

EVALUACIÓN INTERMEDIA

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DE LOS PROGRAMAS OPERATIVOS FEDER Y FSE DE ANDALUCÍA 2014-2020

RESUMEN EJECUTIVO

Julio de 2020



Este documento recoge las principales conclusiones y recomendaciones resultantes de la Evaluación Intermedia de la Estrategia de Comunicación de los Programas Operativos FEDER y FSE de Andalucía 2014-2020 realizada por Grupo Considera, S.L. para la Dirección General de Fondos Europeos de la Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad de la Junta de Andalucía.

El contenido de este documento responde a lo establecido en el Pliego de Prescripciones Técnicas que rige la contratación de un servicio de asistencia técnica para el desarrollo de acciones de evaluación de la Estrategia de Comunicación de los Programas Operativos FEDER y FSE de Andalucía 2014-2020, susceptible de cofinanciación a una tasa del 50% a través del Programa Operativo FEDER Andalucía 2014-2020 y del Programa Operativo FSE 2014-2020, dentro de los respectivos Ejes de Asistencia Técnica.

CONSIDERA 

METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN

La Evaluación Intermedia de la Estrategia de Comunicación de los Programas Operativos del Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) y del Fondo Social Europeo (FSE) de Andalucía 2014-2020 comprende las medidas y actuaciones de información, comunicación y visibilidad ejecutadas entre el 1 de enero de 2014 y el 30 de junio de 2019.

El **alcance y contenido de esta Evaluación** se ajusta, por un lado, a la metodología establecida en la *Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de las Estrategias de Comunicación de los Programas Operativos del Fondo Europeo de Desarrollo Regional y del Fondo Social Europeo 2014-2020* y, por otro, a las directrices de GERIP, al objeto de homogeneizar los informes de evaluación de las Estrategias de Comunicación de los Programas Operativos regionales.

El trabajo evaluativo desarrollado ha seguido un **enfoque mixto y participativo** basado en la triangulación metodológica, empleando técnicas de carácter cuantitativo y cualitativo para alcanzar una aproximación a los ámbitos de evaluación definidos con la mayor riqueza y variedad de datos posible, y contándose con la participación en la evaluación de los distintos agentes implicados en el diseño y en la implementación, seguimiento y evaluación de la Estrategia de Comunicación.

Con respecto a las **técnicas y métodos empleados**, se ha realizado un análisis documental, incluyendo la revisión de todos los documentos que sirven como marco de referencia, revisándose así mismo los datos de los indicadores de comunicación disponibles. El trabajo de campo, por su parte, se ha dirigido a obtener la información para contrastar, profundizar y complementar el análisis de datos secundarios para dar respuesta a las preguntas de evaluación, a través de la triangulación de técnicas de investigación que incluyen desde entrevistas hasta encuestas y grupos de discusión.

El uso de herramientas con contenidos comunes para todas las Comunidades Autónomas, derivado de la aplicación de una metodología común, conlleva cierta pérdida de flexibilidad y dificulta la adaptación de estas herramientas a las particularidades de cada región y a las de los diferentes tipos de agentes implicados (por ejemplo, empresas beneficiarias de ayudas). Esta posible limitación se ha subsanado mediante la aplicación de técnicas complementarias.

Además, en el desarrollo de la evaluación se han identificado una serie de circunstancias relacionadas con la información que aporta el sistema de indicadores diseñado, que han condicionado y limitado la evaluación de algunas de las dimensiones previstas.

ANÁLISIS DEL SEGUIMIENTO Y APLICACIÓN DE LAS RECOMENDACIONES REALIZADAS (2007-2013)

En respuesta a las obligaciones reglamentarias se realizaron dos evaluaciones del Plan de Comunicación de los Programas Operativos FEDER y FSE de Andalucía durante el período 2007-2013: una intermedia en 2010, y una final en 2013.

La Autoridad de Gestión de FEDER, así como el Organismo Intermedio coordinador, han publicado los informes de la evaluación intermedia y final en sus respectivos portales Web, asegurando la transparencia y la difusión a toda aquella entidad o persona interesada. La evaluación final, además, se envió a los miembros de los Comités de Seguimiento de los Programas Operativos FEDER y FSE de Andalucía para su conocimiento.

Dichas evaluaciones dieron lugar a una serie de recomendaciones, que han sido atendidas en términos generales, tomándose medidas para aplicarlas, tanto a la finalización del período como en el marco 2014-2020, lo que ha permitido mejorar la programación, gestión, ejecución, seguimiento, y resultados de la Estrategia de Comunicación.

ANÁLISIS DEL AVANCE EN EL DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

El planteamiento para abordar la comunicación en este período responde plenamente a las directrices de aplicación en la materia, consolidando los avances iniciados en el anterior período de

programación (2007-2013), resultando en una Estrategia de Comunicación pertinente y que responde a las necesidades detectadas.

La articulación de esta Estrategia de Comunicación sigue un **enfoque de intervención** continuista con el anterior período de programación, basado en la definición de dos objetivos estratégicos alineados con los consensuados en el GERIP, nueve prioridades estratégicas, y medidas y actuaciones dirigidas a cuatro grandes grupos de destinatarios orientadas a garantizar el cumplimiento de las responsabilidades en materia de información, comunicación y visibilidad definidas en el Reglamento (UE) nº 1303/2013.

Pese a que todas las medidas recogidas en la Estrategia de Comunicación responden coherentemente al planteamiento estratégico, no se vinculan de forma expresa con los objetivos ni con las prioridades, lo que supone una debilidad en términos de **consistencia interna**, y para la evaluación de resultados.

Para el desarrollo de la Estrategia de Comunicación, si bien la Autoridad de Gestión del FEDER ha dotado **recursos humanos** adecuados y proporcionales a sus responsabilidades, la dotación de personal por parte de la Autoridad de Gestión del FSE, del Organismo Intermedio coordinador y de los organismos gestores y/o beneficiarios se considera reducida en términos cuantitativos. Sí se cuenta con medios técnicos, destacando la gran relevancia de los que aporta la asistencia técnica contratada por el Organismo Intermedio coordinador. El presupuesto, por su parte, se considera adecuado atendiendo al criterio de proporcionalidad.

Por último, se considera que la integración del **principio de igualdad de oportunidades** en la fase de diseño de la Estrategia podría mejorarse, dado que queda limitado a la igualdad de trato, no contemplando la perspectiva de género.

ANÁLISIS DE LA APLICACIÓN DE LAS MEDIDAS DE INFORMACIÓN, COMUNICACIÓN Y VISIBILIDAD

La puesta en marcha de prácticamente todas las líneas de medidas previstas no ha estado correlacionada con el **avance en la implementación** de la Estrategia de Comunicación, que a 30 de junio de 2019 puede considerarse bajo, en términos generales, aunque sí con consistentes con las obligaciones previstas en el Reglamento de Disposiciones Comunes (artículo 115 y Anexo XII).

La mayor parte de las actuaciones de ICV desarrolladas han estado vinculadas a operaciones cofinanciadas por el Programa Operativo FEDER, en congruencia con la importancia de este Programa en términos financieros. Destaca la difusión a través de notas de prensa y noticias publicadas en medios escritos y digitales, soportes publicitarios como vallas, placas o carteles, y actividades y actos públicos (jornadas, actos y ferias vinculadas con el desarrollo de los proyectos cofinanciados por el Programa Operativo).

El nivel de **consecución de resultados** con respecto al objetivo fijado para 2020 ha sido, en general, elevado, aunque no guarda congruencia con la ejecución.

La baja aplicación de las medidas se está traduciendo en un **nivel de gasto** muy elevado, incluso superior al total previsto para el período 2014-2020, lo que supone una incoherencia entre el avance en la ejecución presupuestaria y en la ejecución física. Esto podría deberse al hecho de que el dato de gasto no se está recogiendo en INFOCO2014 con el mismo criterio que se ha aplicado para la estimación de gasto en la programación, así como a la falta de aplicación de criterios comunes entre organismos gestores y/o beneficiarios aplican los criterios comunes a la hora de registrar gasto vinculado con ICV.

Existe cierto desconocimiento por parte de los organismos gestores y/o beneficiarios acerca de la disponibilidad de presupuesto de Asistencia Técnica para el desarrollo de actuaciones de información, comunicación y visibilidad, siendo frecuente que argumenten que encuentran dificultades para desarrollar las medidas de la Estrategia de Comunicación con los recursos

financieros de que disponen sin incurrir en costes externos adicionales, por lo que se limitan al uso de canales propios como las páginas Web, la distribución de notas de prensa, o las publicaciones en boletines oficiales.

Se estima necesario ampliar la cobertura mediática, formas y métodos de comunicación, así como la rigurosidad en el registro de indicadores y en la aplicación de criterios comunes para aumentar su calidad.

También se observan debilidades que están afectando al cumplimiento de las obligaciones relativas a la elaboración y publicación de la **lista de operaciones** que deberían solventarse.

Con respecto al grado de integración de información relacionada con la información, comunicación y visibilidad en los **informes anuales de ejecución** de los Programas Operativos FEDER y FSE de Andalucía 2014-2020 se considera que es adecuado.

La información en ambos Programas Operativos se incluye fundamentalmente en el anexo específico de comunicación que acompaña a los informes anuales de ejecución, y en los apartados 12.2. “Resultados de las medidas de información y publicidad de los Fondos aplicadas conforme a la estrategia de comunicación” en aquellas anualidades (2016 y 2018) en las que se debe dar cumplimiento a lo establecido en el artículo 111, apartado 4, párrafo primero, letras a) y b), del reglamento (UE) nº 1303/2013.

No obstante, se podría mejorar la información que se incluye en los informes anuales de ejecución y en los documentos anexos sobre el grado de avance en la ejecución de las medidas concretas de la Estrategia de Comunicación y del logro de los objetivos definidos.

Por otro lado, y en relación con el sistema de seguimiento de la Estrategia, destaca la existencia de **instrucciones y procedimientos** destinados a los organismos gestores y/o beneficiarios de las actuaciones cofinanciadas por los Programas Operativos FEDER y FSE de Andalucía 2014-2020 en materia de información y comunicación.

La utilización de la **herramienta informática** INFOCO2014, por su parte, está teniendo una incidencia positiva en el seguimiento, si bien su utilidad se ve limitada por la falta de registros de algunos organismos gestores y/o beneficiarios, y por la falta de homogeneidad en la aplicación los criterios metodológicos acordados en el seno del GERIP. Otras mejoras de la aplicación están relacionadas con su funcionalidad y contenido, sobre todo para facilitar la evaluación del logro de los objetivos de la Estrategia de Comunicación.

Las **redes de personas responsables en materia de comunicación** a nivel europeo, nacional y regional mantienen su relevancia como instrumento de coordinación y seguimiento de la ejecución de la Estrategia de Comunicación, si bien la aplicación de acuerdos y criterios comunes consensuados en ellas no se está produciendo en la medida en que sería deseable, y algunos agentes no asisten con frecuencia a las reuniones.

Por último, la adecuada coordinación del Organismo Intermedio coordinador con los **Comités de Seguimiento y los de Evaluación del FEDER y del FSE** permite que se realice un seguimiento adecuado de la Estrategia por parte de todos los agentes implicados, así como la consideración de orientaciones comunes en materia de evaluación de la comunicación.

EVALUACIÓN DE LAS INCIDENCIAS DETECTADAS EN EL PROCESO DE VERIFICACIÓN PREVIA CON RELACIÓN A LOS ASPECTOS DE INFORMACIÓN, COMUNICACIÓN Y VISIBILIDAD

La revisión del cumplimiento de las obligaciones en materia de información, comunicación y visibilidad se contempla en los **listados de comprobación** empleados por parte de los Organismos Intermedios para las verificaciones administrativas y sobre el terreno.

Se ha podido comprobar en una **muestra** de informes de verificaciones sobre el terreno que se están considerando los aspectos de ICV en apartados específicos sobre información, comunicación y visibilidad en los que se detallan las comprobaciones realizadas, se recogen los hallazgos y conclusiones.

Las principales **incidencias** detectadas en los procesos de verificación y control están relacionadas con la ausencia del lema para la Estrategia de Comunicación “Andalucía se mueve con Europa”. Si bien el Organismo Intermedio coordinador registra las incidencias detectadas en sus verificaciones, no se realiza un seguimiento sistemático por parte de las personas responsables de la Estrategia de Comunicación que pudiera orientar las actuaciones a desarrollar dirigidas a paliar estas debilidades.

EVALUACIÓN DE LA INTEGRACIÓN DEL PRINCIPIO DE IGUALDAD DE OPORTUNIDADES, TANTO EN LAS MEDIDAS DE INFORMACIÓN, COMUNICACIÓN Y VISIBILIDAD COMO EN LOS EFECTOS OBTENIDOS POR LAS MISMAS

El Organismo Intermedio coordinador y las entidades gestoras y/o beneficiarias consultadas consideran que integran adecuadamente la perspectiva de género e igualdad de trato en las acciones de comunicación de los Programas Operativos FEDER y/o FSE de Andalucía 2014-2020, aunque durante el trabajo de campo se ha podido constatar que no cuentan con una guía o metodología que les facilite aplicar la perspectiva de género e igualdad de trato, ni con herramientas para aplicar un lenguaje no sexista, no recopilan ni registran la información relativa a personas desagregada por sexo o por colectivos prioritarios, aspectos que pondrían de manifiesto la integración efectiva de la perspectiva de género e igualdad de trato.

Se desarrollan actuaciones de información, comunicación y visibilidad que hacen visible a la opinión pública la contribución del FEDER y del FSE a la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, si bien son minoritarias. A este respecto, con frecuencia se observan dificultades en los organismos gestores y/o beneficiarios para integrar el principio de igualdad de oportunidades en la comunicación, al existir confusión en cuanto al concepto y sus posibilidades de aplicación.

Se constata que entre las Buenas Prácticas se encuentra una que contribuye a dar visibilidad a actuaciones cofinanciadas por los Fondos Estructurales que reducen las desigualdades en la sociedad. En otras nueve Buenas Prácticas se justifica la integración del principio de igualdad de oportunidades con argumentos concretos que demuestran cómo se ha tenido en consideración, pero en seis de ellas el cumplimiento del criterio de integración del principio de igualdad de oportunidades se justifica con escaso detalle y argumentos.

ANÁLISIS DEL IMPACTO: LOGROS Y DESAFÍOS DE LAS ACTIVIDADES EN MATERIA DE INFORMACIÓN, COMUNICACIÓN Y VISIBILIDAD

El logro del impacto buscado en los **Organismos Intermedios, órganos gestores y/o beneficiarios** de las ayudas se encuentra aún lejos de las metas establecidas para el final del período, siendo especialmente necesario mejorar el nivel de conocimiento de las obligaciones en materia de ICV y de utilidad de las sesiones formativas o informativas para organismos gestores y/o beneficiarios.

El **impacto en la ciudadanía**, sin embargo, está siendo más positivo, aunque las metas establecidas a 2020 podrían haber sido más ambiciosas. Una amplia mayoría de la población andaluza, más los hombres que las mujeres, sabe que Andalucía recibe financiación de la Unión Europea para contribuir

a su progreso económico y social, habiendo aumentado el impacto con respecto al período de programación anterior y superando levemente el valor establecido como objetivo para 2020.

El Fondo Europeo de Desarrollo Regional pasa a ser el más conocido por la población andaluza, mejorando notablemente su reconocimiento en este período, fundamentalmente gracias a las inversiones en infraestructuras y equipamientos. El efecto de la comunicación vinculada al Fondo Social Europeo sobre la ciudadanía está alejado del objetivo establecido para 2020, y se registra además una tendencia descendente desde 2013 en su conocimiento por parte de la población.

El mayor impacto en la ciudadanía andaluza se está consiguiendo mediante la utilización de medios de comunicación tradicionales (prensa, radio y/o televisión), seguido de Internet, especialmente en las personas más jóvenes, entre 16 y 24 años, terceras personas, en mayor medida para las mujeres, y la visualización de vallas en las carreteras y/o placas en centros de formación están consiguiendo un adecuado impacto en el público en general.

Por último, es preciso destacar que el desarrollo de las distintas medidas de comunicación está consiguiendo un efecto muy positivo en términos de la valoración que la ciudadanía hace del papel que los fondos europeos FEDER y FSE juegan en el desarrollo de Andalucía.

BUENAS PRÁCTICAS

El nivel de presentación y validación de Buenas Prácticas no está alcanzando los **objetivos cuantitativos** establecidos en la Estrategia de Comunicación, y el gasto certificado vinculado con las Buenas Prácticas está aún alejado del 50% sobre el montante global asignado establecido como objetivo para el final del período.

A pesar de que los criterios y obligaciones en materia de Buenas Prácticas son ampliamente conocidos por los organismos gestores y/o beneficiarios, no se está cumpliendo con las obligaciones establecidas en la materia en la Estrategia de Comunicación, ni en el caso del Programa Operativo FEDER ni en el del Programa Operativo FSE.

Entre las principales causas de este bajo grado de cumplimiento de los objetivos establecidos, destacan el reducido nivel de gasto certificado en algunos casos, las dificultades para justificar el cumplimiento de los siete criterios establecidos o, en general, la escasa relevancia que se otorga a esta actividad por parte de los organismos gestores y/o beneficiarios.

Las Buenas Prácticas presentadas cubren diversas **áreas temáticas**, destacando los proyectos de inversión en educación, formación y formación profesional y los de conservación y protección del medio ambiente y la promoción de la eficiencia de los recursos.

Con respecto a la **calidad** de las Buenas Prácticas publicadas, se presentan en informes con contenidos adecuados y utilizando un lenguaje accesible y claro, tienen elevado impacto social y amplia incidencia sobre la población, e incorporan aspectos de innovación y elementos asociados con el medio ambiente y la lucha contra el cambio climático.

VALORACIÓN GENERAL DE LOS AGENTES RESPONSABLES DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

Esta valoración se ha realizado considerando los distintos criterios empleados para analizar el desempeño de los agentes que intervienen en el desarrollo de la Estrategia de Comunicación.

Los agentes que han tenido un **mejor desempeño**, ya que tienen un adecuado grado de desarrollo de indicadores, realizan actuaciones coherentes con la atención a sus obligaciones en materia de ICV y disponen de un espacio Web específico de FEDER/FSE con contenidos adecuados, han validado Buenas Prácticas y han asistido regularmente a las reuniones de RETINA, son los siguientes:

- El Organismo Intermedio responsable de la Estrategia de Comunicación.
- Programa Operativo FEDER:
 - Autoridad de Gestión.

- Agencia IDEA (Organismo Intermedio).
- Agencia Andaluza de la Energía.
- Dirección General de Infraestructuras.
- Instituto de Investigación y Formación Agraria y Pesquera (IFAPA).
- Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (IECA).
- Programas Operativos FEDER y FSE.
 - Agencia Pública Andaluza de Educación (APAE).

Se ha identificado un segundo grupo de agentes que obtienen una **valoración media** ya que, aunque presentan un adecuado avance en indicadores y desarrollan actuaciones coherentes con su perfil y disponen de espacios Web con contenidos adecuados, no están cumpliendo los objetivos establecidos en materia de presentación de Buenas Prácticas:

- Programa Operativo FEDER.
 - Agencia Andaluza de Promoción Exterior (EXTENDA).
 - Secretaría General para el Turismo.
 - Dirección General de Economía Digital e Innovación.
 - Dirección General de Infraestructuras del Agua.
 - Agencia de Gestión Agraria y Pesquera de Andalucía (AGAPA).

Entre los organismos gestores y/o beneficiarios que obtienen una valoración media están también la Dirección General de Calidad Ambiental y Cambio Climático y la Dirección General de Ordenación del Territorio y Urbanismo que, aunque no han registrado indicadores, sí tienen Buenas Prácticas validadas y disponen de un espacio Web con información completa y actualizada.

El resto de organismos gestores y/o beneficiarios **no están teniendo un adecuado desempeño**, dado que no están desarrollando actuaciones de ICV en respuesta a sus obligaciones establecidas en la normativa y en la propia Estrategia de Comunicación.

RECOMENDACIONES PARA EL PERÍODO 2021-2017

Dirigidas a la Autoridad de Gestión FEDER

R1. Introducir mejoras en el sistema actual de seguimiento de la implementación de la Estrategia de Comunicación de los Programas Operativos FEDER y FSE de Andalucía 2014-2020, con nuevos campos de información para vincular las acciones de ICV a las medidas recogidas en la Estrategia, objetivos específicos y/o población destinataria de la Estrategia y mejoras en la funcionalidad de INFOCO2014.

RECOMENDACIONES PARA EL ACTUAL PERÍODO 2014-2021

Dirigidas a la Autoridad de Gestión FSE

R2. Reforzar la implicación de la Autoridad de Gestión del FSE en el desarrollo de la Estrategia de la Comunicación, asumiendo un papel más activo en el cumplimiento de sus responsabilidades en materia ICV, en el desarrollo y aplicación de protocolos para validar Buenas Prácticas, en el registro de indicadores y en la asistencia a las reuniones del GERIP, para contribuir a la mejora de la implementación de la Estrategia de Comunicación.

R3. Revisar el contenido y estructura del portal Web de FSE, modernizándolo y considerando la estructura definida en el GERIP, además de ampliar y actualizar contenidos, de manera que se incluya toda la información relevante relativa al período 2014-2020 y relacionada con la programación, gestión y seguimiento, comunicación y evaluación de los Programas Operativos FSE en España.

Dirigidas al Organismo Intermedio coordinador

R4. Mejorar las herramientas de comunicación que aseguran la transparencia en la gestión de los Fondos Europeos, incidiendo en aspectos como la adaptación de su web a la estructura acordada en GERIP, el desarrollo de herramientas online para la difusión masiva sobre oportunidades de financiación en el marco de los Programas Operativos FEDER y FSE y para facilitar a los gestores y/o beneficiarios el cumplimiento de sus obligaciones de ICV, un mayor aprovechamiento de las estructuras y redes con presencia física en todo el territorio andaluz para acceder a colectivos menos habituados al uso de Internet, correo electrónico, etc. (Andalucía Orienta, CADE, o Cámaras de Comercio, entre otros), y utilizar canales personalizados para cada perfil de potencial beneficiario.

R5. Mejorar el sistema de coordinación y seguimiento de la Estrategia de Comunicación, actuando en cuatro niveles: refuerzo de la comunicación y distribución de orientaciones e instrucciones particularizadas a los organismos que gestionan operaciones y, a través de estos, a las entidades beneficiarias de las ayudas, introducción de cambios en el funcionamiento actual de RETINA, intensificación de las labores de seguimiento de la actividad de información, comunicación y visibilidad que desarrollan los organismos gestores y/o beneficiarios, e impulso de la organización de reuniones informativas y sesiones de trabajo con estos agentes, en las que se refuercen conocimientos sobre temáticas concretas (Buenas Prácticas, indicadores, lista de operaciones, etc.).

R6. Realizar un mayor aprovechamiento de la información sobre incidencias en materia de información, comunicación y visibilidad detectadas en las verificaciones, coordinando el seguimiento que realizan los dos Organismos Intermedios y canalizando las incidencias registradas hacia la persona responsable de la Estrategia de Comunicación, de manera que se utilice para impulsar actuaciones dirigidas a mejorar estas debilidades.

R7. Reforzar la aplicación del principio de igualdad de oportunidades en la comunicación, tanto en el diseño como en la implementación de la Estrategia de Comunicación, tomando medidas en este período de programación y de cara al marco 2021-2027.

R8. Introducir mejoras en el actual sistema de identificación, presentación y validación de Buenas Prácticas, ampliando el registro de seguimiento de las Buenas Prácticas para incluir el control del cumplimiento de requisitos por organismo gestor y/o beneficiario, informando periódicamente de su situación con respecto al cumplimiento de los requisitos a cada organismo gestor y/o beneficiario, al menos una vez al año e informando a los organismos gestores y/o beneficiarios cuando se produce la aprobación de sus Buenas Prácticas, solicitándoles que las difundan también a través de sus propios medios para facilitar la visibilidad de los resultados de los Programas Operativos.

Dirigidas al Organismo Intermedio Agencia IDEA

R9. Ampliar las comprobaciones en materia de información, comunicación y visibilidad, contemplando en las listas de control preguntas y/o comprobaciones más concretas que permitan detallar en mayor medida el análisis realizado sobre el cumplimiento de requisitos de ICV.

R10. Incrementar el nivel de presentación de Buenas Prácticas, tomando medidas dirigidas a fomentar su presentación y estableciendo mecanismos para integrar la identificación, justificación y presentación de Buenas Prácticas dentro del ciclo de gestión de las operaciones, de manera que la justificación pueda iniciarse coincidiendo con el cierre de los proyectos.

Dirigidas a organismos gestores y/o beneficiarios

R11. Poner en marcha medidas para mejorar la comunicación interna relativa a responsabilidades en materia de información, comunicación y visibilidad para, en coordinación con los responsables de las áreas, reforzar la comunicación entre responsables de comunicación y gestión de operaciones cofinanciadas con FEDER y FSE.

R12. Aumentar la integración del principio de igualdad en las acciones de información, comunicación y visibilidad, a través de la puesta en marcha de herramientas adecuadas para organismos gestores y/o beneficiarios que les permitan aumentar el número de acciones de información, comunicación y visibilidad que integran la perspectiva de género e igualdad de trato, y fomenten la difusión de la contribución de los Fondos al logro de estos principios.

R13. Mejorar la atención a las obligaciones establecidas en el Reglamento de Disposiciones Comunes y a los acuerdos de GERIP, especialmente en los siguientes ámbitos: mejora del grado de transparencia, informando a todos los posibles beneficiarios acerca de los datos de contacto de las unidades administrativas a las que se pueden dirigir para solicitar cualquier tipo de información; planificación de acciones dirigidas a fomentar la presentación de Buenas Prácticas; mantenimiento de un espacio Web con información específica completa y actualizada sobre Fondos Estructurales, estructurado adecuadamente; registro de indicadores de comunicación con la periodicidad establecida; asistencia regular a las reuniones de RETINA; envío de información completa al Organismo Intermedio coordinador para elaborar la lista de operaciones.

De forma adicional, se han realizado una serie de recomendaciones particulares para los organismos gestores y/o beneficiarios dirigidas a mejorar el grado en que cada uno de ellos atiende a las obligaciones previstas en el Reglamento de Disposiciones Comunes (artículo 115 y Anexo XII) y a conseguir un adecuado desarrollo de las medidas previstas en la Estrategia de Comunicación.