



Unión Europea

INFORME DE LA EVALUACIÓN INTERMEDIA DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DEL PO FSE DE LA RIOJA 2014-2020

12 de diciembre de 2019



Antes de imprimir este documento, asegúrese de que es necesario.
Proteger el medio ambiente está en nuestras manos

- I. Objeto
- II. Metodología de evaluación
- III. Principales resultados y conclusiones
- IV. Recomendaciones

Anexo I. Fuentes de información

Anexo II. Información documental

Anexo III. Características de la encuesta a la ciudadanía

OBJETO DEL DOCUMENTO

El objeto del documento es presentar los principales resultados de la evaluación intermedia de la Estrategia de Comunicación del PO FSE de La Rioja 2014-2020

El periodo de evaluación hace referencia a las actividades y medidas de información y publicidad (I+P) realizadas entre el 1 de enero de 2014 y el 30 de junio de 2019

OBJETIVOS DE LA EVALUACIÓN

La presente evaluación propone recomendaciones que puedan contribuir a incrementar la visibilidad del Programa Operativo y a concienciar a la ciudadanía y al público en general de la aplicación de la Política de Cohesión.

Para ello, se ha respondido a las siguientes preguntas contenidas en la Guía Metodológica:

- ¿Cuál es el grado de consecución de los objetivos de la Estrategia de Comunicación del Programa Operativo FSE de La Rioja 2014-2020?
- ¿Qué nivel de eficacia e impacto tienen las medidas de comunicación emprendidas en cuanto a los resultados y efectos conseguidos?
- ¿Qué grado de visibilidad tienen los Fondos y la propia UE en la ciudadanía de La Rioja?

METODOLOGIA DE EVALUACIÓN

METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN

El equipo evaluador ha empleado varios métodos y técnicas establecidos 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”

Estas herramientas han permitido analizar datos cuantitativos y cualitativos provenientes de distintas fuentes de información



PRINCIPALES RESULTADOS Y CONCLUSIONES

PRINCIPALES RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN

La Estrategia de Comunicación se está implementando adecuadamente

Se han desarrollado las medidas establecidas en la Estrategia

Principales resultados de la evaluación

- **La Estrategia cumple adecuadamente con los criterios de evaluación:** proporcionalidad, pertinencia, validez y consistencia, asignación y adecuación de los recursos e igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres.
- **El nivel de ejecución de las actividades de comunicación es elevado,** dado que el valor alcanzado en la mayoría de los indicadores se encuentra cercano al valor objetivo a 2023.
- **Las actividades de información y publicidad han sido incluidas en los informes anuales de ejecución de 2016 y 2018** conforme al artículo 115 del RDC.
- **El establecimiento de un sistema de seguimiento, evaluación y verificación permite garantizar la calidad** en la ejecución de las medidas.
- **Las disposiciones en materia de información y comunicación se han tenido en consideración en el procedimiento de verificación y control de las operaciones,** cumpliéndose con la normativa comunitaria.
- **El principio de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres se ha aplicado correctamente.** Se ha tomado como referencia diversas guías en la materia.
- **Los Órganos Gestores/Beneficiarios conocen las obligaciones existentes** en la programación, gestión, seguimiento, control, evaluación e I+D (93,3%). La satisfacción y la utilidad de las sesiones formativas ascienden a 60,0% y 66,7% respectivamente.
- **El 63,9% de la ciudadanía riojana encuestada afirma conocer el FSE.** El 75,1% valora positivamente el papel de este fondo en el desarrollo económico y social de la Rioja.
- **El Organismo Intermedio y los Órganos Gestores/Beneficiarios no han presentado buenas prácticas** a la AG

ANÁLISIS DE LA PROGRAMACIÓN DE LA ESTRATEGIA

El análisis de los criterios de evaluación establecidos en la Guía Metodológica han permitido valorar la pertinencia y consistencia interna de la Estrategia

Los resultados de las evaluaciones del periodo de programación 2007-2013 y las lecciones aprendidas fueron consideradas en la elaboración de la Estrategia

Criterios de evaluación

Proporcionalidad

El principio de proporcionalidad se ha aplicado correctamente en la definición de esta Estrategia, en la medida que se han tenido en consideración los recursos disponibles en el Programa Operativo para el establecimiento de las actuaciones y la asignación presupuestaria.

Pertinencia

La Estrategia de Comunicación se ha elaborado de conformidad con lo establecido en el artículo 116 del RDC y las orientaciones emitidas por la red europea INIO.

Validez y consistencia

La Estrategia de Comunicación presenta un elevado grado de consistencia y validez, dado que existe coherencia entre los objetivos, los grupos destinatarios y las medidas de información y publicidad definidas.

Asignación y adecuación de los recursos

Los medios financieros, humanos, técnicos y materiales se consideran adecuados para el desarrollo de las actividades establecidas en la EC. El presupuesto recogido en el capítulo 5 de la Estrategia asciende a 67.000 €.

Igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres

La igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres se ha incorporado adecuadamente en la definición de la Estrategia de Comunicación. No obstante, existe un margen de mejora dado que no se han definido medidas específicas ni se realiza un seguimiento de los indicadores relativos a personas participantes por sexo.

ANÁLISIS DE LA APLICACIÓN DE LAS MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD

El ritmo de ejecución de los indicadores de realización y de resultado es elevado

El presupuesto ejecutado representa el 68,73% de lo planificado

Actividad	Indicador de Realización	Valor previsto	Valor 2019	%	Indicador de Resultado	Valor previsto	Valor 2019	%
1	Nº actividades y actos públicos	61	72	118,03%	Nº asistentes	379	423	111,61%
2	Nº acciones de difusión	249	250	100,40%	-	-	-	-
3	Nº publicaciones externas realizadas	8.754	8.504	97,14%	% publicaciones distribuidas/ editadas	100%	100%	100%
					Nº puntos de distribución	7	-	0,00%
4	Nº páginas web	4	9	225,00%	Nº visitas	100.000	425.433	425,43%
5	Nº soportes publicitarios	36.035	392	1,09%	-	-	-	-
6	Nº documentación interna distribuida	49	49	100%	% organismos cubiertos	100%	100%	100%
7	Nº redes de información y publicidad	1	1	100%	Nº reuniones	-	-	-
					Nº asistentes	-	-	-

Fuente: Elaboración propia a partir de la información proporcionada por la Dirección General de Empleo

■ Nivel de ejecución por encima del valor previsto a 30/06/2019
■ Nivel de ejecución por debajo del valor previsto a 30/06/2019

3.2 y 3.3 ANÁLISIS DE LA APLICACIÓN DE LAS MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD

El sistema de seguimiento implementado es valorado positivamente

Las actividades de información y publicidad quedan recogidas en los informes anuales de ejecución de 2016 y 2018

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

- El análisis de los informes anuales de ejecución del Programa Operativo FSE de La Rioja de 2016 y 2018 ha permitido constatar que las actividades de I+P quedan recogidas en estos informes conforme al artículo 115 del RDC lo que permite realizar un seguimiento del avance de estas actividades.
- En estos apartados se presenta un **breve estado de las actividades de información y publicidad** y en general de las últimas novedades contenidas.

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

- La **elaboración de manuales específicos de gestión, seguimiento, control, evaluación e información y comunicación por parte de la Autoridad de Gestión y el Organismo Intermedio** ha permitido trasladar las obligaciones a los Órganos Gestores/Beneficiarios. Asimismo, el Organismo Intermedio ha trasladado estas instrucciones a través del DECA.
- La **comunicación regular entre el Organismo Intermedio y los Órganos Gestores/Beneficiarios** permite garantizar la coordinación en la implementación de la Estrategia.
- Las **jornadas formativas, las reuniones del Comité de Seguimiento y las reuniones del GERIP e INIO** han supuesto un lugar de encuentro en el que poner en común los procedimientos aplicables y las problemáticas identificadas.
- **Los medios humanos, materiales y financieros se consideran adecuados** para la implementación de esta Estrategia, no habiéndose identificado necesidades en esta materia.

INCLUSIÓN DE LA INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD EN LAS ACTUACIONES DE VERIFICACIÓN

Las obligaciones de información y publicidad han sido incluidas en las actuaciones de verificación y control de las operaciones

No se han identificado incidencias en la muestra de expedientes analizados

- Las obligaciones de información y publicidad se han considerado de manera preliminar a la aprobación de las operaciones. **El Organismo Intermedio se ha encargado de revisar las ordenes de ayuda y convocatorias de manera previa** a fin de garantizar que se cumple con la normativa comunitaria incluida la relativa a la información y publicidad.
- En los **informes y listas de verificación se ha incorporado un apartado** dedicado al cumplimiento de las obligaciones en materia de **información y publicidad**.
- Por lo general, los expedientes han cumplido adecuadamente con estas obligaciones. Las **incidencias detectadas son de carácter leve** y por consiguiente no han dado lugar a correcciones financieras.

Eje y PI	Código de verificación	Incidencias significativas
1 (8.1)	2017/01/SRE- CONTR MAY 45	NO
1 (8.1)	2017/01/ADER-DISEÑO	NO
2 (9.1)	2017/01/SPD	NO
2 (9.1)	2018/01/SPAS-Convenio2018	NO
3 (10.3)	2/2017 (ESPA)	NO

Fuente: Elaboración propia a partir de la información proporcionada por la Dirección General de Empleo

INCORPORACIÓN DEL PRINCIPIO DE IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

El principio de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres ha sido considerado en la aplicación y ejecución de las medidas de información y publicidad de la Estrategia

Existe margen de mejora en lo relativo al desglose por sexo de los indicadores relativos a personas participantes y en el grado de conocimiento del FSE

- En el diseño y elaboración de la Estrategia del periodo 2014-2020 se han tenido en consideración las recomendaciones realizadas en la **“Guía Práctica de Comunicación con perspectiva de género en los Fondos”** además de las aportaciones realizadas por la **“Red de Políticas de Igualdad entre Mujeres y Hombres”** en la que participa el OI.
- La **participación de la Dirección General de Servicios Sociales en calidad de Organismo de Igualdad de Género en las reuniones del Comité de Seguimiento** ha permitido aplicar el principio de manera más transversal en la Estrategia.
- En la Estrategia de Comunicación se establece que, en **los carteles, temporales o permanentes, se deben incluir los objetivos temáticos entre los que se integra el OT.9 “Promover la igualdad, la salud y la inclusión social”**.
- En las medidas de I+P realizadas se ha empleado un lenguaje inclusivo y no sexista y se ha evitado el uso de imágenes estereotipadas.
- Se han celebrado reuniones y jornadas orientadas a la aplicación práctica del principio, entre ellas se señala la reunión del grupo transversal de género celebrado en noviembre del 2018.
- **Los indicadores relativos a las personas participantes en las actividades no presentan un desglose por sexo** lo que impide valorar si existen diferencias entre mujeres y hombres en el acceso a los contenidos.
- Las encuestas realizadas a la ciudadanía han permitido constatar que existe una **brecha de género en el grado de conocimiento del FSE y del papel de la UE en el desarrollo económico y social de La Rioja**.



ANÁLISIS DEL IMPACTO: ÓRGANOS GESTORES/BENEFICIARIOS

Los Órganos Gestores/Beneficiarios conocen las obligaciones existentes en la programación, gestión, seguimiento, control, evaluación e información y publicidad (93,3%)

Las sesiones formativas constituyen un espacio para conocer los procedimientos de aplicación del PO y de la Estrategia

Indicador de impacto	Valor referencia 2013	Valor alcanzado 2019
Grado de conocimiento de las obligaciones existentes en la programación, gestión, seguimiento, control, evaluación e información y publicidad	82,7%	93,3%
Tasa de satisfacción, que indique la valoración de los beneficiarios/Organismos Intermedios y/o gestores o partícipes respecto a la información facilitada	79,1%	60,0%
Tasa de utilidad de las actuaciones	79,1%	66,7%

Fuente: Elaboración propia a partir de la información proporcionada por la Dirección General de Empleo

- **La tasa de satisfacción (60,0%) y de utilidad (66,7%) de las sesiones formativas han disminuido considerablemente con respecto al periodo 2007-2013.**
- **Esto es debido a que el cumplimiento de la normativa comunitaria es apreciado como una carga adicional, con lo que asistir a estas jornadas se interpreta como una obligación que no contribuye a facilitar el desarrollo del trabajo.**

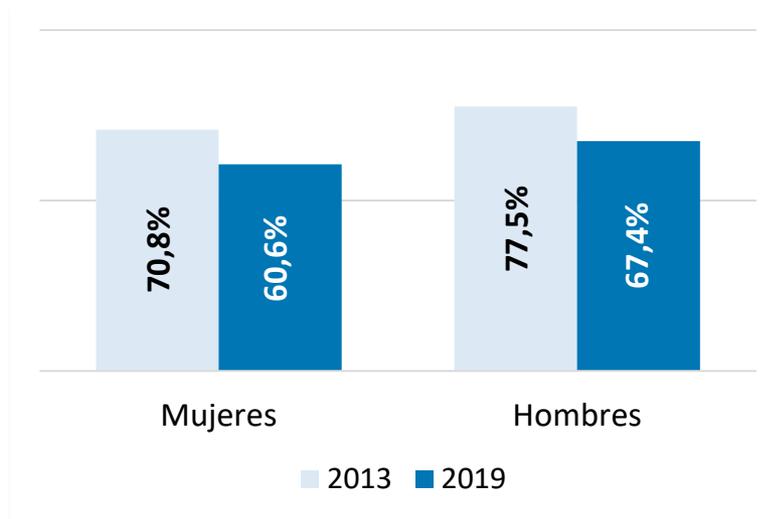


ANÁLISIS DEL IMPACTO: CIUDADANÍA

El 68,2% afirma conocer el papel de la UE para contribuir al progreso económico y social

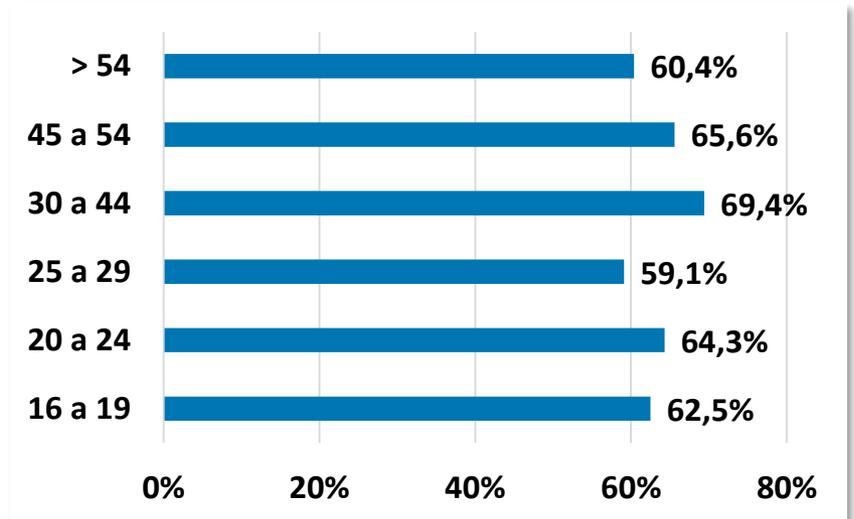
El 63,9% de las personas encuestadas conoce el FSE y el 75,1% valora positivamente su aportación al desarrollo económico y social de La Rioja

Grado de conocimiento del FSE por sexo



Fuente: Elaboración propia a partir de la información proporcionada por la Dirección General de Empleo

Grado de conocimiento del FSE por tramo de edad



Fuente: Elaboración propia a partir de la información proporcionada por la Dirección General de Empleo

Tipología de actuación

Las actuaciones más conocidas son las relacionadas con la **formación y el empleo (48,6%)** y las **ayudas a las empresas (48,1%)**. En último lugar se encuentran las ayudas a la I+D+i y Sociedad de la Información (**32,1%**).

Medios de difusión

El medio que mejores resultados ha proporcionado es, con gran diferencia, **los anuncios en prensa, radio o TV (61,6%)**. Los cursos de formación financiados por los fondos (13,8%) y los folletos (20,0%) resultan los medios menos eficaces.

RECOMENDACIONES

RECOMENDACIONES

Se proponen una serie de recomendaciones para facilitar la aplicación de la Estrategia

Éstas hacen referencia a las medidas de I+D, la incorporación del principio de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres y las buenas prácticas

APLICACIÓN DE LAS MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD

- **Revisar los valores objetivos de los indicadores de comunicación establecidos en la Estrategia.** Concretamente los indicadores que hayan alcanzando el valor objetivo a 2023 y los que se encuentran infra ejecutados.
- **Analizar en el seno del GERIP la posibilidad de desarrollar a nivel nacional un sistema de cuantificación por sexo de los indicadores relacionados con personas participantes** para conocer si existen diferencias entre mujeres y hombres en el acceso a los contenidos formativos.
- **Valorar el desarrollo de campañas de difusión del Programa dirigidas a las personas jóvenes,** concretamente las que se encuentran en el tramo de edad de 25 a 29 años.
- **Impulsar la difusión de los resultados de las actuaciones del Programa Operativo en las Oficinas de empleo de La Rioja** con el fin de acercar el avance del Programa y la información sobre el FSE a la ciudadanía.
- **Fomentar la organización de jornadas formativas sobre los procedimientos de gestión y en especial de comunicación** a las que se invite a las personas responsables de los gabinetes de comunicación de las Consejerías con el fin de simplificar la coordinación.

INCORPORACIÓN DEL PRINCIPIO DE IGUALDAD DE OPORTUNIDADES ENTRE MUJERES Y HOMBRES

- **Realizar acciones específicas de difusión de las actuaciones del FSE entre asociaciones de mujeres** con el fin de reducir la brecha de conocimiento por sexo existente.

BUENAS PRÁCTICAS

- **Identificar anualmente buenas prácticas de manera conjunta** entre las entidades implicadas en la Estrategia, el Organismo Intermedio y los Órganos Gestores/Beneficiarios para cumplir con lo establecido en la Guía Metodológica.

ANEXOS

FUENTES PRIMARIAS

- Entrevistas a:
 - Autoridad de Gestión del FSE
 - Organismo Intermedio
 - Órganos Gestores/Beneficiarios
- Encuestas a:
 - Órganos Gestores/Beneficiarios
 - Ciudadanía
- Grupo de discusión entre el Organismo Intermedio y los Órganos Gestores/Beneficiarios

FUENTES SECUNDARIAS

- Análisis documental
- Seguimiento de los indicadores: realización, resultado e impacto

ANEXO II. INFORMACIÓN DOCUMENTAL

▪ **Comisión Europea:**

- Reglamento (UE) Nº 1303/2013 [Título III, Capítulo II y el Anexo XII]
- Reglamento de Ejecución (UE) Nº 821/2014 [Capítulo II]
- Documentación emitida por la red de comunicación INIO de la Comisión Europea

▪ **Nacional:**

- Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de las Estrategias de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER y del Fondo Social Europeo 2014-2020
- Guía para incorporar el enfoque de género en la información y comunicación de los Fondos Estructurales y de Inversión Europeos (2014-2020)
- Documentación emitida por el GERIP
- Página Web de la Unidad Administradora del Fondo Social Europeo (UAFSE)

▪ **La Rioja:**

- Programa Operativo FSE de La Rioja 2014-2020
- Estrategia de Comunicación del PO FSE de La Rioja 2014-2020.
- Información de seguimiento: Informes de Ejecución Anuales, Actas de los Comités de Seguimiento, indicadores de comunicación, etc.
- Evaluación intermedia del Plan de Comunicación del PO FSE 2007-2013 de La Rioja
- Evaluación final del Plan de Comunicación del PO FSE de La Rioja 2007-2013
- Página web de la Dirección General de Empleo de La Rioja en calidad de Organismo Intermedio

Ficha técnica

Universo	263.440 habitantes de 16 años o más (Hombres: 128.980, Mujeres: 134.460)
Muestra	470
Ámbito	La Rioja
Error de muestreo	2,31%
Estimación de proporciones	$P = Q = 0,5$
Margen de error	4,61%
Nivel de confianza	95%
Instrumento de recolección de datos	Cuestionario con preguntas cerradas
Recogida de la información	Encuesta telefónica, aplicando el sistema CATI (Computer Assisted Telephone Interviewing)
Fechas de trabajo de campo	25 y 27 de julio de 2019
Duración media de la entrevista	0:02:48
Empresa que ha realizado la encuesta	SIGMADOS Análisis e Investigación, S.L.

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos extraídos de la encuesta a la ciudadanía