	55%	<b>55,6%</b>
5. Grado de conocimiento del papel desempeñado por la Unión Europea	66%	<b>77,4%</b>

Fuente: *Elaboración propia.*

## 8. VALORACIÓN DE LAS BUENAS PRÁCTICAS PRESENTADAS.

En este apartado se procede a valorar y 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 y que constituyen las buenas prácticas presentadas en materia de comunicación. Para ello se ha utilizado, como fuente de información, la documentación facilitada por el OI Coordinador.

A continuación, se presentan los criterios que permiten considerar las distintas actuaciones como buenas prácticas para posteriormente ofrecer una valoración de todas las que se han destacado en la ejecución de la Estrategia Comunicación del PO FSE del País Vasco 2014-2020. Concretamente se trata de **8 buenas prácticas** distintas correspondientes a otras tantas actuaciones realizadas en el marco del Programa Operativo que, para ser consideradas como tales, deben cumplir los siete criterios siguientes:

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

### Primer nivel de análisis de las Buenas Prácticas

Para este primer nivel de análisis se valoran los puntos fuertes y las áreas de posible mejora en cuanto a la justificación de los criterios que hacen que las actuaciones presentadas puedan considerarse como buenas prácticas.

La tabla que se presenta a continuación recoge las buenas prácticas que se han presentado en el marco del PO FSE 2014-2020 del País Vasco, así como el órgano gestor que las ha implementado.

**Tabla 11: Buenas prácticas presentadas (PO FSE 2014-2020 del País Vasco).**

SENDOTU ALDIBEREAN	Formación Profesional para el empleo años 2015 al 2018.
	Taller de capacitación básica en empleo doméstico 2017

	Apoyo a la creación y mantenimiento de empresas de inserción y de economía social 2016 a 2018
EHLABE	Sistema de adaptaciones en el modelo de gestión actual dirigidas a favorecer el envejecimiento activo)
	Formación Dual - Gureak
SUSPERGINTZA Elkartea y Fundación EDE	Proyecto EMAKTIVA. Itinerario integrado de inserción sociolaboral para mujeres en situación de violencia sexista o en situación de vulnerabilidad social.
EMAUS BILBAO	Acciones prelaborales 2018 y 2019.
GARAPEN	AKTIBATU + LANEKIN

Fuente: Elaboración propia.

A continuación, se analiza la justificación aportada por los gestores de los criterios propios que constituyen las buenas prácticas por parte de las ocho presentadas dentro del Programa a efectos de valorar sus puntos fuertes y posibles áreas de mejora.

Hay que destacar como valoración general de todas ellas que el primer criterio “El papel del FSE en la actuación ha sido convenientemente difundido entre los beneficiarios/as, beneficiarios/as potenciales y el público en general”, que es el fundamental para considerar que un proyecto es constitutivo de Buena Práctica en materia de comunicación, ha sido ampliamente sustentado en todos los Informes de Buenas Prácticas presentados y hay que señalar que se ha hecho uso de múltiples herramientas de comunicación para la divulgación de los mismos.

A continuación, se analizan las buenas prácticas presentadas identificadas por el nombre del proyecto y acompañadas del órgano gestor que las ha presentado. Se valoran en primer lugar, las seis Buenas Prácticas que incorporan una justificación de los criterios establecidos en la Guía Metodológica perfectamente sustentada en argumentos sólidos y con apoyo fotográfico óptimo.

- **Apoyo a la creación y mantenimiento de empresas de inserción y de economía social, años 2016, 2017 y 2018 (Sendotu Aldiberean)**

La actuación ha consistido en una serie de ejercicios o actividades encaminadas a la creación de nuevas empresas, nuevas líneas de negocio y el sostenimiento de empresas de economía social y solidaria por parte de las entidades ejecutantes, en la medida en que resultan una herramienta eficaz para favorecer la inclusión social y laboral de las personas en riesgo de exclusión social. Esta actuación ha contribuido a la **creación de 16 nuevos puestos de trabajo** en empresas de economía social y ordinaria; al **desarrollo de 12 nuevos centros** con nuevas líneas de negocio o nuevas empresas; al **mantenimiento de más de 70 personas** en contratos de inserción y contratos normalizados al año dentro de las empresas de inserción, sociales y solidarias ya existentes; y al



impulso y fortalecimiento de 16 empresas de inserción o de economía social en el País Vasco. Además, más del 93% de las personas participantes en la operación seguían insertadas laboralmente a los seis meses transcurridos de su participación en el proyecto, lo que hace alusión al buen funcionamiento de la actuación. Asimismo, es de resaltar la amplia difusión de esta actuación y con ella, también del papel del Fondo Social Europeo, por lo que el Criterio 1 se cumple ampliamente. Se incluye el logo y la comunicación del FSE en toda documentación resultante de todas sus acciones, así como se hace uso de placas informativas y carteles en la ubicación física de las empresas y centros de trabajo. Se han publicado asimismo noticias en prensa y se ha participado en Radio Popular en el programa “Es posible”, el 20/06/17 para presentar el proyecto, los resultados del año 2016 y la previsión el año 2017. Destaca asimismo la participación de una de las empresas de inserción en la mesa de experiencias de la jornada “TRANSFORMANDO EL EMPLEO DESDE EL DERECHO A LA EQUIDAD” celebrada en Bilbao el 12 de junio de 2017 ante más de 100 personas asistentes, visibilizando también el logo e incluyendo una mención explícita de la cofinanciación de FSE. A continuación, se incluye el enlace web a las Jornadas del 2017 de esta actuación con un video:

<https://www.sendotualdiberean.org/jornada12junio/>

Con todas estas actuaciones, además, Sendotu Aldiberean contribuye a alimentar los indicadores de realización, en concreto, el indicador número 1 “Actividades y actos públicos”, Indicador 2 “Nº de actos de difusión”, Indicador 3 “Número de publicaciones externas realizadas” e Indicador 5 “Número de Soportes Publicitarios”.

- **Formación profesional para el empleo, años 2015 al 2018 (Sendotu Aldiberean).**

Consiste en acciones formativas en distintos sectores profesionales encaminadas a la inserción laboral de personas en situación o riesgo de inclusión con la obtención, o no, de un certificado de profesionalidad completo o parcial, a través de los proyectos de: Formación en competencias básicas profesionales, Formación profesional no certificable y Formación profesional certificable. Estas acciones formativas están acompañadas de tutorías personalizadas antes, durante y tras la formación y, especialmente, en el momento de inserción en el puesto de trabajo.

La incorporación de los elementos innovadores se realiza a través de la personalización de las diferentes formaciones teniendo en cuenta las necesidades del mercado, por lo que existe una innovación en el diseño de los proyectos educativos. Los resultados se adecúan a los objetivos, resolviendo un problema o debilidad detectada en el ámbito de ejecución y con una alta cobertura a la población a la que va dirigida. Además, destaca la consideración de los criterios horizontales de igualdad de oportunidades y no discriminación y la sostenibilidad ambiental mediante un módulo de sensibilización. Es destacable también que este proyecto forme parte de la acción de inserción sociolaboral desarrollada por las tres Diputaciones Forales vascas: Bizkaia, Araba y Gipuzkoa, el Servicio Vasco de Empleo - Lanbide y los Ayuntamientos de Bilbao y Gasteiz, obteniendo cofinanciación cada año por parte de estas administraciones, recogiendo sus necesidades detectadas, reportando resultados, planificando nuevas actuaciones e incorporando mejoras.

En cuanto al Criterio 1 de Difusión del papel del Fondo Social Europeo, destacar que se ha producido a través de la realizada del proyecto y que ha sido muy amplia, haciendo uso de distintas herramientas de comunicación como placas informativas, carteles en los lugares de realización de las formaciones,

folletos, mails, diplomas/acreditaciones y manuales/materiales didácticos, todos con presencia del logo y la comunicación de la participación del FSE. A través de esta actuación, Sendotu Aldiberean ha contribuido a alimentar los Indicadores de comunicación de la Estrategia, en concreto, los indicadores de realización número 3 “Publicaciones externas realizadas” y 5 “Número de soportes publicitarios”.

Como puede apreciarse del enlace siguiente, en su página web, que también queda contabilizada en el Indicador 4, se recoge la información relevante descriptiva de esta actuación y se incluyen todos los elementos de comunicación reglamentarios del FSE:

<https://www.sendotualdiberean.org/services/formacion-profesional-para-el-empleo/>

- **Proyecto taller de capacitación básica en empleo doméstico 2017 (Sendotu Aldiberean).**

Esta actuación consiste en talleres de aprendizaje inicial y prelaboral y formación prelaboral, acompañamiento e intervención. En ellos se interviene ante realidades de desempleo de larga duración en las que bien por pérdida o por carencia, haya que recuperar o adquirir competencias sociolaborales que sitúen a la persona ante el objetivo alcanzable de encontrar empleo. En definitiva, se trata de acercar a los participantes a un trabajo, consiguiendo previamente pequeños logros que refuercen un ámbito que anteriormente ha estado vinculado a momentos de fracaso. Como en el caso de la actuación anterior, ésta presenta una amplia difusión del proyecto incluyendo todos los elementos reglamentarios de comunicación del Fondo Social Europeo, por lo que el Criterio 1 se encuentra ampliamente justificado. Así, la difusión se ha realizado a través de distintas herramientas como su página web, soportes documentales del proyecto (hoja de visita a empresas, hoja de firmas, recogidas de reuniones de equipo, diplomas/acreditaciones, manuales/materiales didácticos), hoja informativa de difusión del proyecto difundida a través de correo electrónico y carteles a la entrada del centro y de las aulas de formación utilizadas para el proyecto. A través de estas actuaciones de comunicación, Sendotu Aldiberean contribuye a alimentar los indicadores de realización número 3 (Publicaciones externas realizadas), número 5 (Número de soportes publicitarios) y número 6 (documentación interna distribuida).

Los resultados también se adecúan a los objetivos, resolviendo un problema o debilidad detectada en el ámbito de ejecución y con una buena cobertura a la población a la que va dirigida. Asimismo, se han tomado en consideración los criterios horizontales de igualdad de oportunidades y no discriminación y la responsabilidad social y sostenibilidad ambiental. Este proyecto forma parte de la acción de inserción sociolaboral desarrollada por la Diputación Foral de Bizkaia, el Servicio Vasco de Empleo - Lanbide y el Ayuntamiento de Bilbao, habiendo obtenido cofinanciación por parte de estas administraciones, recogiendo sus necesidades detectadas, reportando resultados, planificando nuevas actuaciones e incorporando mejoras.

- **Sistema de adaptaciones en el modelo de gestión actual dirigidas a favorecer el envejecimiento activo en personas con discapacidad (Ehlabe).**

Esta actuación consiste en un sistema de adaptaciones en el modelo de gestión actual dirigidas a favorecer el envejecimiento activo y la calidad de vida en el empleo, del colectivo de personas en situación de envejecimiento, deterioro y/o discapacidad severa en el año 2019. En el proyecto se han definido unas actividades adecuadas a las variables de envejecimiento o bien a las necesidades de soporte de las personas, valorando su impacto, así como la mejora de la situación en el empleo al finalizar las mismas. Destaca especialmente en cuanto al cumplimiento del Criterio 1 de esta Buena Práctica, la amplia difusión del proyecto a través de distintas herramientas como material de difusión promocional incluyendo los elementos de comunicación del FSE (cuadernos a los participantes) o los videos editados para difundir la actuación de los propios protagonistas [https://www.youtube.com/watch?v=hTYxo\\_Xim4Y](https://www.youtube.com/watch?v=hTYxo_Xim4Y).

Destaca asimismo la aparición de una noticia en el blog de Lantegi Batuak: <http://www.cienporciencapaces.com/envejecimiento-activo-y-calidad-de-vida-en-el-empleo-de-personas-con-discapacidad/> y la difusión del proyecto en el Encuentro Nacional de Investigadores de Economía Social, así como buenas prácticas de AukerAbility y cómo incorporar la perspectiva de género en los proyectos en la entidad Amadip Esment en Mallorca. También es de resaltar el alto grado de cobertura y la sinergia con otras políticas o instrumentos de intervención pública que presenta esta actuación.

- **Formación Dual para personas con discapacidad– Gureak (Ehlabe).**

Esta actuación consiste en la puesta en marcha de acciones de Formación Dual, permitiendo a las personas con discapacidad aprender un empleo de manera práctica. Son formaciones que se adaptan a cada persona tanto en tiempos como en apoyos, adecuándose a las necesidades particulares de cada una de ellas. En cuanto al grado de cobertura sobre la población a la que va dirigida, al tratarse de una primera experiencia, el grupo de participantes no es muy alto, pero el 75% de las personas participantes han finalizado el programa de un año, y el 75% de las que han finalizado han obtenido un contrato de trabajo en la propia empresa, lo que indica que es un proyecto que puede dar muy buen resultado con estos colectivos y puede ser transferido a otros colectivos y territorios. También es de resaltar la sinergia con otras políticas o instrumentos de intervención pública que presenta esta actuación.

Tal como se explica en el propio Informe de Buenas Prácticas elaborado por la entidad, la difusión del proyecto y, a través de él, la del Fondo Social Europeo, ha sido muy amplia.

Al igual que en la actuación anterior, se ha facilitado a todas las personas participantes material de difusión (un cuaderno, en este caso), en el que se menciona que el Fondo Social Europeo ha facilitado su participación en el proyecto y en su mejora de la empleabilidad y se ha editado en vídeo para difundir la operación. Las novedades y resultados del proyecto se han difundido a través del informativo de la actualidad de Gureak. En el año 2018, el noticiario de enero difundió la operación de Formación Dual de AukerAbility: <http://www.audiovisuales.gureak.com/berriak--informativos/previous/2>

Asimismo, se han publicado tres artículos en la Revista Kontu Kontari, revista de Gureak dirigida a la plantilla, diversas instituciones, familias de usuarios de servicios de Gureak en los meses de enero ([https://issuu.com/gureak/docs/kk56\\_alta\\_sin\\_sangres](https://issuu.com/gureak/docs/kk56_alta_sin_sangres)) y abril ([https://issuu.com/gureak/docs/kk57\\_alta\\_sin\\_sangres](https://issuu.com/gureak/docs/kk57_alta_sin_sangres)).

Estas actuaciones de comunicación puestas en marcha por Ehlabe contribuyen también a alimentar los indicadores de realización de la Estrategia, en concreto los relativos a actos de difusión en los medios de comunicación (Indicador 1) y número de publicaciones externas realizadas (Indicador 3).

- **Itinerario integrado de inserción socio laboral para mujeres en situación de violencia sexista o en situación de vulnerabilidad social. Proyecto EMAKTIVA (SUSPERGINTZA).**



Esta actuación contempla una intervención basada en itinerarios individualizados de inserción sociolaboral para mujeres en situación de violencia sexista o situación de vulnerabilidad, que se desarrollarán a través de las siguientes fases y acciones: 1º Captación, acogida y diagnóstico, 2º Inserción social, 3º Inserción laboral y 4º Acompañamiento final. El proyecto EMAKTIVA se encuentra adecuadamente explicado y perfectamente apoyado en los siete criterios que se establecen en la Guía Metodológica para poder considerarlo como una buena práctica.

Esta acción en sí es innovadora ya que presenta una metodología en clave de integralidad y de enfoque feminista. Además, se encuentra perfectamente difundida y ha obtenido unos resultados, tanto en inserción como en formación positivos y más si se pone en valor el colectivo de mujeres al que va dirigido. Presenta sinergias con

otras políticas tanto directas como transversales que se están desarrollando desde las diversas administraciones para promover la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres ya que responde a un problema social actual.

Además de todo lo anterior, EMAKTIVA ha sido finalista de buenas prácticas en la convocatoria 2019 de la Red Europea de Innovación por la Inclusión. Esta red identifica proyectos que promuevan la innovación y la inclusión en el ámbito social y que compartan estos aprendizajes y buenas prácticas dotándose de herramientas para crear un mercado laboral europeo más inclusivo.

Esta Buena Práctica destaca, además de por su componente innovador muy pronunciado, por la amplia difusión realizada. Hay que señalar la creación de un vídeo promocional **SPOT para la captación de empresas colaboradoras** que ha sido difundido en diversos canales para aumentar su potencial de llegada al público (lugares de alto impacto: máquinas expendedoras de estaciones de Metro Bilbao, máquinas expendedoras de estaciones de Euskotren y Bizkaia Arena durante un partido del Bilbao Basket). Este vídeo se encuentra disponible tanto en la página Web del proyecto como en Youtube. El vídeo cuenta actualmente con 607 visualizaciones en redes sociales.

Se realizaron **Jornadas de presentación** a empresas e instituciones y mujeres potencialmente participantes, así como se participó en Eventos y jornadas organizadas por otras entidades. El impacto de estas jornadas supera las 4000 personas.

**Se han editado asimismo folletos informativos** conteniendo la información esencial del proyecto (ámbito, justificación, acciones, resultados esperados, marco del FSE, información y problemática detectadas y soluciones halladas), con un diseño visual y atractivo y con mensajes concisos y ordenados. Se han editado 500 Folletos informativos generales del programa y se han realizado 1.000 folletos informativos para entidades derivantes y mujeres candidatas.

La difusión en los **medios de comunicación** también ha sido profusa, habiéndose realizado durante todo el periodo intervenciones en Radio (2 en Radio Nervión -8/3/17 y 2/2/16- y una en Radio Popular-16/6/17-). Además, se han publicado numerosas **noticias en prensa** y se ha hecho uso de las **redes sociales** para contribuir a publicitar esta actuación.

A través de esta actuación, Suspergintza ha contribuido a alimentar todos los indicadores de realización, a excepción del número 6 (Documentación interna distribuida) y el 7 cuya contabilización corresponde a la Autoridad de Gestión.

- **Acciones prelaborales 2018 y 2019 (Emaus Bilbao).**

Esta actuación persigue el objetivo principal de mejorar la empleabilidad y favorecer la inserción social y laboral de mujeres y hombres en situación y/o riesgo de exclusión, priorizando a aquellas personas que tienen suscritos convenios de inclusión activa con el Servicio Vasco de Empleo-Lanbide y/o personas usuarias de los Servicios Sociales de Base, a través de los Itinerarios Integrales de Inserción. Esta actuación ofrece una amplia descripción de la labor que se desempeña y se encuentra estructurada siguiendo lo establecido en la Guía, además presenta información profusa para justificar el cumplimiento a los siete criterios y ser considerada como buena práctica.

Se ha podido corroborar que dicha actuación presenta una correcta difusión y que la cofinanciación por parte del FSE queda reflejada tanto en la documentación externa como en la interna. Además, los argumentos utilizados para dar valor a la metodología innovadora y los resultados obtenidos en materia de inserción, tanto



educativa como laboral, son positivos y más si se tiene en cuenta el colectivo para el que está diseñada la actuación. Se han puesto en marcha acciones en materia de igualdad de oportunidades, entre hombres y mujeres y de no discriminación como actividades planteadas desde un punto de vista medioambiental. A su vez, detallan que tienen mayoritariamente personas participantes hombres, pero que luchan por la consecución de la paridad dentro de sus actuaciones, pero que al ser una



entidad que trabaja sinérgicamente con los Servicios Sociales, son estos los que les derivan los potenciales beneficiarios del programa.

Destaca en el caso de esta actuación la difusión a través de las redes sociales, especialmente Twitter y Facebook y su propia página web, como puede apreciarse de los enlaces que se recogen a continuación:

[https://es-es.facebook.com/pg/emausbilbao/photos/?ref=page\\_internal](https://es-es.facebook.com/pg/emausbilbao/photos/?ref=page_internal)

<https://www.facebook.com/272536533192040/photos/a.273798429732517/407733249672367/?type=3&theater>

<http://www.emausnet.org/category/intervencion-social/>

<https://twitter.com/EmausBilbao/status/973500820451921920>

A través de esta actuación, Emaus Bilbao contribuye a alimentar los indicadores de realización número 3 (Publicaciones externas realizadas) y número 6 (Documentación interna distribuida).

- **AKTIBATU + LANEKIN (Garapen).**

Esta actuación consiste en un itinerario de inserción mediante un proceso de acompañamiento orientado a la activación e inserción laboral de las personas. El itinerario comienza con la captación de las participantes, continuando mediante el inicio del proceso de acompañamiento a través de la identificación de competencias y después desarrollando la formación en distintos talleres de actuaciones. Finalmente, tras la identificación de las empresas susceptibles de participar, se define conjuntamente con la empresa y la persona participante el proyecto de prácticas formativas, comprendiendo la función y las tareas a realizar, el calendario de dicha actividad, la persona instructora dentro de la empresa que se responsabilizará de la formación y las fechas de seguimiento parcial y valoración final para favorecer el cumplimiento de los objetivos marcados para dicha acción formativa.



Este proyecto, al igual que el caso de la actuación anterior, se encuentra adecuadamente explicado y perfectamente apoyado en seis de los siete criterios que se establecen en la Guía Metodológica para poder considerarlo como una buena práctica. Destaca, en cuanto a la difusión del papel del FSE (Criterio 1), además de la difusión realizada por distintos medios como notas de prensa, boletines electrónicos, redes sociales, página web, artículos en prensa, folletos, carteles etc, el papel tan destacado que representan en este caso las redes sociales. En este caso, se solicita a las personas beneficiarias que a su vez contribuyan a difundir el proyecto y su experiencia en él a través de las redes y aplicaciones para móviles, convirtiéndose así en “prescriptores” del proyecto, lo que amplía su potencial de difusión y comunicación.

### *Segundo nivel de análisis de las Buenas Prácticas*

Tal como se establece en la Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de las Estrategias de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER y del Fondo Social Europeo 2014-2020, “Todas las entidades beneficiarias públicas de los fondos o que sean intermediarias frente a beneficiarios privados, deberán presentar al menos una buena práctica al año y por un montante suficiente para que cuando se acabe el período haya presentado Buenas Prácticas por un importe superior al 50% de la ayuda recibida”.

En este caso del PO FSE del País Vasco, el Organismo Intermedio ha presentado a la Autoridad de Gestión buenas prácticas desde 2017, año siguiente a la aprobación de la Estrategia de Comunicación. Ha presentado (aunque estén pendientes de aprobación) hasta la fecha 8 actuaciones destacadas de cinco del total de nueve órganos gestores del Programa. Todas ellas cumplen, como se ha visto anteriormente, los criterios para cualificar como tales en materia de comunicación, incidiendo especialmente en la difusión de estos proyectos entre la ciudadanía en general (Criterio 1), que se ha realizado por múltiples medios. En este sentido, las Buenas Prácticas cumplen con su objetivo, alineado con los objetivos establecidos en la Estrategia y con las obligaciones reglamentarias al respecto de difundir los logros del Programa Operativo y el impacto del FSE en la región y en la vida de la ciudadanía vasca a través de actuaciones concretas.

No obstante, en línea con el espíritu de las buenas prácticas en cuanto a herramienta de comunicación y difusión del Programa y al objeto de aumentar ésta al máximo, sería recomendable incrementar el ritmo de presentación de éstas por parte de los órganos gestores con el fin de que todos ellos hayan presentado por lo menos una para el final del período de programación.

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

Como elementos de mejora asumidos desde el período anterior, se pone en valor la efectividad que tienen aquellos **medios utilizados** para la difusión de las medidas de comunicación a través de aquellas herramientas más vinculadas a las Nuevas Tecnologías. Destacan especialmente las páginas web y el uso de las redes sociales, éste último con una mayor presencia en este período de programación.

Por lo tanto, debido a que a priori se trata de los medios más efectivos para una mejor comunicación de las medidas llevadas a cabo en el seno del FSE, unido a su reducido coste de mantenimiento, **se recomienda** seguir potenciando el uso de éstas con el objetivo de lograr una escalabilidad mayor y poder dirigirlas hacia el público objetivo en cada momento.

Con respecto a la **pertinencia, validez y consistencia** interna de la Estrategia de Comunicación se observa que en cuanto a la **proporcionalidad**, si bien el presupuesto destinado para acciones de información y comunicación en el conjunto del PO es muy reducido, esta situación queda compensada con la actividad de los propios órganos gestores, que llevan a cabo actuaciones en esta materia sin que supongan coste alguno para el mismo, al estar éste integrado en la propia gestión de las actuaciones, lo que permite equilibrar la intensidad de los recursos dispuestos en el Programa Operativo y la Estrategia de Comunicación.

En cuanto a la **pertinencia**, la Estrategia de Comunicación está alineada con las orientaciones y redes de trabajo de las que se vertebran los requisitos en esta materia. Por último, si se analiza la **validez y consistencia interna** de la Estrategia de Comunicación, se observa que el diseño de las medidas da respuesta a los objetivos previstos en ésta y además con una orientación clara hacia las personas destinatarias.

Por otro lado, en esta evaluación se valora el **grado de avance** que las medidas en materia de información y comunicación descritas en la Estrategia han mostrado durante estos primeros años de ejecución. En términos generales, los valores muestran un cumplimiento notable de prácticamente todos los hitos de los **indicadores de realización**. El único indicador que presenta un avance menos significativo es el indicador de realización *Nº de publicaciones externas realizadas*, cuyo valor está por debajo de lo programado en este momento del período de ejecución.

No obstante, no parece que vaya a producirse un incumplimiento de los valores previstos y sí que finalmente se alcanzará el hito previsto, aunque **es necesario impulsar** la ejecución de las actividades que alimenten este indicador en el medio plazo para mitigar posibles desviaciones que pudieran producirse.

Por otro lado, es significativo el comportamiento del indicador de realización *Nº de acciones de difusión*, que presenta un grado de ejecución superior al 100% en este momento del período de programación. Pese a que se trata de un dato positivo también evidencia que quizás los hitos previstos fueron conservadores en el momento inicial de la programación de la Estrategia.



Atendiendo a lo anterior, **sería recomendable** realizar una reprogramación al alza del valor previsto para este indicador en la Estrategia de comunicación para adecuarlo de forma más realista a la evolución previsible para el mismo.

Destaca positivamente el caso del indicador de realización número 4 que recoge el “*número de páginas web*”, pese a que este indicador muestra la situación por organismo beneficiario del PO es importante señalar que no se reflejan las de aquellas entidades asociadas a los organismos beneficiarios sobre las que existen obligaciones de comunicación por recibir fondos y que tienen un gran peso dentro de este PO ya que realizan una cantidad de actuaciones de información y comunicación. Únicamente es preciso señalar que Bilbao Ekintza es el único organismo gestor que hasta el momento no ha alimentado este indicador, aunque esto puede estar relacionado, al igual que ocurre en el caso de otros gestores, con el hecho de que no posee una web propia al estar integrado en una estructura organizativa superior, en este caso, en el Ayuntamiento de Bilbao.

Para finalizar es importante subrayar que es a partir de la anualidad de 2018 cuando principalmente se produce un impulso notable en la evolución de las medidas de información y comunicación, que repercute positivamente en el comportamiento de los indicadores de realización en prácticamente todos los casos. Así mismo, no todos los organismos llevan a cabo medidas de información y comunicación con la misma intensidad. Destacan favorablemente Garapen junto con la función que en materia de información y comunicación desempeña el Organismo Intermedio, seguidos del Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz.

En términos generales, **si se mide el resultado** de las actuaciones sobre las personas destinatarias, se muestra coherencia con los indicadores de realización. Destaca especialmente la evolución del indicador de resultado, *Nº de asistentes a las actividades y actos públicos*, en cuyo caso su grado de ejecución está entorno al 10%, siendo un valor por debajo del programado. La tipología de actos que alimentan este indicador es diversa y el número de asistentes que convocan es muy variable, siendo los de mayor número de asistentes los de periodicidad anual, por lo que incluso si se incrementa de forma discrecional las actuaciones de difusión, no parece que solo con ello pueda alcanzarse la cifra de asistentes programada en la estrategia, para el final del período de programación. Adicionalmente, la contribución al mismo es desigual en función de los organismos, si bien Suspergintza Elkartea ha imputado un valor considerable de este indicador, puesto que es precisamente el que incluye entre sus actos de difusión los de mayor poder de convocatoria (Día de Europa y Foro Social de Economía Global).

Por lo tanto, si se considera el grado de ejecución alcanzado hasta el momento por este indicador, **sería recomendable** impulsar la actividad de información y comunicación entre todos los organismos gestores con el objeto de equilibrar la contribución al indicador y de alcanzar el hito propuesto ya que de no ser así podría producirse cierta desviación al final del periodo. Asimismo, se recomendaría también revisar el valor previsto en la Estrategia de Comunicación para este indicador con el fin de adecuarlo de forma más coherente con la evolución probable del mismo para ese mismo momento.

Con respecto al indicador, Nº de visitas en páginas Web, se observa que el grado de ejecución ronda el 40%. Si bien se trata de un valor un poco por debajo de lo esperado se debe a que, en algún caso, ciertos organismos gestores no contabilizan el número de visitas a sus páginas, pero también a que solo se están teniendo en cuenta las visitas a las páginas de los propios gestores y no a todas las agencias que trabajan en actuaciones cofinanciadas con FSE. Si esto último se contabilizase, es muy probable que el grado de ejecución actual de este indicador estuviera muy por encima del valor existente en este momento.

En cuanto a **la adecuación del presupuesto de la Estrategia y la actividad** de la misma, es fundamental señalar que los importes reportados por los organismos son meramente estimativos y no existen unas instrucciones consensuadas de cómo hay que realizar esta estimación de modo homogéneo y riguroso. Por otro lado, en algunos casos, el coste en que incurren los organismos gestores en materia de información y comunicación queda diluido con el gasto total de las actividades dificultando un seguimiento específico de este ámbito.

Por lo tanto, **es importante implementar** un proceso que permita recoger esta información de manera homogénea y ágil con el objetivo de que ofrezca datos financieros ajustados a la realidad de la ejecución de la Estrategia de Comunicación.

Por último, se observa que la contribución que realizan los dos Organismos Intermedios (Lanbide y Dirección de Empleo e Inclusión, como órganos responsables) para la realización de las actividades previstas en materia de información y comunicación es desigual. Si bien Lanbide se muestra como el motor en esta materia (aunque se trate de gasto consignado a título informativo), la Dirección de Empleo e Inclusión presenta una contribución más reducida debido a su método de certificación del gasto vinculado a los costes simplificados. No obstante, en términos generales, se considera necesario dar un impulso a la ejecución financiera para estimular su evolución hasta el final del período de programación.

En este sentido, teniendo en cuenta la estimación que se hace sobre el gasto relativo a las actuaciones de información y comunicación de aquellas acciones cofinanciadas por el FSE en el País Vasco, **se podría pensar en una recomendación** de adecuar el presupuesto a las necesidades de comunicación manifestadas en la ejecución del Programa, ya que los OOII han ejecutado un presupuesto mayor que el que se estimó en la Estrategia. E incluso, se podría plantear tener en cuenta en este presupuesto estimado dentro de ella el posible montante que detallan los diferentes gestores ya que son participantes activos de dicho PO y tienen unas obligaciones en materia de comunicación y publicidad de todas aquellas acciones que sean cofinanciadas por el FSE

En cuanto a la **integración de las actividades de información y comunicación en los informes anuales de ejecución**, de manera reglamentaria en las anualidades de 2016 y 2017 se da cumplimiento a lo establecido en los artículos 50 y 111 del Reglamento (UE) 1303/2013, recogiendo las actividades en materia de información y publicidad en el marco del Programa Operativo FSE 2014-2020 del País Vasco a través de los indicadores que cada organismo gestor reporta periódicamente

en un apartado específico (apartado 12.2 “Resultados de las medidas de información y publicidad de los Fondos aplicadas conforme a la estrategia de comunicación”). El resto de informes anuales de ejecución correspondientes a otras anualidades han mostrado aquella información que en todo momento ha requerido la Autoridad de Gestión en la materia, siendo positiva, por tanto, la rendición de cuentas que se produce en este sentido.

Atendiendo a la posible **repercusión que los sistemas de seguimiento tienen sobre la calidad en la ejecución de las medidas**, se concluye que desde el Organismo Intermedio Coordinador y la Autoridad de Gestión se han facilitado los procesos tanto para una correcta implementación de las actividades de información y comunicación, como para el seguimiento y control posterior de las mismas.

No obstante, se observan elementos de mejora como una asistencia más regular al GERIP que, si bien inicialmente fue más fluida, en este momento la contribución del OI del FSE no está siendo activa, quizá pendiente de la implementación de elementos de mejora en el propio funcionamiento del GERIP.

Otra cuestión que queda evidenciada en esta evaluación con respecto a los recursos destinados a los aspectos de comunicación es que, como posible mejora en este ámbito, por parte de los gestores se propone la colaboración de personal especializado en información y comunicación para apoyarles en esta tarea, ya que en términos generales echan en falta un acompañamiento especializado para trabajar y difundir el mensaje.

Por otro lado, las redes sociales se consolidan como instrumento de difusión en este período de programación, y si bien no suponen una herramienta sustitutiva del resto, su complementariedad maximiza los resultados esperables en la materia.

Por lo tanto, de cara a optimizar los mecanismos de difusión de las actividades de información y comunicación, **se recomienda** continuar con los instrumentos actuales incorporando y potenciando el uso de las redes sociales con el objetivo de alcanzar una mayor difusión y potencial de llegada a la población objetivo.

En línea con lo anterior, se observa que la ciudadanía vasca afirma tener un grado de conocimiento de que la UE realiza una serie de inversiones en la región destinadas a mejorar el bienestar social de las personas muy significativo. Este conocimiento se reduce cuando se pretende profundizar sobre el término de “Fondo Social Europeo” específicamente, que es menos reconocible. Son varios los medios identificados como más eficaces para aumentar este conocimiento (por ejemplo, las redes sociales citadas con anterioridad) y los órganos gestores consideran que esta comunicación podría optimizarse si se simplificaran los elementos visuales informativos que se utilizan para divulgar la cofinanciación. Si bien se trata de una petición que está fuera del alcance del OI, es importante mostrar el sentir general de los órganos gestores en este ámbito.

Si se atiende a la **verificación de la inclusión de la información y publicidad en las actuaciones de verificación y control del FSE**, es decir, 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, habiéndose integrado en los listados de comprobación

del control del artículo 125 del Reglamento (UE) N° 1303/2013, se observa una alineación adecuada. Es decir, se ha tenido en cuenta la normativa en materia de comunicación quedando constatado con el análisis de dichos listados de comprobación.

Si se valora, la incorporación del **principio de igualdad de oportunidades en las medidas de información y comunicación**, en términos generales este principio es atendido de forma transversal en el diseño de la Estrategia de Comunicación desde su programación, destacando la utilización de un lenguaje no sexista y dando espacio a la integración del principio de inclusión activa, la igualdad de oportunidades y la no discriminación. Su consideración en todo momento es obligatoria en la información y comunicación de las actuaciones, así como también se trata de un criterio a valorar en cualquier proyecto que sea calificado como buena práctica en el marco de la Estrategia de Comunicación.

Por otro lado, la Estrategia de Comunicación es un reflejo de las actividades que se realizan en el marco del Programa Operativo de Fondo Social Europeo, en cuyo diseño e implementación se atiende de manera específica la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres. En este sentido, las medidas de comunicación visibilizan la actividad que se produce en este sentido dando una cobertura amplia a los resultados que se producen.

No obstante, pese a que la Estrategia de Comunicación es un instrumento útil para comunicar los resultados en este ámbito, sería positivo que en un futuro **se considerara** la implementación de medidas concretas que permitan definir y dirigir el mensaje y los resultados en función del tipo de perfil al que se dirige. De esta manera, si se atiende las necesidades específicas de comunicación y se utilizan los medios más adecuados para cada tipo de perfil, es posible que se logre un mayor impacto en términos generales. A modo de ejemplo, se sugiere que podrían integrarse indicadores específicos que estimen en sus hitos a cuántas mujeres y hombres se pretende llegar, para posteriormente medir la eficacia de esta cuestión.

En términos de **impacto** de las medidas de información y comunicación llevadas a cabo se identifican diferentes dimensiones de análisis. Por un lado, se obtiene un **valor positivo** en el ámbito de análisis orientado a medir el **grado de conocimiento** de las obligaciones existentes en cuanto a información y comunicación. No obstante, todos estos ámbitos no muestran el mismo comportamiento, obteniéndose los mejores valores en el conocimiento de las obligaciones frente a otro tipo de acciones como la identificación de BBPP. Por otro lado, se considera positivo el trabajo realizado por el Organismo Intermedio en cuanto a la facilitación de la información hacia los beneficiarios/organismos gestores, ya que la valoración que éstos tienen sobre la calidad y utilidad de dicha información es altamente positiva. Esto es especialmente relevante en un contexto en el que estos a veces encuentran dificultades para realizar las actuaciones de comunicación, debido a que cuentan con equipos de personas reducidos y no especializados en la materia.

En otro orden de análisis y en lo que se refiere a la **visibilidad de las actuaciones**, parece que el trabajo realizado por los organismos beneficiarios/gestores está siendo útil para proporcionar ésta a las actuaciones del Programa o al menos, así es considerado por éstos. Las medidas de información y comunicación tienen una mayor incidencia entre las personas a partir de los 45 años. Se trata de un estrato de edad en la que quizás es más notable el interés por el gasto público y, por lo tanto, por

las diferentes fuentes de financiación. Sin embargo, el resto de estratos de edad muestran asimismo un conocimiento adecuado. Por otro lado, los datos parecen indicar que la visibilidad de las actuaciones tiene un mayor efecto entre los hombres que en las mujeres.

Si bien los valores de conocimiento sobre el FSE son similares al período anterior y por lo tanto se puede hablar de una incidencia positiva en términos globales, **sería recomendable** analizar cuáles han sido aquellos medios que han tenido una mayor incidencia por estratos de edad y sexo y, en la medida de lo posible, implementar campañas dirigidas a cada perfil de manera específica.

Por último, se concluye que el trabajo realizado en el marco de FSE ha permitido extender el conocimiento sobre el papel desempeñado en la Unión Europea visibilizando el conjunto de actuaciones y resultados obtenidos. En este caso, como en el caso anterior, sería positivo que en la medida de lo posible se optimizara el uso de los instrumentos de comunicación con el objeto de intentar ser lo más eficientes posibles en la visibilización de las ayudas procedentes de la Unión Europea.

En cuanto a la presentación de las Buenas Prácticas en el marco del PO de FSE, se observa que, aunque en general el volumen de presentación de buenas prácticas es menor del esperable, puesto que todavía hay varios órganos gestores que no han presentado ninguna, la calidad de las buenas prácticas identificadas y comunicadas es muy positiva.

**Sería recomendable**, por tanto, impulsar la identificación y presentación de buenas prácticas por parte de los órganos gestores con el fin de que todos ellos hayan presentado por lo menos una para el final del período de programación.