

**ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN  
PARA LAS ACTUACIONES DEL  
ORGANISMO INTERMEDIO JUNTA  
DE ANDALUCÍA EN EL  
PROGRAMA OPERATIVO DE  
EMPLEO JUVENIL 2104-2020,  
COFINANCIADO POR EL FONDO  
SOCIAL EUROPEO.**



**UNIÓN EUROPEA**  
Fondo Social Europeo  
Iniciativa de Empleo Juvenil  
El FSE invierte en tu futuro





1. INTRODUCCIÓN .....	3
2. SITUACIÓN DE PARTIDA: RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN DEL PERIODO 2007-2013 Y LECCIONES APRENDIDAS. ....	8
3. ALCANCE Y CONTENIDO DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN. ....	18
3.1. OBJETIVOS .....	24
3.2. GRUPO DE DESTINATARIOS .....	29
3.3. CONTENIDO DE LAS MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN .....	33
3.4. ACTUACIONES A DESARROLLAR POR PARTE DE LOS BENEFICIARIOS Y FÓRMULAS PREVISTAS PARA AYUDAR A LOS MISMOS EN SUS ACTUACIONES DE COMUNICACIÓN. ....	56
3.5. HERRAMIENTAS A UTILIZAR. ....	60
4. ORGANISMOS RESPONSABLES EN MATERIA DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD. ....	62
4.1. CREACIÓN DE REDES E INTERCAMBIO DE BUENAS PRÁCTICAS. ....	63
5. PRESUPUESTO INDICATIVO.....	67
6. SISTEMA DE SEGUIMIENTO DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN. ....	68
7. EVALUACIÓN (en colaboración con la AG del POEJ, en su EC) DE LA ESTRATEGIA.....	71



## 1. INTRODUCCIÓN

En España, los menores de 30 años representan uno de los grupos de población que más se ha visto afectado por la situación de la crisis económica, constituyendo un grupo de alta vulnerabilidad. La Encuesta de Población Activa así lo pone de manifiesto: en 2013, de un total de 7.382.545 de personas jóvenes de 16 a 29 años que había en España, 1.762.725 estaban en paro y 1.078.075 jóvenes se encontraban no ocupados y no estaban recibiendo educación ni formación, es decir, podrían incluirse dentro de la categoría definida a nivel europeo de población joven entre 16 y 30 años no ocupados ni integrados en los sistemas de educación o formación (NEETS, en español NINIS).

Ante esta situación, en el marco de la estrategia Europa 2020, la Unión Europea asume como uno de los retos más importantes de su política económica y social la definición de actuaciones destinadas a la reducción del desempleo juvenil y la integración de este colectivo en el sistema educativo y/o mercado laboral. Por esta razón, en el período de programación 2014-2020 surge esta intervención plurirregional y temática dirigida específicamente a abordar las necesidades de este colectivo.

Además, para una mejor comprensión de la Estrategia de Comunicación de la UAFSE para este Programa es importante poner de manifiesto que en la misma actúan Organismos de la Administración General del Estado, de las Administraciones Regionales y Entidades Locales, así como entidades de naturaleza jurídica privada. Así pues,



esta Estrategia de Comunicación debe proporcionar adecuada cobertura a los organismos implicados informando y mostrando los logros alcanzados.

En este sentido y consecuencia de la forma de gestión del Programa, a través de Organismos Intermedios que implementan las intervenciones en el territorio (en el este caso en la Comunidad Autónoma de Andalucía por medio de su gobierno regional), el presente documento constituye la **Estrategia de Comunicación** para la Dirección General de Fondos Europeos de la Junta de Andalucía como Organismo Intermedio del Programa Operativo de Empleo Juvenil 2014-2020, cofinanciado por el Fondo Social Europeo. Esta Estrategia está realizada de acuerdo con lo estipulado en el artículo 116 del Reglamento UE nº 1303/2013 del



Parlamento Europeo y del Consejo de 17 de diciembre de 2013, por el que se establecen disposiciones comunes y generales relativas al Fondo Social Europeo, conforme al cual “...las autoridades de gestión elaborarán una estrategia de comunicación para cada programa operativo.”

Dicho Reglamento considera que:” *Es importante dar a conocer al público en general los logros de los Fondos de la Unión, así como concienciar sobre los objetivos de la política de cohesión. Los ciudadanos han de tener derecho a saber cómo se invierten los recursos financieros de la Unión. Los principales responsables de que llegue al público la información apropiada deben ser tanto las autoridades de gestión como los beneficiarios de los proyectos, así como las instituciones y los órganos consultivos de la Unión. Para que la comunicación al público en general sea más eficiente y las sinergias entre las actividades de comunicación emprendidas a iniciativa de la Comisión sean más fuertes, los recursos asignados a acciones de comunicación conforme al presente Reglamento han de contribuir también a la comunicación institucional de las prioridades políticas de la Unión en la medida en que guarden relación con los objetivos generales del presente Reglamento.*”

Para la elaboración de esta estrategia de comunicación se han tenido en cuenta los siguientes **documentos de referencia:**

- Programa Operativo de Empleo Juvenil 2014-2020;
- Estrategia de Comunicación Programa Operativo de Empleo Juvenil, en su versión de junio de 2016, elaborada por la Unidad Administradora del Fondos Social Europeo del Ministerio de Empleo y Seguridad Social.
- Informe de Evaluación Intermedia e informe de evaluación final de los Planes de Comunicación de los Programas Operativos Plurirregionales del FSE 2007-2013.
- Reglamento UE N° 1303/2013 (disposiciones comunes y generales relativas a los Fondos Estructurales), en particular el cumplimiento de los artículos 115, 116, 117 y del Anexo XII.
- Reglamento de Ejecución UE N° 821/2014 de la Comisión de 28 de julio de 2014, Capítulo II, Arts. 3 y 4 y Anexo II, por el que se establecen disposiciones de aplicación del Reglamento UE n° 1303/2013, en lo que se refiere a las características técnicas de las medidas de información y comunicación de las operaciones e instrucciones para crear el emblema de la Unión, junto con la definición de los colores estándar.

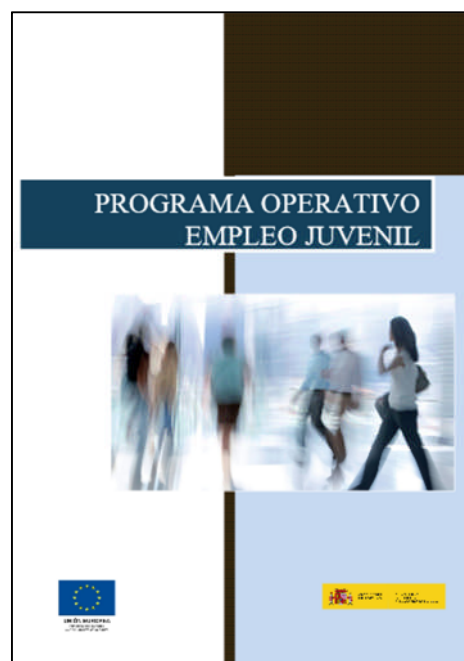


Además tiene como base de trabajo e idea conceptualizadora lo recogido en el “Libro Banco sobre una política europea de comunicación”, que determina la importancia que tiene comunicar a la ciudadanía los logros que se alcanzan mediante la inversión de estos Fondos y los objetivos de la Política de Cohesión, así como la ciudadanía se puede beneficiar de dicha Política.

Por consiguiente, este documento responde a las exigencias establecidas y desgana la Estrategia de Comunicación del Programa Operativo Plurirregional de Empleo Juvenil (POEJ), el cual fue aprobado por Decisión de Ejecución de la Comisión de 12 de diciembre de 2014 (CCI2014ES05M9OP001). La Iniciativa de Empleo Juvenil representa uno de los instrumentos más importantes para el desarrollo de la Garantía Juvenil en España y se instrumentaliza a través de este Programa Operativo.

De acuerdo con lo recogido en el Anexo XII, sección 4, del Reglamento UE nº 1303/2013, la estrategia de comunicación deberá incluir los siguientes elementos:

- a) una descripción del enfoque adoptado, con inclusión de las principales medidas de Información y Comunicación destinadas a los beneficiarios potenciales, los beneficiarios, los agentes difusores y el público en general;
- b) una descripción de los materiales que se pondrán a disposición en formatos accesibles para las personas con discapacidad;
- c) una descripción de la forma en que se ayudará a los beneficiarios en sus actividades de comunicación;
- d) el presupuesto indicativo de la ejecución de la estrategia;
- e) una descripción de los organismos administrativos, con sus recursos de personal, responsables de la ejecución de las medidas de Información y Comunicación;
- f) las disposiciones relativas a las medidas de Información y Comunicación contempladas en el punto 2 (Lista de operaciones), con inclusión del sitio o el portal de Internet en los que pueden encontrarse esos datos;





- g) una indicación de la forma en que se evaluarán las medidas de IC por lo que respecta a la visibilidad y difusión de la política, los programas operativos y las operaciones, así como del papel desempeñado por los fondos y la UE;
- h) en su caso, una descripción de la utilización de los principales resultados del programa operativo anterior;
- i) una actualización anual en la que se expongan las actividades de Información y Comunicación que se llevarán a cabo en el año siguiente (plan de acción anual).

El análisis de las medidas en materia de información y publicidad desarrolladas en los anteriores Programas Operativos FEDER y FSE 2007-2013 será la base a partir de la cual se continúa el diseño de las nuevas medidas definidas en la estrategia de comunicación para el actual período 2014-2020.

El fin y objetivo principal de las actuaciones que contenga la aplicación práctica de esta estrategia es el de mejorar la transparencia en todo el proceso de uso de los recursos públicos, sin dejar en un segundo plano el acercar la información, más allá de a los meros actores de la gestión de los Fondos, sino también a hacia la ciudadanía. Por ello, las tareas de comunicación tienen que estar inherentes en las actividades de gestión y ejecución de los programas, de ahí que esta obligación sea compartida y recaiga también sobre los propios beneficiarios.

Bajo estas premisas se propone la ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA LAS ACTUACIONES DEL ORGANISMO INTERMEDIO JUNTA DE ANDALUCÍA EN EL PROGRAMA OPERATIVO DE EMPLEO JUVENIL 2104-2020. En ella, se van a plasmar las líneas de actuación, las medidas que sustentan dichas líneas estratégicas y el presupuesto y las necesidades financieras para su puesta en marcha y desarrollo e implementación. Hay que señalar, que en un cierta medida la Estrategia para el período 2014- 2020 tendrá importantes elementos de continuidad con la Estrategia recogida en los planes de comunicación del 2007-2013, puesto que las evaluaciones llevadas a cabo por equipos de evaluación externos han valorado como positivas las estrategias del período anterior, pero enriquecida con las recomendaciones de dichos equipos y la experiencia previa, dando forma a una estrategia más consolidada y avanzada que la del período de programación anterior.



En esta línea, esta Estrategia contendrá todos los elementos necesarios para:

- ★ Informar a los posibles beneficiarios sobre las oportunidades de financiación, aspecto fundamental en la gestión del programa.
- ★ Garantizar que todos los beneficiarios estén totalmente informados de todo el proceso de aplicación del FSE recogido en su programa.
- ★ Que todos los beneficiarios, la ciudadanía y los medios de comunicación estén bien informados de cuáles son las mejores actuaciones cofinanciadas a través de estos programas operativos.

La Estrategia de Comunicación tendrá muy en cuenta la tipología de actuaciones que se cofinancian y que aparecen recogidas en los distintos objetivos temáticos que se incluyen en el programa y el tipo de organismos beneficiarios en el mismo y el papel que necesariamente deben jugar los beneficiarios potenciales, ya sean públicos o privados que sean susceptibles de desarrollar operaciones (proyectos) en su ámbito.



## 2. SITUACIÓN DE PARTIDA: RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN DEL PERIODO 2007-2013 Y LECCIONES APRENDIDAS.

Cabe indicar que en el período de programación 2007-2013 no existió un Programa Operativo dirigido específicamente a este colectivo de población joven, no ocupados ni integrados en los sistemas de educación o formación, ya que la situación económica y social de España en el momento de programar aquel periodo era muy distinta a la actual.

No obstante, para analizar la situación de partida se tomarán como referencia los Planes de Comunicación de los Programas Plurirregionales del Fondo Social Europeo de este período considerados de forma global.

### Resultado de las evaluaciones del período de programación 2007-2013

En el período de programación 2007-2013 se efectuaron dos evaluaciones de los Planes de Comunicación, una intermedia (que abarcaba el período 2007-2010) y otra final, en la cual se analizaba lo que restaba de período, y de las que se obtuvieron conclusiones globales respecto a los Planes de Comunicación, emitiéndose recomendaciones para el período de programación 2014-2020. Las conclusiones obtenidas, en términos generales, son satisfactorias y muestran el buen hacer en la aplicación de los planes de comunicación. Entre los logros se destacan los valores alcanzados por los indicadores de impacto definidos:

- ★ Grado de conocimiento de las obligaciones existentes en la programación, gestión, seguimiento, control, evaluación e información y publicidad: 93%.
- ★ Tasa de satisfacción, que indique la valoración de los beneficiarios / Organismos Intermedios y/o gestores o partícipes respecto a la información facilitada: 62%.
- ★ Tasa de utilidad de las actuaciones: 62,75%.
- ★ Grado de conocimiento del Fondo Social Europeo por parte de la ciudadanía: 50%<sup>2</sup>.
- ★ Grado de conocimiento, por parte de la ciudadanía, del papel desempeñado por la Unión Europea: 55%.

Además, se observan los siguientes extremos:

- ★ Existencia de coherencia interna, pudiéndose definir una adecuada jerarquización de objetivos y apreciándose también la existencia de coherencia externa, hecho que confiere pertinencia a la estrategia de comunicación diseñada.





- ★ Los niveles de ejecución de los indicadores de realización y resultado muestran valores en torno al 100%, lo que pone de manifiesto la completa ejecución de los Planes de Comunicación.
- ★ En cuanto a los Informes Anuales de Ejecución, se aprecia una correcta integración de las actividades de información y publicidad en los mismos, observándose importantes mejoras a medida que avanza el período de programación.
- ★ Por otra parte, los equipos evaluadores ponen de manifiesto el diseño de un adecuado sistema de seguimiento en la calidad de la ejecución de las medidas de información y publicidad: recursos humanos, herramientas informáticas, redes de comunicación, etc.
- ★ Se evidencia una correcta aplicación del principio de información y publicidad en las actuaciones de verificación y control del Fondo Social Europeo, de hecho, el pago de las ayudas no se materializa hasta que no se ha verificado el adecuado cumplimiento de la reglamentación en materia de información y publicidad.
- ★ Se ha tenido muy presente el cumplimiento del principio de igualdad de oportunidades en las medidas de información y publicidad en el:
  - Diagnóstico y la programación.
  - Gestión y seguimiento de las actuaciones. V Proceso de justificación y certificación.
  - Seguimiento estratégico y evaluación.
  - Diseño específico de actividades de comunicación para la difusión de actuaciones ejecutadas en el marco de programas dirigidos específicamente a mujeres.

Además, tanto de los trabajos de evaluación como de las tareas de ejecución, seguimiento y control de los planes de comunicación del período 2007- 2013 se pueden extraer una serie de lecciones que apuntan determinadas mejoras que deberían tenerse en cuenta en esta Estrategia de Comunicación.



## Lecciones aprendidas del período 2007-2013 y recomendaciones para el período 2014-2020

Con la finalidad de lograr una mayor efectividad en la comunicación del papel que representa la Unión Europea en el empleo, la educación y formación y en la inclusión social y, en definitiva, en la mejora de la calidad de vida de la ciudadanía, y de darlo a conocer de forma transparente, coordinada y homogénea, se presentan, a partir del período de programación 2007-2013 las siguientes propuestas de mejora para 2014- 2020:

- ★ Mejora de los sistemas de seguimiento de las actuaciones de comunicación, mediante un volcado periódico de los indicadores de realización y resultado asociados a las actuaciones realizadas.
- ★ Redacción de casos de Buenas Prácticas de Actuación y de Comunicación, como se venía haciendo en 2007-2013, e intentando una mejora progresiva de los medios de difusión. La elaboración de dichos casos debe orientarse hacia el conocimiento por parte de la ciudadanía de los objetivos europeos que persigue el Fondo Social Europeo y facilitar la visibilidad de los resultados obtenidos a través de las actuaciones cofinanciadas por el mismo.
- ★ Procurar, en la medida de lo posible, realizar adecuadas estimaciones de los indicadores de realización y de montantes financieros, partiendo de las ejecuciones del período 2007-2013.
- ★ Incentivar la participación de los Organismos Intermedios en las redes de comunicación. Estas redes también pueden ser el instrumento para dar a conocer, en un primer momento, la Estrategia de Comunicación, y más tarde, coordinar el desarrollo y seguimiento de las distintas actuaciones que en el marco de la misma se realicen en los distintos colectivos, regiones y sectores.
- ★ Mejorar el departamento de comunicación y los recursos destinados a este aspecto por la Autoridad de Gestión y los Organismos Intermedios.
- ★ En el período 2014-2020, deben reforzarse las actividades de comunicación, incrementando su intensidad y su calidad, haciendo partícipe a la ciudadanía.
- ★ Además de los canales de comunicación convencionales, esta Estrategia debe apostar por fomentar el uso de las redes sociales para dar a conocer el papel de la Unión Europea, sobre todo teniendo en consideración el colectivo al que va dirigido este



Programa, ya que al ser usuarios habituales de las mismas, se puede alcanzar una mayor efectividad de las medidas diseñadas.



Las particularidades de las evaluaciones llevadas a cabo para las actuaciones de la Junta de Andalucía en la ejecución de su Plan de Comunicación para los PP.OO. del FEDER y del FSE 2007-2013, abundan en las conclusiones expuestas para los Planes de los PP.OO. Pluriregionales y especifican las conclusiones para las actividades de información y publicidad que se ejecutaron en ese periodo, tal como se recoge a continuación:

- ★ La comunicación ha venido constituyendo en la Comunidad Autónoma de Andalucía un elemento esencial en el ámbito de la gestión de los Fondos Estructurales, presentando a lo largo del período de programación 2000-2006 un ambicioso Plan de Comunicación objeto de un especial seguimiento y evaluación durante su desarrollo. Dicha experiencia ha tenido continuidad en 2007-2013, definiendo una estrategia pertinente y coherente en el marco global definido por las redes GERIP y GRECO-AGE. El papel coordinador de dichas redes ha permitido, de hecho, formular una estrategia de comunicación de los Fondos Estructurales en España común para el conjunto de los Programas Operativos, apoyada en el establecimiento de unos objetivos y grupos destinatarios consensuados.



- ★ Las Redes nacionales de información y publicidad, GERIP y GRECO-AGE, se han configurado como instrumentos esenciales para favorecer una gestión eficaz y coordinada de la comunicación de los Fondos Estructurales, al aglutinar a todos los representantes de todas las instancias de la Administración Nacional (Central, Regional y Local). A ello se ha unido, en el marco de los organismos de la Junta de Andalucía, el papel coordinador e informador de la red RETINA, que ha supuesto un elemento muy positivo que permite llegar a todos los órganos gestores regionales para trasladarles de una forma directa toda la información que requieren para un cumplimiento óptimo de las obligaciones en materia de comunicación.
- ★ El modelo de seguimiento instaurado se ha realizado en estrecha colaboración entre todos los organismos intermedios y colaboradores de los PO en el seno de GERIP y GRECO-AGE, que se constituyen como los instrumentos básicos de coordinación para el correcto funcionamiento de los dispositivos creados de ejecución, seguimiento y evaluación de las medidas de información y publicidad. Fruto de ello, ha sido la “Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los PO del FEDER, FC y FSE 2007- 2013” que ha facilitado notablemente las tareas a desarrollar en estos ámbitos. Las orientaciones recogidas en la citada “Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación” han favorecido el seguimiento y evaluación de la política de comunicación de una forma homogénea, apoyándose, a su vez, en el marco de las funciones de las redes de comunicación existentes.
- ★ El almacenamiento de la información sobre las actuaciones de comunicación se realiza de forma informática a través de una aplicación específica (“Indicadores de Comunicación”) que permite realizar un seguimiento puntual de la ejecución y facilita las tareas de evaluación, asegurando la trazabilidad completa de las medidas de información y publicidad. Sin embargo, la alimentación periódica de información cuenta con el problema de que no existe compatibilidad entre las aplicaciones de los gestores, lo que obliga al volcado directo de datos en dicha herramienta informática.
- ★ El Plan presenta un elevado grado de pertinencia, debido a que, de un lado, responde, convenientemente, al contenido mínimo determinado por el artículo 2 del Reglamento (CE) Nº 1828/2006, aportando, además, información adicional que ha permitido mejorar la consistencia de la estrategia, la eficacia comunicativa y la coordinación y gestión integral del plan, apoyada en una calendarización de las medidas, así como a las orientaciones de la Comisión a través de las redes INFORM e INIO.



- ★ Asimismo, la oferta de comunicación que implica está organizada en función de los grupos destinatarios identificados, dando respuesta plena a las necesidades de los mismos, y orientada en todo caso a la consecución de los objetivos perseguidos. Así, la lógica de intervención del Plan obedece a un esquema basado en la siguiente secuencia: Objetivo Global-Objetivos Específicos-Prioridades Informativas-Medidas. Esta articulación es coherente para lograr los fines de aumentar la visibilidad de la acción comunitaria, y fortalecer los procesos de transparencia promovidos por la UE.
- ★ La creciente importancia otorgada a los aspectos de publicidad, dentro de la gestión de los Programas, ha implicado un incremento considerable de la carga de trabajo motivada por las mayores exigencias a satisfacer, que se ha resuelto a través de la creación de una unidad específica que asume la responsabilidad de las tareas vinculadas a la información y la publicidad en el ámbito de los Fondos Estructurales, cuyo personal técnico se caracterizan por un elevado nivel de formación en la materia, así como al recurso a asistencias técnicas externas.
- ★ El notable ritmo de ejecución observado ha llevado a que las previsiones iniciales de objetivos para todo el período hayan sido alcanzadas e incluso superadas (caso de la documentación interna distribuida), o bien se está muy próximo a ellas, a pesar del retraso habido en el arranque y puesta en marcha de las operaciones por la tardía aprobación de los Programas y a la revisión de los objetivos realizada durante la anualidad 2010.
- ★ No obstante, no todos los organismos han mantenido el mismo ritmo de ejecución. La DG de Fondos Europeos y Planificación, como Organismo Intermedio coordinador en el ámbito de la Junta de Andalucía, y las Autoridades de los dos PO han prestado asesoramiento a los órganos gestores para que integren las tareas relacionadas con el cumplimiento de las obligaciones reglamentarias de información y publicidad y del Plan de Comunicación entre sus cometidos habituales de gestión de las ayudas comunitarias (mediante reuniones y la atención bilateral de dudas). Asimismo, han elaborado diferentes documentos a los que los gestores y demás personas implicadas en la gestión de los PO FEDER y FSE pueden recurrir para completar su formación y desempeñar su trabajo de una manera correcta.
- ★ Los sistemas de control de los PO FEDER y FSE de Andalucía se han diseñado siguiendo las disposiciones reglamentarias. Las listas de comprobación que se aplican para las verificaciones cuentan con cuestiones relativas a los aspectos de la información y publicidad de la participación de los fondos europeos en la financiación, adaptándose a los reglamentos comunitarios y las obligaciones en esta materia que se imponen en



los mismos, así como al Plan de Comunicación, superando los requisitos mínimos recogidos en las aplicaciones Fondos 2007 y FSE 2007.

- ★ El principio transversal de igualdad de oportunidades se ha considerado en la estrategia de comunicación formulada, tanto por los objetivos planteados, como por la definición de los destinatarios del Plan, al procurar un acceso igualitario a la información, así como una difusión global de la misma. La integración de la igualdad en el contenido de las medidas de información y publicidad ha sido más efectiva en aquellas actuaciones destinadas a dar visibilidad a proyectos cofinanciados con un mayor impacto sobre la igualdad de oportunidades, lo que es más evidente en el caso del FSE.
- ★ Desde la óptica de los impactos, las acciones de información y publicidad han tenido efectos muy positivos sobre los colectivos beneficiados por los proyectos. Prueba de ello es que los órganos gestores de los PO FEDER y FSE de Andalucía tienen un alto grado de conocimiento de la normativa europea en materia de información y publicidad de las actuaciones cofinanciadas.
- ★ Estos buenos resultados se explican por el conocimiento adquirido, derivado de la participación en cursos y jornadas técnicas, en aspectos concretos sobre la gestión de las operaciones, el control, su seguimiento y evaluación, así como por el apoyo continuado realizado por parte de la Autoridad de Gestión y la propia Junta de Andalucía. La valoración dada a este tipo de actividades ha sido muy alta, al proporcionar información de gran utilidad, tanto sobre la Política de Cohesión en general y de los PO FEDER y FSE de Andalucía en particular, como sobre los procedimientos de gestión de los fondos.
- ★ El cumplimiento de las obligaciones de comunicación de los beneficiarios privados de las ayudas comunitarias que, cuentan con un nivel de conocimiento inferior respecto a los públicos, se ha visto favorecido por el apoyo que han recibido de los organismos concedentes de las subvenciones, que han informado a los mismos en los propios documentos de solicitud.
- ★ Las medidas de información y publicidad adoptadas han tenido una notable contribución al objetivo de dar a conocer el apoyo que ofrecen los Fondos Estructurales al progreso socioeconómico y la cohesión territorial de los Estados miembros de la UE en general y de la Comunidad Autónoma de Andalucía en particular.



- ★ Los medios de comunicación social son el principal canal de transmisión de información al que accede la mayoría de la población. Llama la atención el poder difusor de la comunicación interpersonal, como segunda forma de acceso más importante a la información relacionada con los Fondos y la Política Regional.
- ★ En las Buenas Prácticas de actuaciones incluir el gasto elegible de la operación y el importe de ayuda comunitaria. Continuar con la presentación de Buenas Prácticas de Actuaciones, en particular en aquellos casos que han sido visitados por la Comisión. Homogeneizar la fórmula para la presentación de las buenas prácticas en informes comunes, que permitiese la comparativa entre los proyectos, así como la publicación de las buenas prácticas cofinanciadas con FSE.
- ★ Por otra parte, el peso de las actuaciones de carácter intangible, cuya visibilidad es más reducida, dentro de la programación de los fondos ha aumentado lo que exige adoptar enfoques y soluciones de comunicación adaptadas a este tipo de inversiones.



Por otra parte, las principales recomendaciones de los evaluadores del Plan de Comunicación, son las siguientes:

- ★ Proseguir en la introducción de mejoras que optimicen el funcionamiento de la aplicación informática de “Indicadores de Publicidad”, tanto para la carga de



información, como a nivel de usuario de la misma, agilizando la capacidad de reporte con soluciones más dinámicas y flexibles que las actuales.

- ★ Adecuar el calendario de realización de las actuaciones de información y publicidad a la descripción de las Medidas contenida en el Plan de Comunicación, para evitar cualquier tipo de confusión en cuanto al momento previsto de ejecución de las mismas.
- ★ Realizar un estrecho seguimiento de aquellos indicadores que podrían ser objeto de posible revisión en un futuro por estar muy próximos a los valores-objetivo.
- ★ Realizar un seguimiento estricto de los indicadores que han presentado, a la luz de la evaluación, unas perspectivas de cumplimiento de los objetivos a 2013 menores, como es el caso del número de visitas a las páginas web.
- ★ Controlar de forma continuada la realización de las medidas de información y publicidad de todos los organismos implicados en el desarrollo del Plan de Comunicación. Para ello se recomienda la recopilación de la información de forma continuada.
- ★ Corregir los datos de ejecución que muestran valores anormales, como consecuencia de errores en la introducción y grabación de la información.
- ★ Contactar con los organismos que no han informado acerca de ninguna actuación de comunicación en el marco del Plan de Comunicación a efectos de constatar que no se trata de un error o retraso en el volcado de la información. En caso de ausencia de actuaciones, promover su realización, de acuerdo con las características de los proyectos cofinanciados.
- ★ En el caso de los organismos de los que no hay constancia en la información derivada de los indicadores de la realización actuaciones de información y publicidad sería conveniente realizar un llamamiento con el objetivo de concienciación de la necesidad de acompañar el desarrollo de los proyectos cofinanciados de actuaciones de comunicación que permitan contribuir al logro de los objetivos del Plan de Comunicación y su efectiva remisión de la información al Organismo Intermedio, en el caso de los organismos dependientes de la Junta de Andalucía, y de su volcado en la aplicación informática en el resto.
- ★ Continuar con la labor de concienciación a los diferentes órganos de gestión, por ejemplo a través de las redes de publicidad creadas. Habría que complementar esta





labor también con jornadas y seminarios específicos, dirigidos a aquellos beneficiarios finales que presentan mayores necesidades, como los beneficiarios privados. En este marco, convendría Intensificar la cooperación de organismos intermediarios, asociaciones de empresas, Cámaras de Comercio y otros agentes socioeconómicos para que la información llegue por el mayor número posible de canales a la población.

- ★ Potenciar las acciones de publicidad relacionadas con la I+D+i y la competitividad, para que aumente la notoriedad de la inversión de los Fondos en estos factores de desarrollo.
- ★ Aumentar el potencial del recurso a la utilización de Internet, como medio de gran alcance para fortalecer la capacidad de comunicación y, en consecuencia, incrementar el impacto del Plan en términos de un conocimiento de las oportunidades brindadas por los fondos europeos. Ello se puede lograr a través de una difusión de las posibilidades que ofrece la página Web para acceder a todos los contenidos de los Fondos Estructurales.
- ★ Por tanto podemos concluir que la Estrategia que se presenta incorpora en su propia concepción las enseñanzas emanadas del período 2007-2013, se basa en un diseño conjunto elaborado en el seno del GERIP.. Es en cierta medida continuista respecto al Plan de Comunicación de los Programas Operativos FEDER y FSE de Andalucía 2007-2013 porque parte del aprendizaje previo sobre indicadores, aplicación informática, papel de las tecnologías de la información, etc. En todo caso, y, de manera principal, su hilo conductor se basa en la participación de todos los implicados en la puesta en marcha del Programa Operativo, desde la Autoridad de Gestión al beneficiario privado, porque se fundamenta en la idea de que la comunicación en su doble vertiente de información y publicidad debe ser una parte inherente a la propia gestión de los Fondos.



### 3. ALCANCE Y CONTENIDO DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN.

La política de cohesión es el instrumento de inversión más importante de la Unión Europea (351.800 millones de euros para el período 2014-2020) para lograr los objetivos de la Estrategia 2020. Dentro de dicha política se enmarca el Programa Operativo de Empleo Juvenil, con una dotación financiera (en términos de coste total) de 2.752 millones de euros, de los cuales, 2.053 millones de euros corresponden a la Garantía Juvenil. Por consiguiente,



la información y comunicación de los objetivos, de las oportunidades de financiación y de los resultados de la intervención constituyen una importante tarea para la Autoridad de Gestión, Organismos Intermedios y Beneficiarios del Programa.

Por tanto, la etapa de actuación 2014-2020 supone un avance en la política de cohesión de la Unión Europea que a través de los fondos se plantea como objetivo del desarrollo, la competitividad y el empleo. Todas las autoridades implicadas en este proceso aumentan la visibilidad de las acciones comunitarias sensibilizando a la opinión pública del papel que desarrollan cada uno de los Fondos Estructurales en Andalucía.

Así pues, informar a los posibles beneficiarios sobre las oportunidades de financiación es un aspecto primordial en la gestión del Programa Operativo. Para difundir la Política de Cohesión y, en particular, que la estrategia definida en el Programa de Empleo Juvenil invierte en los proyectos más apropiados e innovadores, es necesario hacer llegar la información al mayor número posible de beneficiarios potenciales.

Esto se consigue no sólo haciendo hincapié en el público objetivo al que van dirigidas las prioridades de inversión, sino presentando también los resultados alcanzados. La Autoridad de Gestión, los Organismos Intermedios y los Beneficiarios tienen la obligación de mostrar a la ciudadanía los resultados de las inversiones realizadas.

El colectivo al que va destinado el Programa Operativo de Empleo Juvenil muestra una serie de debilidades coyunturales (derivadas, principalmente, de los efectos de la crisis económica) y otras estructurales, entre las cuales, se destacan:

- ★ Alta tasa de abandono prematuro escolar, que dobla los valores de la UE-28.



- ★ Marcada polarización del mercado de trabajo, donde personas jóvenes abandonan sus estudios con escasa cualificación y otros, altamente cualificados, están subempleados.
- ★ Escaso peso relativo de la formación profesional de grado medio.
- ★ Escasa empleabilidad de la población joven, especialmente en lo relativo al conocimiento de idiomas extranjeros.
- ★ Alta temporalidad, con un 82,3% de la población joven que trabajan de forma temporal involuntariamente.
- ★ Alta contratación parcial no deseada, con un 51% de las personas jóvenes que trabajan de forma parcial a la espera de suscribir un contrato a tiempo completo.
- ★ Difícil acceso al mercado laboral de los grupos en riesgo de exclusión social.
- ★ Necesidad de mejorar los niveles de autoempleo e iniciativa empresarial entre las personas jóvenes.





Ante esta situación, en el Programa Operativo de Empleo Juvenil se han definido los siguientes objetivos específicos:

- ★ La activación de las personas jóvenes no ocupadas y no integradas en los sistemas de educación o formación, que permita su incorporación al mercado laboral, a la educación o a la formación.
- ★ Reforzar la empleabilidad y las competencias profesionales de las personas jóvenes no ocupadas y no integradas en los sistemas de educación o formación.
- ★ Aumentar el emprendimiento de las personas jóvenes no ocupadas y no integradas en los sistemas de educación o formación como vía de acceso al mercado laboral a través de la creación de empresas.
- ★ Aumentar la contratación de carácter indefinido de las personas jóvenes no ocupadas y no integradas en los sistemas de educación o formación, a través de la intermediación y de los incentivos económicos.
- ★ Mejorar la calidad y respuesta de las instituciones del mercado de trabajo y su coordinación en el ámbito nacional y autonómico a través de su modernización, incluyendo la creación de las estructuras necesarias para la implantación de los sistemas de Garantía Juvenil.
- ★ Aumentar la eficacia de las estructuras de intermediación sobre movilidad laboral, incluyendo la movilidad internacional.

No obstante, para que estos objetivos del Programa tengan éxito es necesario definir una serie de líneas de actuación que, lógicamente, tendrán que estar apoyadas por la Estrategia de Comunicación, para lograr los resultados esperados.

Para la Junta de Andalucía la articulación estratégica de comunicación debe construirse sobre las bases ya existentes de los períodos 2000-2006 y 2007-2013.

Tales consideraciones permitirán mejorar la definición de los objetivos y efectos que se pretenden alcanzar con la ejecución de la Estrategia y el diseño de los canales más adecuados de información para cada acción, garantizando, entre otras cuestiones, la calidad en todos los ámbitos de implementación, el compromiso y coherencia con los objetivos del P.O. de Empleo Juvenil 2014-2020 y la orientación hacia los beneficiarios.



Por todo ello, el enfoque a seguir por esta Estrategia se basa en preservar lo existente, conservando aquellas actuaciones que han funcionado efectivamente y con resultados muy positivos. Pero, también, la Estrategia se centra en mejorar los elementos menos eficaces, avanzando progresivamente hacia aquellos ámbitos que presentan una mayor proyección e impacto. Y para conseguir este objetivo se prevén medios adecuados de difusión y se tiene en cuenta un nuevo escenario comunicativo, utilizando, en su caso, las nuevas tecnologías de información y comunicación y cuidando la táctica a utilizar para el desarrollo de las actuaciones.



Con todo, es posible señalar los grandes fines o las metas generales en el terreno de la información y la comunicación:

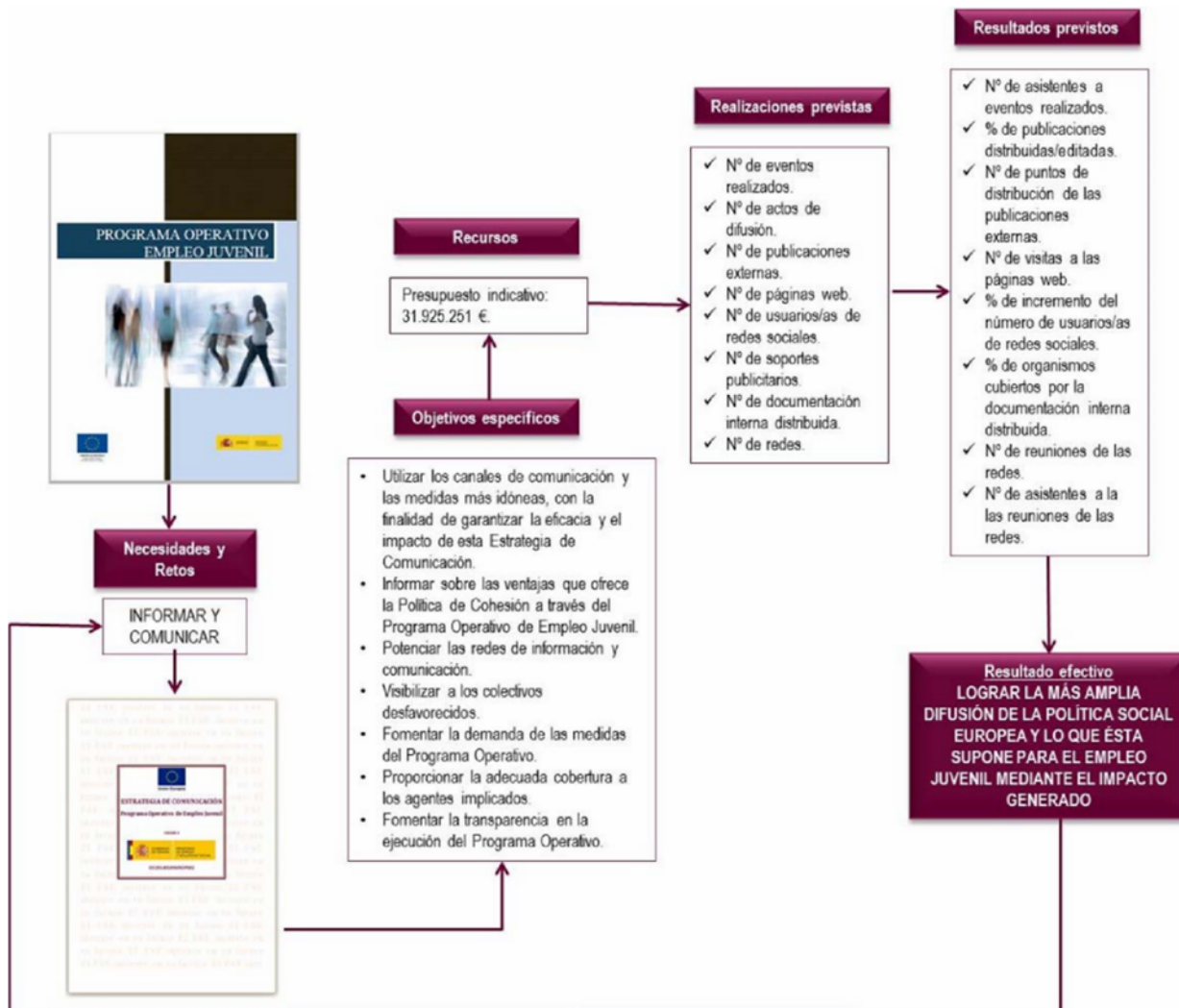
- ★ Ofrecer información sobre las posibilidades que ofrecen el FSE para beneficiarios, beneficiarios potenciales y público en general.
- ★ Reconocer el papel y el apoyo que ofrece el FSE y en particular el POEJ.
- ★ Promover la comprensión de los objetivos y los logros de las diferentes medidas respaldadas por la Iniciativa de Empleo Juvenil de la UE.



Por consiguiente, la estrategia planteada, a desarrollar con mayor profundidad en la implementación de medidas específicas, presenta dos vertientes complementarias que se refuerzan mutuamente: la relativa a la publicidad y promoción de operaciones, y la correspondiente a la Información y comunicación.



### Lógica de intervención de la Estrategia de Comunicación





### 3.1. OBJETIVOS

De acuerdo con lo establecido en el Art. 115 del Reglamento UE nº 1303/2013, apartado 1:

*Los Estados miembros y las autoridades de gestión serán responsables de:*

- a) elaborar estrategias de comunicación;*
- b) velar por el establecimiento de un sitio o un portal de internet único que proporcione información sobre todos los programas operativos de ese Estado miembro y acceso a los mismos, incluida la información sobre el calendario de ejecución de los programas y todos los procesos de consulta pública relacionados;*
- c) informar a los beneficiarios potenciales sobre las oportunidades de financiación conforme a los programas operativos;*
- d) dar a conocer a los ciudadanos de la Unión el papel y los logros de la política de cohesión y de los Fondos por medio de acciones de información y comunicación acerca de los resultados y el impacto de los acuerdos de asociación, los programas operativos y las operaciones.*

Por otra parte, el apartado 2 de dicho Reglamento, define que para garantizar la transparencia relativa a la ayuda procedente de los Fondos, los Estados miembros o las autoridades de gestión mantendrán una lista de operaciones por programa operativo y por Fondo en un formato de hoja de cálculo que permita clasificar, consultar, extraer y comparar los datos, así como publicarlos fácilmente en internet, por ejemplo en formato CSV o XML.

En este sentido, la estrategia de comunicación que aquí se plantea propone un conjunto de medidas y actuaciones al objeto de garantizar el cumplimiento de los objetivos definidos por el Reglamento, mencionados anteriormente.

Se trata de disponer de una estrategia y planificación que sirve de herramienta básica para la difusión de información entre los órganos de gestión del Programa, las entidades beneficiarias y la opinión pública en general, debiendo haber una retroalimentación constante y a varios niveles: de los órganos de gestión a las entidades beneficiarias y viceversa, y también de los órganos de gestión a la Comisión Europea.

En el Programa Operativo, el objetivo de la Garantía Juvenil es garantizar que todas las personas jóvenes menores de 30 años reciban una buena oferta de empleo, educación continua, formación de aprendiz o período de prácticas en un plazo de cuatro meses tras





acabar la educación formal o quedar desempleadas. Y esto en consonancia con la casuística del contexto en el que nos encontramos, la Estrategia de Comunicación del Programa Operativo de Empleo Juvenil persigue dar un mayor alcance, profundidad y cobertura de los objetivos y medidas adoptadas en el período de programación 2007-2013, especialmente, en aquellas áreas que los equipos evaluadores independientes habían destacado como mejorables.



Se define, por tanto unos objetivos estratégicos, generales y específicos:

**Objetivo estratégico:**

- ★ Lograr la más amplia difusión de la Política Social Europea y lo que ésta supone para el Empleo Juvenil.

**Objetivos generales:**

- ★ Informar y dar a conocer los logros alcanzados.
- ★ Apoyar a los actores implicados.

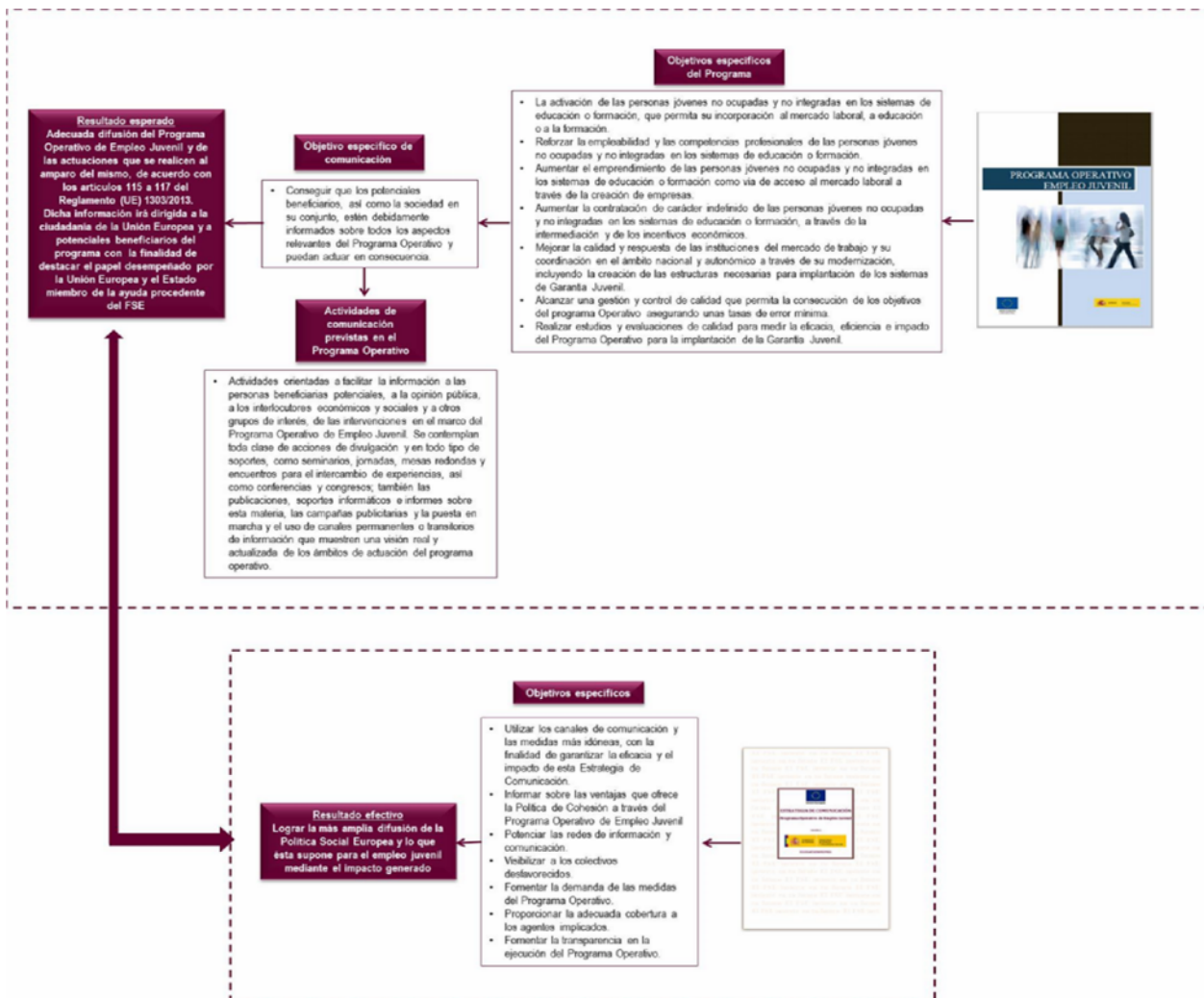
**Objetivos específicos:**

- ★ Utilizar los canales de comunicación y las medidas más adecuadas para garantizar la eficacia y el impacto de esta Estrategia de Comunicación.



- ★ Informar sobre las ventajas que ofrece el POEJ.
- ★ Potenciar las redes de información y comunicación.
- ★ Fomentar la demanda de las medidas del POEJ.
- ★ Proporcionar la cobertura suficiente a los actores implicados.
- ★ Fomentar la transparencia en la ejecución del Programa Operativo.

### Vinculación entre los objetivos de la Estrategia de Comunicación y los del Programa Operativo



En este sentido y siguiendo las directrices de la Comisión Europea y los objetivos definidos para los Programas 14-20, se establecen los siguientes criterios de comunicación:



★ TRANSPARENCIA

★ VISIBILIDAD

### **Transparencia.**

Este criterio consistirá en difundir las oportunidades establecidas en el Programa Operativo y la manera de poder acceder a las mismas.

- ★ Hacer llegar a la ciudadanía y a los potenciales beneficiarios información sobre las posibilidades que ofrece el Fondo Social Europeo.
- ★ Fomentar una mayor transparencia en la información que se ofrezca del Programa Operativo, es decir, de la utilidad que tienen el Fondo Social Europeo, así como de las medidas desarrolladas para luchar contra el fraude, la trazabilidad de las operaciones y la procedencia de los fondos.
- ★ Asegurar una correcta comprensión de los procesos de acceso al Fondo Social Europeo.
- ★ Establecer cauces de comunicación claros, sencillos y accesibles entre los potenciales beneficiarios y la ciudadanía y la Administración Pública.
- ★ Dar a conocer de forma sencilla y comprensible a los potenciales beneficiarios las prioridades de ayuda con las que pueden contar.

### **Visibilidad.**

Se fundamenta en dar a conocer en qué está invirtiendo el FSE, los resultados que se están obteniendo y cómo pueden mejorar las condiciones de vida de sus beneficiarios y de la ciudadanía.

- ★ Incrementar el grado de conocimiento de la ciudadanía y del colectivo de jóvenes (potenciales beneficiarios) del funcionamiento del FSE y del papel de la Unión Europea, dando a conocer la labor que se realiza para mejorar la calidad de vida de la ciudadanía, a partir de una estrecha colaboración de todos los agentes implicados.
- ★ Al llevar a cabo las actuaciones de concienciación, la opinión pública deberá comprender:



- Que la financiación de la Unión Europea va más allá de una contribución financiera, ya que es el resultado de un conjunto de actuaciones y esfuerzos acometidos para lograr un mayor equilibrio y armonía entre todos los territorios de la Unión Europea.
  - Dar a conocer el tipo de proyectos y/o actuaciones que se realizan con el FSE.
- ★ Además, es necesario 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.



### 3.2. GRUPO DE DESTINATARIOS

De acuerdo con el ANEXO XII del Reglamento UE nº 1303/2013, apartado 3: La autoridad de gestión velará por la participación en las medidas de información y comunicación, de acuerdo con la legislación y las prácticas nacionales, de los siguientes organismos, cuando proceda:

- a) los interlocutores a que se hace referencia en el artículo 5\*;
- b) los centros de información sobre Europa, así como las oficinas de representación de la Comisión y las oficinas de información del Parlamento Europeo en los Estados miembros;
- c) las instituciones de educación y de investigación.

Los interlocutores a los que hace referencia el artículo 5 son los siguientes:

- a) las autoridades locales y otras autoridades públicas competentes;
- b) los interlocutores económicos y sociales, y
- c) los organismos pertinentes que representen a la sociedad civil, incluidos los interlocutores medioambientales, las organizaciones no gubernamentales y los organismos encargados de promover la inclusión social, la igualdad de género y la no discriminación.

Estos grupos de destinatarios los clasificaremos en los siguientes cuatro grandes “Target” de las medidas de información y comunicación contenidas en esta Estrategia:

#### **BENEFICIARIOS POTENCIALES**

Los beneficiarios potenciales constituyen un colectivo del que formarán parte todos los organismos y empresas públicas y privadas y personas que sean susceptibles de optar a la financiación comunitaria y a pasar a ser organismos ejecutores de las operaciones recogidas en el Programa Operativo. En este colectivo destacan,

- ★ Asociaciones e instituciones juveniles.
- ★ Entidades del tercer sector relacionadas con el colectivo de jóvenes
- ★ destinatarios.
- ★ Autoridades públicas, nacionales, regionales y/o locales.



- ★ Empresas y agentes económicos.
- ★ Proveedores de enseñanza y formación profesional.
- ★ Organismos de promoción de la igualdad de oportunidades y no discriminación.
- ★ Redes especializadas.

### **BENEFICIARIOS PÚBLICOS Y PRIVADOS**

En este colectivo se integrarán aquellos organismos y empresas públicas o privadas responsables de iniciar o de iniciar y ejecutar las operaciones.

Al igual que en el caso de los beneficiarios potenciales, los mensajes hacia estos dos colectivos deberán ser lo más ágiles y claros posibles para asegurar que las operaciones incluidas en los Programas Operativos y las líneas de actuación incluidas en esta Estrategia que les competan directamente se cumplan.

### **COLECTIVOS DIANA/BENEFICIARIO ÚLTIMO**

Colectivo de jóvenes.

### **CIUDADANÍA EN GENERAL**

El público objetivo será toda la población residente en la Comunidad Autónoma de Andalucía, por la propia naturaleza regional de las Actuaciones del Programa enmarcada en esta Estrategia. En este caso, se continuará haciendo una mayor incidencia en aquellos colectivos que a priori parecen presentar una menor sensibilización ante la Política de Cohesión.

Los mensajes que tienen como destinatarios a este colectivo deben ser también sencillos, directos y claros, con el fin de incrementar su impacto real y facilitar su comprensión. En todo caso, hay que sensibilizar a la opinión pública no sólo del papel que juega el Fondo Social Europeo, y en general todos





los Fondos Europeos en el acercamiento de la economía andaluza a las medias comunitarias, si no también difundir el papel del FSE en la Estrategia 2020 y en particular dar a conocer que el apoyo a los objetivos temáticos que contiene el Programa Operativo y de las actuaciones incluidas en éste juegan en la mejora de su calidad de vida.



### **MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

Este colectivo juega un papel muy relevante y específico en la difusión de las oportunidades que brinda el Programa Operativo, al acercarlos a los potenciales beneficiarios de las ayudas y al público en general.

Entre este grupo cobran especial relevancia.



1. Los interlocutores Económicos y Sociales.
2. Las ONGs y otras Organizaciones y Asociaciones sociales.
3. Los Medios de Comunicación.
4. La Representación Permanente de la Comisión Europea en España.

Hay que señalar que en ocasiones cuando el grupo destinatario de la información es muy amplio el recurso a los medios de comunicación masiva puede ser de gran utilidad en la medida que actúan como difusores de la información, pudiendo así maximizar su impacto.



El tipo de mensaje orientado a este colectivo cumple las características de los destinados al conjunto de la ciudadanía, de modo que deben ser sencillos y claros, directos y de fácil comprensión, con el fin de facilitar la canalización de la información de forma eficiente hacia el público en general y, en su caso, hacia los beneficiarios potenciales.





### 3.3. CONTENIDO DE LAS MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

De acuerdo con el ANEXO XII del Reglamento UE nº 1303/2013, apartado 2.1:

*El Estado miembro o la autoridad de gestión serán responsables de la organización de al menos las siguientes medidas de información y comunicación:*

- a) organizar una actividad informativa importante en la que se dé publicidad al lanzamiento del programa o de los programas operativos, incluso antes de la aprobación de las estrategias de comunicación pertinentes;*
- b) organizar una actividad informativa importante anual en la que se promuevan las oportunidades de financiación y las estrategias seguidas y se presenten las realizaciones del programa o de los programas operativos, tales como, en su caso, grandes proyectos, planes de acción conjuntos y otros ejemplos de proyectos;*
- c) exponer el emblema de la Unión en las instalaciones de cada autoridad de gestión;*
- d) hacer una publicación electrónica de la lista de operaciones, de acuerdo con la sección 1 del presente anexo;*
- e) dar ejemplos de operaciones, por programa operativo, en el sitio de Internet único o en el sitio de Internet del programa operativo, al que podrá accederse a través del portal de Internet único; los ejemplos deben formularse en una lengua oficial de la Unión de amplia difusión distinta de la lengua o las lenguas oficiales del Estado miembro en cuestión;*
- f) actualizar la información sobre la ejecución del programa operativo, incluyendo, si procede, sus principales logros, en el sitio de Internet único o en el sitio de Internet del programa operativo, al que podrá accederse a través del portal de Internet único.*

El Anexo XII del Reglamento UE nº 1303/2013 establece las normas detalladas relativas a las medidas de información y comunicación dirigidas al público y las medidas de información dirigidas a los/as solicitantes y las entidades beneficiarias.

*En todas las medidas de información y comunicación que lleve a cabo, el beneficiario deberá reconocer el apoyo de los Fondos a la operación mostrando:*



- a) *el emblema de la Unión, de conformidad con las características técnicas establecidas en el acto de ejecución adoptado por la Comisión con arreglo al artículo 115, apartado 4, y una referencia a la Unión Europea;*
- b) *una referencia al Fondo o los Fondos que dan apoyo a la operación.*

*Cuando una medida de información o de comunicación con una operación o con varias operaciones financiadas por varios Fondos, la referencia prevista en la letra b) podrá sustituirse por la referencia a los Fondos EIE.*

*En el caso de las operaciones cofinanciadas con el FSE los beneficiarios velarán por que las partes que participen en alguna operación sean puntualmente informadas de las ayudas que contempla la Iniciativa de Empleo Juvenil prestadas a través de la financiación del FSE y la asignación específica de la Iniciativa de Empleo Juvenil.*

*Además todo documento relacionado con la ejecución de una operación y que se destine al público o a los participantes, incluidos los certificados de asistencia o de cualquier otro tipo, incluirá una referencia a la ayuda recibida en el marco de la Iniciativa de Empleo Juvenil.*

Por tanto esta Estrategia de Comunicación contempla diferentes medios para acercar la información a los destinatarios y para acercar el papel que los recursos europeos desempeñan en el desarrollo nacional y regional y en la mejora de la calidad de vida de los ciudadanos.

Por ello conviene resaltar los distintos cauces de información y comunicación recogidos en esta Estrategia de Comunicación. Éstos se han diseñado teniendo en cuenta no sólo los objetivos estratégicos sino también los distintos destinatarios a los que se dirigen las diferentes medidas de comunicación. Se trata de que dichos canales de información resulten lo más adecuados posibles, eligiéndolos en función del mensaje que se desea transmitir y del colectivo al que se dirija este mensaje.

Por estos motivos, las medidas tendrán que ser:

- ★ Adaptadas, es decir, el público destinatario tiene que recibir la información en función de sus necesidades, de forma clara, completa y coherente.
- ★ Accesibles, o lo que es lo mismo, las medidas deberán utilizar los canales de comunicación y los soportes más adecuados para cada grupo destinatario, haciéndose un especial hincapié en las necesidades de accesibilidad de las personas con discapacidad, y debiendo estar la información disponible cómo y cuándo el destinatario la necesite.



Así pues, los destinatarios de la información tienen características diversas, tipos de necesidades diferentes y cuando solicitan información no siempre buscan la misma. Por ello, se han previsto los siguientes canales de difusión de las medidas:

- ★ Las tecnologías de la información y comunicación (TIC) y, en particular, internet y las redes sociales, tendrán un especial protagonismo en el desarrollo de la Estrategia de Comunicación por su impacto, bajo coste y la importancia otorgada al creciente uso de las TIC por parte de la Administración Pública, de los colectivos destinatarios del Programa Operativo y de la ciudadanía.
- ★ También tendrán un papel predominante los medios de comunicación social tradicionales (prensa, radio, televisión), ya sea mediante la inserción de anuncios, la realización de campañas publicitarias y/o el contacto permanente con los mismos para hacerles partícipes de la evolución del Programa Operativo (notas de prensa, ruedas de prensa, sesiones informativas con periodistas, etc.).
- ★ Finalmente, las acciones de comunicación se completarán con otros medios como la edición de materiales divulgativos (folletos, carteles y similares), la organización y/o participación en actos y eventos de distinto tipo, la realización de estudios e investigaciones, la edición de publicaciones en formato papel y/o electrónico, preparación de documentación de tipo metodológico, etc.



De acuerdo con esta estrategia y los objetivos perseguidos, y teniendo además en cuenta los distintos colectivos a quien se quieren dirigir las actuaciones, se ha establecido una tipología de medidas distintas para cada uno de ellos.

En el diseño de estas medidas se ha tenido en cuenta la experiencia del período anterior, de modo que se pretende potenciar aquellas medidas de comunicación que se han venido desarrollando de manera satisfactoria en dicho periodo. Así pues se establece una línea de continuidad con aquellas actuaciones puestas en marcha en 2007-2013 que han sido objeto de una favorable valoración. En este contexto, se ha llevado a cabo un análisis conjunto de la tipología de actuaciones, para incidir en aquellas que se han valorado como más eficaces tanto en lo relativo a su ejecución como a los resultados obtenidos.

Sin embargo, hay que considerar también todas las novedades que presenta la programación para el período 2014-2020, tanto en lo relativo a la tipología de proyectos cofinanciados (que, lógicamente, van a condicionar las medidas de comunicación más adecuadas), como en lo relativo a la propia política de comunicación. Así, la definición de las actuaciones que sustenten esta estrategia debe de tomar en consideración:

- ★ La orientación de la tipología de actuaciones cofinanciadas hacia el cumplimiento de los objetivos de la Estrategia Europa 2020 y el cumplimiento de los requisitos de concentración temática que exige seguir avanzando en la nada fácil sensibilización de la ciudadanía hacia este tipo de actuaciones menos próximas a su día a día y quizás no son tan visibles en cuanto al impacto en la mejora de su calidad de vida.
- ★ Por otra parte, hay que destacar los propios cambios en los requisitos de información y comunicación, que dan un papel más relevante si cabe al papel de los beneficiarios de los Fondos, conlleva la necesidad de agilizar las formas de trasvase inmediato de la información que emana de las redes de comunicación, así como facilitar todas las medidas de apoyo para lograr una comunicación por parte de ellos acorde no sólo con el cumplimiento de sus obligaciones, sino también con la necesidad de que este ámbito esté siempre presente en todo el proceso de puesta en marcha de las actuaciones que se pasan a cofinanciar a través de este programa operativo. Asimismo, los cambios llevan a garantizar la mejora de la accesibilidad a los mensajes informativos y publicitarios al conjunto de la ciudadanía, adaptándolos, en la medida de lo posible, a aquellas personas que presentan algún tipo de discapacidad.

Partiendo de estas consideraciones, se ha llevado a cabo un análisis de las necesidades de información de los distintos colectivos, de los resultados obtenidos por las actuaciones llevadas a cabo en el período anterior y de las posibilidades de implementación de



actuaciones similares, así como de otras que respondan a los nuevos requerimientos, de lo que ha resultado una amplia tipología de actuaciones que se presenta a continuación.

No obstante, es necesario tener presente que la comunicación es un proceso vivo que debe adaptarse a las diferentes fases de desarrollo de los programas operativos y a los requerimientos que a lo largo de la vida del mismo, así como también a los proyectos cofinanciados que se vayan poniendo en marcha. Por ello, el listado propuesto a continuación pretende ser un listado abierto en el que tendrán cabida las actuaciones que pudieran llevar a cabo tanto las Autoridades u Organismo responsables de la puesta en marcha y correcta ejecución de los Programas como los Organismos beneficiarios de los programas a los que se refiere la presente estrategia.

### **MEDIDAS PARA BENEFICIARIOS POTENCIALES**

Estas medidas deben responder, fundamentalmente, a conseguir interesar a los posibles beneficiarios en la participación en este programa operativo.

Se deben hacer, por lo tanto, comprensibles los procedimientos de acceso a los mismos con el fin de conseguir que presenten proyectos de calidad y que se optimicen los recursos comunitarios, en estrecha vinculación con los recursos públicos nacionales y regionales, en todas aquellas operaciones que se presenten para cofinanciar.

Estas líneas se plasman en las diferentes líneas de actuación que a continuación se enumeran.





Informar de la existencia de los Programas Operativos, insistiendo en divulgar su contenido y las oportunidades de financiación que ofrecen. (Se corresponde con la Medida 1.1 de la EC del POEJ elaborada por la AG)

Página web de la Dirección General de Fondos Europeos de los Programas cofinanciados por la UE en Andalucía 2014-2020:

[www.juntadeandalucia.es/economiainnovacionyciencia/fondoseuropeosenandalucia/](http://www.juntadeandalucia.es/economiainnovacionyciencia/fondoseuropeosenandalucia/).

En esta web se recogerá un documento descriptivo del programa operativo y resúmenes en donde se acerque al lector los objetivos y prioridades del programa así como las oportunidades de financiación que ofrece.

Publicación por parte de la Dirección General de Fondos Europeos u órganos gestores beneficiarios de material divulgativo sobre los programas operativos, que informen del contenido de las actuaciones en ellos incluidas y de las oportunidades de financiación que ofrecen.

Se editarán folletos, trípticos, carteles, etc que se dirigirán a los posibles beneficiarios de los programas. Su contenido versará sobre las oportunidades de financiación y serán específicas para cada tipo de potencial beneficiario.

Estos materiales se distribuirán a las instituciones u organismos que tengan presencia en el ámbito sectorial propio de las prioridades de inversión de los programas, como corporaciones locales, entidades colaboradoras de la administración o bancos y cajas de ahorro. Asimismo se hará distribución a través de su distribución en jornadas, cursos, actos, eventos locales, etc.

Inclusión en todas las órdenes de convocatoria de referencias a los fondos a los programas operativos y a la cofinanciación comunitaria.

Las ordenes de ayudas, subvenciones, transferencias, así como los convenios y contratos contendrán referencias expresas al FSE y a la cofinanciación comunitaria.

Creación de un punto único de información de todas las órdenes de convocatorias de ayudas, evitando así su dispersión en diversos entornos web. La información ofrecida en este subnivel de la web tendrá un lenguaje sencillo y dispondrá de resúmenes u otros elementos que agilicen la consulta.

El portal web de la Dirección General de Fondos Europeos, a través de la conexión con los sitios específicos de cada organismo público beneficiario del programa (órganos gestores) y a través de intercambio activo de información, contará con actualizaciones permanentes sobre



las convocatorias enmarcadas en el POEJ. Se dispondrá de una información detallada acerca de aquellas convocatorias cuyo plazo de presentación de solicitudes se encuentre abierto en cada momento.

Asimismo, a través de la web de la Dirección General de Fondos Europeos, se presentarán enlaces a los portales web de los distintos organismos con implicación en el programa para que puedan ampliar información sobre las distintas convocatorias existentes. En particular las Buenas Prácticas que hayan de mostrarse.

The screenshot shows the website 'Fondos Europeos en Andalucía' with the following content:

- Header:** Logos of the Junta de Andalucía, Unión Europea, and 'Andalucía se mueve con Europa'. Navigation links include 'Enlaces de interés', 'Últimas noticias', 'Encuesta', and 'Mapa web'.
- Main Banner:** 'Infórmate sobre tus responsabilidades como beneficiario de Fondos Europeos' with a sub-section 'ASISTENCIA PARA BENEFICIARIOS'.
- Asistencia para beneficiarios:** Text explaining that the EU offers aid and subsidies, and that the Directorate General is providing various services to facilitate the fulfillment of responsibilities.
- Instrumentos que facilitarán su labor:** A section with four sub-sections:
  - Manuales de ayuda:** Consult online the duties as a beneficiary.
  - Preguntas frecuentes:** Consult online the duties and the way to fulfill obligations.
  - SIP:** An application that allows generating the SIP form.
  - Reglamentos:** Consult the regulations of the application.
  - Asesoría online:** Test your consultation and receive 'a medida' assessment.
- Red de beneficiarios:** Text describing the network of beneficiaries and its objectives. Includes buttons for 'Inscríbete en INBERA' and 'Accede al foro de beneficiarios'.
- Calendario de eventos:** A calendar for September 2014, with the 15th highlighted.



Explicar los procedimientos de acceso a las ayudas recogidas en los programas operativos, explicando los requisitos que se exigen para ello, haciendo especial énfasis en que estos procedimientos sean comprensibles para los destinatarios. (Se corresponde con las Medidas 1.2 y 1.3 de la EC del POEJ elaborada por la AG)

Información por parte de la Dirección General de Fondos Europeos y los órganos gestores implicados en este programa operativo sobre las posibilidades de intervención recogidas en ellos.

Se facilitará información detallada y clara acerca de las condiciones de elegibilidad para el acceso al FSE en el marco del programa.

En todas las convocatorias se expondrán de forma sencilla las condiciones que se deben cumplir para poder acceder a la financiación europea en el marco de los programas. Se utilizará un lenguaje comprensible por todos los posibles beneficiarios, evitando aquellos conceptos y términos más técnicos o que puedan inducir a interpretaciones confusas

En todas las convocatorias de ayudas o subvenciones, los criterios de admisibilidad de las solicitudes se deben exponer de forma que el procedimiento para acceder a las ayudas comunitarias incluidas en el programa operativo resulte lo más transparente posible. La redacción del texto de las convocatorias utilizará un lenguaje claro y sencillo, evitando excesivos tecnicismos, con el fin de ampliar el abanico de potenciales beneficiarios.

En las convocatorias de ayudas y/o licitaciones se incluirá el siguiente párrafo o uno similar:

*Este proyecto está cofinanciado por el Fondo Social Europeo (FSE).*

Además, en las resoluciones y/o adjudicaciones de actuaciones que vayan a ser cofinanciadas se incluirán los siguientes párrafos o similares:





*Este proyecto se cofinancia por el Fondo Social Europeo (FSE).*

*Esta resolución/adjudicación supone su aceptación a ser incluido en la lista pública prevista en el artículo 115, apartado 2 del Reglamento (UE) nº 1303/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo de 17 de diciembre de 2013.*

Elaboración por parte de la Dirección General de Fondos Europeos y/o los distintos órganos gestores competentes en este programa de una “guía de respuestas” a aquellas preguntas que los interesados a acceder a la financiación formulan con mayor frecuencia. Se elaborarán guías para dar respuestas a cada una de las fases de la aplicación de los Fondos (gestión, control, evaluación, comunicación).

Estas guías estarán disponibles en versión electrónica para su descarga en la web de Dirección General de Fondos Europeos y/o, en su caso, en los portales web de los distintos órganos gestores implicados en estos programas operativos. Con ellas, se pretende orientar a los beneficiarios potenciales sobre aquellos aspectos que más dudas les plantean.

Informar a los beneficiarios potenciales de las obligaciones que conlleva la aceptación de la ayuda. (Se corresponde con las Medidas 1.3, 1.4 y 1.7 de la EC del POEJ elaborada por la AG)

Los distintos órganos gestores que participen en los programas operativos a través de convocatorias públicas de ayudas o subvenciones deberán velar porque en todas las ellas se informe de manera clara que el beneficiario va a ser incluido en una lista pública conforme lo desarrollado en el artículo 115, apartado 2 del Reglamento (UE) nº 1303/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo de 17 diciembre de 2013.

La Dirección General de Fondos Europeos y órganos gestores que participan en este programa operativo deberán informar a los beneficiarios potenciales acerca de las responsabilidades que los beneficiarios de una determinada ayuda adquieren en materia de gestión, seguimiento, control, evaluación e información y comunicación.

Con objeto de dar transparencia al proceso de acceso a los Fondos, los beneficiarios potenciales deben estar informados acerca de las principales responsabilidades y obligaciones que en materia de gestión, seguimiento, control, evaluación, información y publicidad de los proyectos que ejecuten van a asumir si finalmente son seleccionados.



En las convocatorias de actuaciones y/o licitaciones que vayan a ser cofinanciadas por los Programas Operativos se incluirá el párrafo siguiente (u otro de similar contenido): “Este proyecto se tiene previsto cofinanciar por el Fondo Social Europeo (FSE)”

Así mismo, el Organismo Intermedio velará porque en las convocatorias de actuaciones que se tenga previsto cofinanciar se incluya el párrafo siguiente (u otro de similar contenido): “Si finalmente es aceptada su propuesta va a aparecer en la lista pública prevista en el artículo 115, apartado 2, del Reglamento (UE) 1303/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo de 17 de diciembre de 2013”

**Dar a conocer cuáles son las personas de contacto en todos los ámbitos del programa. (Se corresponde con la Medida 1.6 de la EC del POEJ elaborada por la AG)**

La Dirección General de Fondos Europeos y órganos gestores que participan en los programas deberán informar 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.

El nombre y los datos de contacto de estas unidades se pondrán a disposición de los beneficiarios potenciales, siempre que se estime oportuno, a través de los materiales divulgativos que se editen, en las jornadas que se celebren y en el portal web de la Dirección General de Fondos Europeos y, en su caso, en los órganos gestores de la Junta de Andalucía implicados en estos programas operativos.

### **MEDIDAS DESTINADAS A LOS BENEFICIARIOS**

En el período de programación 2014-2020 la reglamentación exige comunicar a los beneficiarios que van a aparecer en la lista pública de operaciones cofinanciadas, que entre otros campos exige el nombre del beneficiario que lleva a cabo la operación, el montante de la misma así como una breve descripción de la misma. Asimismo, también es imprescindible que en todo momento estén bien informados de cuáles son sus obligaciones al gestionar las medidas que se van a ejecutar con los Fondos.

Para ello es necesario:



Comunicar a los beneficiarios la necesidad de su aceptación expresa a ser incluidos en la lista pública de operación, con el nombre del beneficiario y el montante asignado a cada operación, así como informarles de sus obligaciones y guiarles en sus tareas de gestión y comunicación. (Se corresponde con las Medidas 1.8 y 3.2 de la EC del POEJ elaborada por la AG)

Por otra parte, en las resoluciones o adjudicaciones de actuaciones que vayan a ser cofinanciadas se incluirá una referencia clara a que el proyecto se cofinancia por el FSE. Asimismo, se indicará que la resolución o adjudicación supone la aceptación del beneficiario a ser incluido en la lista pública que se recoge en el artículo 115, apartado 2 del Reglamento (UE) nº 1303/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo de 17 diciembre de 2013.

Los órganos gestores de la Junta de Andalucía que concedan las ayudas a beneficiarios privados deberán comunicar, orientar y asesorar durante todo el período de programación a los beneficiarios, en todo lo relativo a la gestión, seguimiento, evaluación, control, información y comunicación.

En las resoluciones o adjudicaciones de actuaciones que vayan a ser cofinanciadas se incluirán los párrafos siguientes:



*“Este proyecto se cofinancia con el Fondo Social Europeo (FSE)”y “Esta Resolución/ adjudicación supone su aceptación a aparecer en la lista pública prevista en el artículo 115, apartado 2, del Reglamento (UE) 1303/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo de 17 de diciembre de 2013”*

Asimismo, establecerán los cauces adecuados para resolverles todas aquellas dudas que se les planteen en relación con estos aspectos para apoyarles y asesorarles en aquellas tareas que se les asignen.

Cuando sea necesario se facilitarán listas de verificación para garantizar el adecuado cumplimiento de los requisitos de cualquier ámbito en el marco de las operaciones cofinanciadas.

En el portal único de la Autoridad de Gestión y en las páginas web de los Organismos Intermedios, si procede, se publicarán los criterios de selección de las operaciones, con la finalidad de proporcionar la correspondiente transparencia.

La Dirección General de Fondos Europeos y/o los órganos gestores de la Junta de Andalucía que participan en este programa operativo proporcionarán información acerca de la normativa aplicable y/o los procedimientos de gestión de los programas, así como de sus posteriores actualizaciones.

A lo largo de todo el período de programación se pondrá a disposición de los beneficiarios toda la normativa comunitaria, nacional o autonómica aplicable, así como cualquier cambio que se produzca, en la misma. Asimismo, se informará de los procedimientos de gestión del programa y, si procede, de sus posteriores actualizaciones.

Toda la normativa que les competa se publicará en la web de la Dirección General de Fondos Europeos y, cuando se considere oportuno, en las propias de los órganos gestores participantes en el programa.

La Dirección General de Fondos Europeos facilitará las herramientas de comunicación para que los distintos organismos que participan en este programa y/o los beneficiarios puedan cumplir con sus obligaciones de forma adecuada.

Estas herramientas se fundamentarán en las TIC (Tecnologías de Información y Comunicación) que permiten generar un impacto mucho mayor sobre el colectivo destinatario



de las acciones. Esta medida, considerando el alcance que tiene y el impacto que genera, es de las que mayores niveles de calidad y eficiencia ha de alcanzar.

Su diseño y orientación ha de ser clara para su adecuado uso por parte de los beneficiarios. Ha de proporcionarles referencias u ejemplos visuales para que puedan elaborar sus elementos de comunicación tales como placas o vallas, o información sobre cómo atender a las obligaciones de comunicación en actividades concretas o empleando soportes específicos, siempre atendiendo a las exigencias reglamentarias. Estas herramientas podrán utilizarse en un entorno on-line u off-line, facilitando así la consulta a las mismas con independencia de la conexión a internet.

La Dirección General de Fondos Europeos y/o los órganos gestores de la Junta de Andalucía que participan en el programa organizarán todos los eventos necesarios, jornadas divulgativas, seminarios, cursos y reuniones de trabajo para que los beneficiarios estén bien informados sobre todo el proceso de aplicación del programa operativo.

#### **MEDIDAS DESTINADAS AL PÚBLICO EN GENERAL**

Con objeto de dar visibilidad a este programa se han programado medidas dirigidas a la ciudadanía en general que se estructuran en cuatro líneas de actuación.

#### **Divulgar la existencia del P.O. EMPLEO JUVENIL y el contenido de sus intervenciones.**

La Dirección General de Fondos Europeos realizará un acto de lanzamiento de los Programas Operativos. Este acto contará con la presencia de la Comisión Europea, autoridades nacionales de los programas y representantes de órganos gestores de Junta de Andalucía.

Publicación de información descriptiva del P.O. FDER de Andalucía y del P.O. FSE de Andalucía 2014-2020, así como de información relativa a las principales medidas en él contenidas, la evolución de las intervenciones y sus resultados.

La página web de la Dirección General de Fondos Europeos de la Junta de Andalucía, además de difundir el texto íntegro de los programas operativos, contendrá una información de carácter más divulgativo sobre su contenido. Asimismo, se informará sobre las actuaciones más destacadas, sobre los avances en su ejecución y sobre sus resultados.



Acercar el FSE y su participación en sus respectivos programas y los objetivos de éstos a la ciudadanía, ayudándoles a comprender el papel de estos fondos, su sinergias con otros instrumentos financieros, el trabajo conjunto de las autoridades regionales, nacionales y comunitarias, y en que consiste la cofinanciación de las líneas de actuación incluidas en el programa operativo.

Publicación en la web de la Dirección General de Fondos Europeos, y en su caso, en las páginas web de los órganos gestores implicados en los programas operativos, de una información sencilla y didáctica sobre la Política Regional Europea y el papel del FSE en dicha política en España y en Andalucía

Publicación por parte de la Dirección General de Fondos Europeos y/o los órganos gestores que participen en estos programas operativos de material divulgativo de fácil consulta, con información sobre el FSE y en particular sobre la Iniciativa de Empleo Juvenil en Andalucía.

Al estar dirigido a la población en general, este material deberá tener un lenguaje sencillo y didáctico e informar, a grandes rasgos, sobre el papel de los Fondos, las intervenciones más relevantes recogidas en el programas y de los principales hitos que se vayan alcanzando a lo largo del período de programación.



Este material podrá ser implementado, en forma de videos, publicaciones físicas u electrónicas, carteles, etc. Las publicaciones electrónicas se colgarán en la web de la Dirección General de Fondos Europeos y/o en las páginas web de cada uno de los órganos gestores que participan en el programa.

Folleto, díptico, cartel... se distribuirán también en las sedes de los organismos que participan en este programa, en los actos, jornadas o cursos que se celebren, etc.

El beneficiario deberá incluir en todas las medidas de información y comunicación relativas a las operaciones cofinanciadas, una declaración en la que se informe de la cofinanciación del FSE, así como el logo de la Unión Europea.



Todos los documentos que se elaboren en relación con las actuaciones recogidas en los programas incluirán una referencia expresa al FSE, así como el logo de la Unión Europea.

Incluir en todas las actuaciones de comunicación y en la documentación un lema que resalte el valor añadido de los Fondos Comunitarios. En este caso, “El Fondo Social Europeo invierte en tu futuro”.

**Exponer la bandera de la Unión Europea a la entrada de la sede de la Dirección General de Fondos Europeos. (Se corresponde con la Medida 2.3 de la EC del POEJ elaborada por la AG)**

La bandera de la Unión Europea deberá permanecer izada de manera permanente delante de su sede durante todos los días del año.

La Dirección General de Fondos Europeos, coincidiendo con la conmemoración del día de Europa, realizará una campaña publicitaria para poner de relieve la importancia de Europa en las actuaciones de este programa operativo. Asimismo velará para que los órganos gestores u otras entidades vinculadas al programa actividades destinadas al mismo fin.

**Difundir, a lo largo de todo el período de programación, información relativa a la evolución del Programa Operativo de Empleo Juvenil en Andalucía. (Se corresponde con la Medidas 2.5, 2.7, 2.8, 2.10 y 2.15 de la EC del POEJ elaborada por la AG)**

La Dirección General de Fondos Europeos velará porque en las páginas web de los beneficiarios públicos de este programa operativo y de aquellos órganos gestores que concedan ayudas a beneficiarios privados exista un apartado específico donde se recoja todo lo referido a los Fondos Europeos que percibe y su utilización.

La Dirección General de Fondos Europeos, velará porque haya una actualización continua de su web.

El portal web de Dirección General de Fondos Europeos, constituye la herramienta central en la que se agruparán las medidas de esta estrategia de comunicación.

En concreto,

- ★ La web de la Dirección General de Fondos Europeos facilitará al público en general información actualizada, durante todo el período en todo lo referente al proceso de programación, gestión, evaluación, comunicación y control.



- ★ Contendrá también la estrategia de comunicación y los avances registrados en la misma.
- ★ Asimismo, contendrá información dirigida a los beneficiarios y órganos gestores de las distintas actuaciones, con información y documentos específicamente de su interés: manuales de gestión y control de las operaciones, manual de información y publicidad destinado a los gestores, etc.
- ★ Sección de noticias, destinada a informar sobre las novedades que se produzcan en el ámbito de los Fondos Estructurales y, en especial, sobre la evolución de los programas operativos.
- ★ Normativa comunitaria, nacional y regional aplicable y toda la documentación necesaria para la gestión de los Fondos Europeos.
- ★ Zona de descarga de documentación, en formato electrónico, de diversa documentación relacionada con el programa operativo.
- ★ Enlaces a distintas páginas institucionales relacionadas con los Fondos Estructurales (en particular, a las páginas web de los organismos que participan en los programas operativos y a la página Web de la Comisión Europea).
- ★ Este portal tendrá enlaces a los apartados específicos sobre el POEJ de las páginas web de los distintos organismos que participan en estos programas operativos.

*Organización de al menos una actividad anual para difundir los logros del programa.*

La Dirección General de Fondos Europeos realizará, en colaboración con las Autoridades de Gestión de los Programas, una actividad de difusión de los logros del programa, destinado a la ciudadanía en general donde presentarán ejemplos de buenas prácticas que sirvan de ilustración para ver el impacto de los Fondos en Andalucía. Para esta actividad se podrá recurrir a medios regionales de comunicación.

*La elaboración de una base de datos de Buenas Prácticas de actuaciones cofinanciadas. Esta actividad se realizará manteniendo comunicaciones permanentes con las Autoridades de Gestión de los Programas.*

Esta base de datos constituirá el lugar común de referencia para que todos los implicados en el proceso de aplicación de los Fondos (Comisión Europa, Autoridades de Gestión, órganos gestores y otros implicados en la aplicación del fondos en España, beneficiarios públicos y





privados y ciudadanía española y europea) puedan acceder a las mejores actuaciones cofinanciadas con los Fondos.

En dicha base se recogerán ejemplos de operaciones que cumplan adecuadamente con los criterios que se acuerden en el seno de las redes o se establezcan por la Comisión. Ejemplos de estas bases pueden ser:



La actuación ha sido convenientemente difundida entre los beneficiarios, beneficiarios potenciales y el público en general. Elevada difusión entre los beneficiarios y el público en general. Se deberá presentar todo lo realizado para la comunicación de la citada actuación.



La actuación incorpora elementos innovadores. Habrá que destacar el carácter innovador de la actuación, que puede estar vinculado a las metodologías, tecnologías o procesos, a los servicios facilitados y a las distintas herramientas empleadas para ponerla en marcha. También se considerará la innovación respecto al territorio o ámbito de ejecución y al público objetivo.



- ★ Adecuación de los resultados obtenidos a los objetivos establecidos. Se han de destacar los principales objetivos, haciendo ver el valor añadido que supone el haber recibido Fondos Europeos, indicando si todos ellos se están cumpliendo y haciendo hincapié en qué tipo de actividades y resultados se pueden atribuir al proyecto. Impacto en términos físicos, cuantitativos y cualitativos.
- ★ Contribución a la resolución de un problema o debilidad detectada en el ámbito territorial de ejecución. Es preciso describir a qué problemática responde el proyecto presentado y cómo su puesta en marcha favorece el desarrollo del territorio y/o del público objetivo. Alto grado de cobertura sobre la población a la que va dirigida. Debe mencionarse el alcance, no solo sobre los beneficiarios directos, sino también sobre la población en general.
- ★ Consideración de los criterios horizontales de igualdad de oportunidades y no discriminación, así como responsabilidad social y sostenibilidad ambiental. Se debe indicar cómo se han aplicado estos criterios en la actuación correspondiente.
- ★ Sinergias con otras políticas o instrumentos de intervención pública. Se tendrá en cuenta si la actuación ha reforzado la actuación de otros Fondos (regionales, nacionales, europeos) y ha contribuido a potenciar los aspectos positivos de los mismos.

Su presentación se hará a través de un informe de buenas prácticas (formulado en castellano y en inglés), en el que se presentará con lenguaje accesible y claro la Buena Práctica y se aportarán los argumentos necesarios para justificar el cumplimiento de los anteriores criterios, así como cuanta documentación gráfica y documental de apoyo se considere necesaria. Asimismo, se deberá facilitar el importe de la ayuda y el gasto total al que asciende la operación en cuestión y el impacto de la misma.

Todos los organismos públicos que reciban FSE del POEJ y participen en este programa operativo deberán presentar al menos una buena práctica por año. Esta obligación se hace extensible a aquellos órganos gestores u organismos públicos que gestionan líneas de ayuda a empresas, que en este caso deberán presentar Buenas Prácticas que impliquen a alguna o algunas de las empresas que hayan sido beneficiarias de las ayudas de una determinada convocatoria.

La elaboración de un registro documental y gráfico de todas las acciones de comunicación que tengan que ver con esta estrategia de comunicación.



Se trata en definitiva de documentar todas las actuaciones que se lleven a cabo, tanto si son recogidas por los medios de comunicación, como si no lo son. Esto permitirá realizar el control de las medidas de información y publicidad en los programas operativos.

Cada Organismo con implicación en el programa y/o beneficiario deberá contar con este registro para las actuaciones de su competencia. Todos los registros se tendrán a disposición de la Dirección General de Fondos Europeos para facilitar su labor de coordinación, seguimiento de las medidas de información y comunicación y la evaluación de las medidas de comunicación recogidas en esta estrategia de comunicación.

Elaboración de al menos dos videos, uno en el momento inicial de la programación y otro al final del período, que recojan de forma sencilla la importancia de los Fondos y su repercusión en Andalucía.

La Dirección General de Fondos Europeos, en colaboración con los distintos organismos implicados y/o beneficiarios en los programas operativos, elaborará al menos dos videos que pongan de manifiesto la relevancia que el FSE y la Iniciativa de Empleo Juvenil tiene en la vida cotidiana y de la ciudadanía andaluza.

Estos videos se facilitarán a los medios de comunicación y se visualizarán en distintos eventos, conferencias, jornadas y actos en los que participe la Dirección General de Fondos Europeos, otras autoridades del programa, órganos gestores, beneficiarios, beneficiarios potenciales y ciudadanía.

Realización de campañas publicitarias que informen de los logros alcanzados por la Política Regional en España, en particular a través de Los programas aplicados en Andalucía.

A lo largo del periodo de ejecución de los Programas, la Dirección General de Fondos Europeos pondrá en marcha campañas publicitarias en los medios de comunicación que se considere en cada caso más oportuno (televisión, prensa y radio), con objeto de difundir a la ciudadanía los logros, avances y resultados de las acciones emprendidas.

## CAMPAÑA

En particular, a través de los distintos medios de comunicación se tratará de que la sociedad andaluza en general conozca el papel que los Fondos juegan en el desarrollo de la economía, en la mejora de su competitividad, crecimiento y empleo.

Realización de actividades dirigidas a colectivos específicos que permitan hacerles llegar su opinión acerca de la buena marcha de los programas operativos y de sus resultados.



De cara a mejorar la eficacia y eficiencia de las intervenciones, la Dirección General de Fondos Europeos, organizarán actividades dirigidas a colectivos específicos que sirvan no sólo para la difusión del programa, sino que también sirvan de cauce de expresión de los distintos colectivos de cara a mejorar el desarrollo de los programas operativos.

Participación en jornadas, seminarios, eventos, ferias, certámenes. (Se corresponde con la Medidas 2.11 y 3.2 de la EC del POEJ elaborada por la AG)

Se potenciará la presencia en jornadas, seminarios, eventos, ferias y certámenes donde se haga ver el papel relevante que la financiación europea desempeña en la puesta en marcha de las actuaciones recogidas en estos programas operativos.

#### SEMINARIO

##### Distribución de artículos de promoción e información.

La Dirección General de Fondos Europeos y/o cada órgano gestor o beneficiario garantizarán la difusión de material divulgativo como folletos, pequeños objetos promocionales y otros artículos en los actos, jornadas, cursos que se celebren.

##### Publicación de información sobre el papel de la Iniciativa de Empleo Juvenil y la Política Regional en Andalucía.

Se publicarán artículos en prensa escrita o prensa digital, que expongan el papel de la Política Regional, tanto en revistas especializadas de alta tirada dirigidas a distintos colectivos interesados en la economía y Política Regional.

Asimismo se continuará con la publicación de la revista Huella que en su formato digital y frecuencia de tirada trimestral acerca a multitud de destinatarios (órganos gestores, organismos públicos, autoridades del PDR de Andalucía y beneficiarios reales y potenciales).



En respuesta al requisito establecido en el Anexo XII.4 del Reglamento (UE) N° 1303/2013, la Dirección General de Fondos Europeos implementará actuaciones específicas para la elaboración de materiales accesibles a personas con discapacidad.

En concreto, se emplearán subtítulos en los audiovisuales que se elaboren y en todas las medidas que se basen en emisión de imágenes, asimismo se adaptarán los productos digitales a los distintos tamaños de pantalla, para que se pueda leer el contenido con independencia del dispositivo que se elija o que se necesite utilizar.

Asimismo, en el ámbito del portal web se empleará, cuando sea conveniente, programas de lectura de texto (TTS) que permitan convertir el texto digital a voz sintetizada a través del programa informático adecuado.

Por otra parte, el Programa Operativo tiene previsto desarrollar operaciones de innovación y cooperación, es decir:

- ★ Se promoverá el desarrollo de contenidos innovadores para la consecución de cada uno de los objetivos específicos. Para ello, se incidirá en el diseño de actuaciones innovadoras y se articularán los mecanismos para su seguimiento y difusión entre todos los organismos que participen en la ejecución de las actuaciones del Programa Operativo. Por ello, será necesario establecer una estrategia de innovación social que tenga en cuenta la perspectiva de género para el Programa Operativo.



- ★ Respecto de la cooperación transnacional está previsto que se ponga en marcha herramientas que faciliten el desarrollo transnacional, como una base de datos común europea, la Web centralizada de información transnacional o una plataforma europea creada y gestionada por la Comisión que facilite la coordinación de las convocatorias de proyectos transnacionales.
- ★ Además, dado el planteamiento de los objetivos específicos y actuaciones previstas en el Programa Operativo de Empleo Juvenil, como por ejemplo las acciones a favor de la movilidad transnacional de las personas jóvenes, se hace necesario la puesta en marcha de estructuras y actuaciones para el desarrollo de proyectos transnacionales. Por tanto, se instará a los distintos Organismos Intermedios, ya sea del tramo estatal como del regional del Programa Operativo, a que definan los ámbitos de la cooperación transnacional y la estructura de coordinación y gestión que sea apropiada para el desarrollo de proyectos transnacionales.

Según se articulen estas operaciones y cuando se conozca el modo de participar en las mismas, se procederá a la inclusión de medidas de comunicación específicas para éstas.

En conclusión, la ejecución de las medidas propuestas en esta Estrategia de Comunicación ha de potenciar el desarrollo del Programa Operativo, mediante la captación de beneficiarios, que puedan disfrutar de las operaciones que se han definido en la intervención, así como informar y difundir los proyectos desarrollados y los logros alcanzados con el Programa.

Medidas de los beneficiarios para Informar al público de la ayuda obtenida. (Se corresponde con la Medida 2.16 de la EC del POEJ elaborada por la AG)

Los beneficiarios deberán colocar placas explicativas y vallas en los enclaves de determinados proyectos de infraestructuras, que cumplan los requisitos en esta materia, según el artículo 2.2.4 del Reglamento (UE) nº 1303/2013.

En estas placas y/o carteles se deberá hacer constar además de la referencia al FSE, el logo de la Unión Europea, según las especificaciones que se señalen por parte de la Comisión, el lema “El FSE invierte en tu futuro” y el objetivo principal de la operación. Para proyectos de adquisición de bienes o equipos se recomienda la colocación de las placas explicativas permanentes para actuaciones de más de 50.000€.

Durante la realización de la operación, el beneficiario debe asumir la responsabilidad de informar al conjunto de la ciudadanía de la recepción de la cofinanciación, para lo cual recurrirá a las siguientes vías:



- ★ Cuando se trate de beneficiarios privados, la incorporación en la página web o sitio de Internet, si lo tuviera, de una breve descripción de la operación con sus objetivos y resultados, y destacando el apoyo financiero de la Unión.
- ★ Por su parte, todos los beneficiarios públicos deberán disponer en su página web de un apartado específico relativo al POEJ, al que se enlazará desde el portal web. Dicho espacio deberá contener, como mínimo, todas las convocatorias cofinanciadas con dicho Fondo y la información relevante en torno a las mismas.
- ★ Asimismo se deberá colocar a menos un cartel con información sobre el proyecto (de un tamaño mínimo A3), en el que mencionará la ayuda financiera de la Unión, en un lugar bien visible para el público, como por ejemplo la entrada de su edificio. Esta medida de comunicación es la recomendada para proyectos consistentes en la adquisición de bienes o equipos con presupuesto inferior a 50.000€.

Sólo en aquellos casos de beneficiarios privados como es el caso de micropymes y sólo cuando sea manifiesta la imposibilidad de cumplimiento estricto de lo indicado anteriormente por parte de algunas de ellas, se actuará de acuerdo al epígrafe 3.4 de esta estrategia.

#### **MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN DIRIGIDAS A AGENTES DIFUSORES**

La Dirección General de Fondos Europeos y los órganos gestores o beneficiarios que participan en este programa operativo elaborarán todas las notas de prensa y comunicados oficiales que sean necesarios para dar a conocer la aprobación de los programas operativos de Andalucía y su desarrollo, así como la puesta en marcha y los logros obtenidos por las operaciones cofinanciadas por los Fondos a través de este programa.

Cuando se produzcan hechos relevantes en la evolución del programa se distribuirán a los medios de comunicación notas, dossiers o comunicados de prensa, de manera que tenga una presencia en los medios y la ciudadanía se familiarice con el mismo.

Con objeto de hacer llegar a la ciudadanía ejemplos de buenas prácticas se potenciará la realización de actividades en y con los medios regionales. Estas actividades tienen un papel fundamental ya que pueden impulsar a que beneficiarios potenciales se acojan a una ayuda europea, se divulguen los proyectos o actuaciones subvencionables o se promueva la generación de sinergias entre colectivos.



### 3.4. ACTUACIONES A DESARROLLAR POR PARTE DE LOS BENEFICIARIOS Y FÓRMULAS PREVISTAS PARA AYUDAR A LOS MISMOS EN SUS ACTUACIONES DE COMUNICACIÓN.

El compromiso de los beneficiarios públicos que han participado en los dos Programas Operativos antecesores en el anterior período de programación ha sido muy elevado, tal y como se desprende no sólo de los indicadores de comunicación puestos en marcha entre los años 2007 y 2013, sino también en las conclusiones de las dos evaluaciones llevadas a cabo en dicho período. Sin embargo, como ya se ha dicho, el papel de los beneficiarios privados en el ámbito de la comunicación ha sido inferior. Por ello, en este período 2014-2020, más allá de seguir avanzando en las actuaciones de los beneficiarios Públicos se va a incidir de una manera especial en las actuaciones que deben llevar a cabo los beneficiarios privados.

En todo caso, y dado que el amplio abanico de medidas previstas en las prioridades de inversión de estos programas supone una gran cantidad de beneficiarios potenciales, habrá que tener en consideración la naturaleza de cada uno de ellos, así, en el caso de micropymes, de un tamaño muy pequeño, en algunos casos de entre 1 y 5 trabajadores, y vista la dificultad de las mismas para poder cumplir exactamente con los requisitos que aparecen reflejados en el artículo 2.2, apartado 2 del Anexo XII del Reglamento 1303/2013, se ha previsto en esta Estrategia alguna alternativa para aquellas que no puedan cumplir en sus términos estrictos con dicho articulado.







En este sentido, se prevé la posibilidad de que el Organismo Público que realice la convocatoria de la línea de ayudas objeto de cofinanciación por este Programa, se haga cargo de la obligación de difusión y transparencia de las ayudas por parte del beneficiario

Las actuaciones a desarrollar por los beneficiarios serán aquellas vinculadas con las responsabilidades que asumen al adquirir tal condición:

- ★ En todas las medidas de información y comunicación que lleve a cabo y que su tamaño lo permita, el beneficiario deberá reconocer el apoyo del Fondo Social Europeo a la operación mostrando:
  - El emblema de la Unión, de conformidad a las características establecidas en el Reglamento de Ejecución (UE) nº 821/2014 de la Comisión de 28 de julio.
  - Una referencia al Fondo Social Europeo.
  - Lema relacionado con el Fondo: “El FSE invierte en tu futuro”.
  - Objetivo Temático en el que se enmarca, es decir, OT8: Conseguir formación y empleo de calidad.
  
- ★ Además, habrá que nombrar también la Iniciativa de Empleo Juvenil (YEI) en aquellas actuaciones que estén financiadas por las mismas.
  
- ★ Durante la realización de una operación, el beneficiario informará al público del apoyo obtenido del Fondo Social Europeo:
  - Beneficiarios públicos:
    - Haciendo una breve descripción en un sitio de internet, en caso de que se disponga de uno, de la operación, de manera proporcionada al nivel de apoyo prestado, con sus objetivos y resultados, y destacando el apoyo financiero de la Unión Europea y del FSE.
    - Colocando, para las operaciones que no sean obras de infraestructuras, al menos un cartel con información sobre el proyecto (de tamaño mínimo A3), en el que se mencionará la ayuda de la Unión Europea, en lugar visible para el público, por ejemplo, la entrada del edificio.
  - Beneficiarios privados:
    - Cuando se trate de beneficiarios privados, siempre que éste no pueda cumplir de forma estricta las obligaciones recogidas, el Organismo



Intermedio y/o Autoridad de Gestión buscará algunas vías para garantizar que el público conozca que el beneficiario ha recibido la ayuda del FSE, bien a través de la puesta en marcha por parte del mismo de alguna otra medida alternativa de información y comunicación recogida en esta Estrategia de Comunicación, o bien con la ayuda del propio Organismo Intermedio y/o Autoridad de Gestión en la difusión de esa ayuda particular del beneficiario privado hacia el público en general. Por ejemplo:

- La aceptación de esta ayuda supone su permiso a que el Organismo que la concede publique en su página web su conformidad con el texto que se adjunta:

*“Soy conocedor de que esta actuación está cofinanciada con fondos europeos y me comprometo a indicarlo así siempre que deba hacer referencia a la misma, frente a terceros o a la propia ciudadanía. Por la importancia que considero tienen este tipo de ayudas para nuestra organización, es por ello que valoro muy positivamente la contribución del FSE, principal fondo de la política de cohesión europea, por lo que supone de impulso a nuestro trabajo y en consecuencia al crecimiento económico, la creación de empleo, la inclusión social de los colectivos de esta región y de España en su conjunto”*

Además, el beneficiario deberá conservar constancia gráfica del cumplimiento de los requisitos establecidos en la reglamentación en materia de información y comunicación. Es decir:

- ★ Cumplimentar y conservar toda la información y documentación vinculada con las obligaciones establecidas en el marco de la información y comunicación o su puesta a disposición de la Autoridad de Gestión y/o Organismos Intermedios, para las verificaciones previas necesarias para los controles de gastos y para los ejercicios de evaluación de la Estrategia de Comunicación.
- ★ Disponer de toda la información y documentación gráfica que facilite el seguimiento, control y evaluación de las medidas de información y comunicación.

Para facilitar el cumplimiento de dichos requisitos se crearán los instrumentos necesarios por parte de la Autoridad de Gestión y/o Organismos Intermedios en respuesta a lo establecido en el Reglamento (UE) nº 1303/2013. Destacándose que la Autoridad de Gestión facilitará la



información y documentación necesaria, que se descargará del portal único, mediante la cual los beneficiarios, si lo estiman oportuno, podrán elaborar sus elementos de comunicación tales como placas o carteles, folletos, diplomas, la información para poner en los documentos, etc., acordes con las exigencias reglamentarias.



### 3.5. HERRAMIENTAS A UTILIZAR.

Esta estrategia de comunicación contempla diferentes medios para acercar la información a los destinatarios y para acercar el papel que los recursos europeos desempeñan en el desarrollo regional y en la mejora de la calidad de vida de la ciudadanía.

Por ello conviene resaltar los distintos cauces de información y publicidad recogidos en esta estrategia de comunicación. Éstos se han diseñado teniendo en cuenta no sólo los objetivos estratégicos sino también los distintos destinatarios a los que se dirigen las diferentes medidas de comunicación. Se trata de que dichos canales de información resulten lo más adecuados posibles, eligiéndolos en función del mensaje que se desea transmitir y del colectivo al que se dirija este mensaje.



En esta estrategia se han combinado, por ello:

- ★ Nuevas tecnologías de la información (TIC): Portales Web, herramientas y software, etc
- ★ Campañas publicitarias en distintos medios de comunicación, principalmente regionales.



- ★ Documentos y publicaciones: documentos de programación, la normativa comunitaria, nacional y regional, manuales de procedimiento, documentos de evaluación, la propia estrategia de comunicación etc.
- ★ Actos públicos, cursos, seminarios, conferencias, ...
- ★ Material promocional: carpetas, trípticos, material de oficina, pen-drives...
- ★ Instrumentos de información “in situ”: placas, vallas, etc.

En resumen se puede decir que los instrumentos recogidos en esta Estrategia responden a dos distintas tipologías.

- ★ Por una parte, aquellos relacionados con la publicidad y promoción de proyectos concretos, a través de la colocación de señales publicitarias, expositores, o anuncios y suplementos en los medios de comunicación. Así como las referencias explícitas a la participación comunitaria en las convocatorias de ayudas, documentos de contratación, etc.
- ★ Por otra parte, aquellos generales, a través de las distintas páginas web, aplicaciones informáticas lo manuales interactivos, la edición de videos, folletos, publicaciones, la organización de jornadas y seminarios, la elaboración de documentos y otros materiales divulgativos para distribuir en actos, conferencias, seminarios etc.

Asimismo, todos los mensajes deben contener las características técnicas previstas en el Anexo II del Reglamento de Ejecución (CE) nº 821/2014.

Junto a estas herramientas, la Junta de Andalucía apuesta desde hace cuatro años por la creación de una imagen de identidad propia, puesto que su difusión denota coordinación, continuidad, homogeneidad y, además, correlaciona todas las acciones que se aborden. De esta forma se contrarresta la diversidad potencial de mensajes procedentes de distintos organismos, además de lograr una mayor transparencia.



## 4. ORGANISMOS RESPONSABLES EN MATERIA DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD.

### Autoridad de Gestión

Las Autoridades de Gestión de los Programas tienen una serie de obligaciones y responsabilidades en materia de información y comunicación, tal y como se indica en el Reglamento (UE) nº 1303/2013, Arts. 115 a 117 y Anexo XII, apartado 2.

A tal efecto, y en cumplimiento de lo dispuesto en el Art. 117, apartado 3, del citado Reglamento, las Autoridades de Gestión designarán a una persona encargada de la información y la comunicación a nivel de programa operativo y notificará a la Comisión las personas designadas.

*Autoridad de Gestión del FSE: Unidad  
Administradora del Fondo Social Europeo, Ministerio  
de Empleo y Seguridad Social.*

### Organismo Intermedio

La Dirección General de Fondos Europeos actuará por delegación de las Autoridades de Gestión de los programas aplicará las mismas obligaciones que se recogen para éstas en el Reglamento citado.

*Organismo Intermedio: Junta de Andalucía. .D.G. de  
Fondos Europeos*

### Beneficiarios

Las entidades beneficiarias de proyectos tienen un papel central en la estrategia de comunicación, en la medida que son a la vez destinatarios/as y responsables de llevar a cabo medidas de información y comunicación para incrementar la visibilidad de los Programas y de la acción de la UE, en conformidad con lo dispuesto en el Reglamento.

Para sensibilizar y concienciar a las entidades beneficiarias de sus responsabilidades en esta materia, se les recomienda designar una persona Responsable de Comunicación, que será la



encargada de llevar a cabo las acciones de IC del proyecto, centralizar toda la información en esta materia, y actuar como interlocutor dentro de la Red RETINA.

#### 4.1. CREACIÓN DE REDES E INTERCAMBIO DE BUENAS PRÁCTICAS.

Dada la utilidad, ya destacada anteriormente, de las redes de información y publicidad constituidas en el periodo de programación 2007-2013 a nivel nacional, GERIP, y a la existente a nivel europeo, INFORM, en este período de programación se continuará potenciando la participación en las mismas de los responsables de comunicación.

Como ya se ha indicado, la red de comunicación GERIP reúne a las personas designadas responsables en materia de información y publicidad en España con relación a los Fondos de la Política de Cohesión. En ella se toman de forma consensuada todas las decisiones en materia de comunicación y constituye el espacio para garantizar el intercambio de experiencias en esta materia en la línea de generar los mejores mecanismos de cara a la información a la ciudadanía y a todos los implicados en el proceso de aplicación de los Fondos en España para garantizar la máxima transparencia y el mejor conocimiento del papel de los Fondos Europeos y de la propia Unión Europea de cara al público en general.

Su objetivo fundamental es el establecimiento de la Estrategia de Comunicación conjunta para todos los Fondos y para todo el Reino de España, la coordinación de sus participantes a la hora de aplicar esta Estrategia, así como el intercambio de ideas y la creación de un foro de discusión y una plataforma para la toma de decisiones y orientaciones consensuadas en beneficio de las funciones que los representantes de comunicación de las distintas estrategias tienen que desarrollar. Asimismo, establece un puente informativo entre los participantes de la red española y las redes europeas de la Comisión, INIO e INFORM.

En concreto, en esta red participan, bajo la presidencia de las personas responsables de comunicación de las Autoridades de Gestión del POEJ, los responsables de comunicación para cada una de las Estrategias de Comunicación regionales. La existencia de esta red, ha supuesto, ya en el anterior período de programación, una mayor toma de conciencia de la importancia de la comunicación por parte de todos los implicados en la aplicación de los Fondos Estructurales en España.

Adicionalmente, en este período de programación se va a potenciar que todos los responsables de comunicación en sus distintos ámbitos en estos Programas Operativos-Autoridades de Gestión y Organismos Intermedios-, participen de una manera más activa en estas redes, a fin de garantizar el intercambio de información sobre los resultados de la aplicación de las estrategias de comunicación, el intercambio de experiencia en la aplicación



de las medidas de información y comunicación y el intercambio de buenas prácticas, en los términos recogidos en el artículo 117 del Reglamento (UE) N° 1303/2013.

En esta misma línea se encuentra la Red RETINA impulsada por la Dirección General de Fondos Europeos constituida como un grupo de la Junta de Andalucía de Responsables técnicos en materia de información y publicidad, integrado por las personas responsables en esta materia representantes de los órganos gestores del FSE y el FEDER. Este grupo incidirá no sólo en la organización y puesta en marcha de la Estrategia de Comunicación, además de en todas las actividades de seguimiento y evaluación de las actividades de comunicación. La constitución de este grupo de responsables en materia de comunicación fue el primer paso dado por la Dirección General de Fondos Europeos en la línea de especial sensibilización de las mismas en el establecimiento de redes comunitarias que permitan garantizar el intercambio de buenas prácticas y el intercambio de experiencias en materia de información y comunicación. Asimismo, se realizará un esfuerzo por intentar participar de las convocatorias anuales, que a través de la iniciativa Regio Star, permitan una mayor difusión de aquellos casos de buenas prácticas desarrolladas a través de los Programas Operativos del FEDER y del FSE de la Junta de Andalucía 2014-2020.



Además, la Autoridad de Gestión impulsará la creación de una red de Comunicación con responsables de comunicación de los Organismos Intermedios de la Administración General del Estado (AGECO)

con el objetivo de potenciar su participación y colaboración, así como, establecer metodologías de trabajo e intercambio de experiencias.

Por último, la red INIO fue creada a instancias de la Dirección General de Empleo e Igualdad de Oportunidades de la Comisión Europea. Organiza, a través de su Unidad de Comunicación, reuniones puntuales para debatir e intercambiar las experiencias que en materia de información y publicidad van desarrollándose entre cada uno de los miembros participantes. Además, la Comisión Europea se sirve de esta red para proponer y valorar iniciativas en este campo.

A esta red acude un representante de la Autoridad de Gestión del FSE de cada Estado miembro. Desde España, entre otras cuestiones, se aprovecha este foro para presentar Casos de Buenas Prácticas de Comunicación bajo los siguientes criterios:

1. Uso de elementos innovadores en la presentación, organización y/o desarrollo en los objetivos, enfoque, metodología y colectivos a los que va dirigida.





2. Adecuación de los contenidos a los objetivos perseguidos.
3. Incorporación de criterios de igualdad de género, igualdad de oportunidades y no discriminación.
4. Alto grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción de comunicación, distinguiendo entre mujeres y hombres, siempre que sea posible.
5. Adecuación con el objetivo general de difusión del Fondo Social Europeo.
6. Alto grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción de comunicación.
7. Evidencia de un alto grado de calidad.
8. Uso de tecnologías de la información y las redes sociales.

Además, en su caso, se participará en las siguientes redes:

★ Red de I+D+i: La Red de Políticas Públicas de I+D+i se constituyó en noviembre de 2010, en el Marco Estratégico Nacional de Referencia de España 2007-2013, como uno de los principales mecanismos de coordinación multinivel de las actuaciones públicas de I+D+i. La Red se ha configurado como un instrumento esencial para generar sinergias entre las actuaciones públicas de I+D+i regionales y nacionales, la Política Regional Europea y la Estrategia "Europa 2020".

★ Red de lucha contra el abandono temprano de la educación y la formación. La Red se constituyó en el año 2008, con el fin de conseguir de manera conjunta entre sus participantes un marco de intercambio de experiencias, buenas prácticas y orientaciones en materia de abandono escolar temprano. En este sentido, a lo largo del período 2007-2013, la Red ha tratado de detectar experiencias exitosas en la materia, analizar y profundizar en los aspectos laborales que conlleva el abandono escolar, elaborar propuestas para responsables políticos y fomentar la Formación Profesional en España. Asimismo se ha fomentado a través de la misma



la colaboración con autoridades educativas a nivel nacional y regional para prevenir el abandono (por ejemplo, orientadores para formación ocupacional, reconocimiento de la experiencia profesional adquirida para convalidar créditos en formación profesional...).



- ★ Red de Inclusión Social, donde se pretende favorecer la cooperación entre Administraciones creando redes y foros de intercambio con el fin de mejorar la



inclusión social, para promover vías de cooperación entre las administraciones públicas y las entidades de acción social, en materia de inclusión social (especialmente la inclusión activa, eje central de la inserción en el mercado laboral); el intercambio de buenas prácticas, y el análisis del impacto de las aportaciones del FSE en la mejora de la inclusión social.

- ★ Red de Políticas de Igualdad entre mujeres y hombres en los Fondos Comunitarios entre cuyas funciones se encuentra la de apoyar y asesorar a sus miembros para conseguir la integración de la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres en todas las fases de ejecución de los Fondos, entre las que se encuentra la comunicación. Por ello, la Red, junto a sus miembros, ha de velar por que no se incluyan mensajes discriminatorios, sexistas o contrarios a los principios, valores y derechos constitucionales.



Se presentará especial atención a la erradicación de conductas favorecedoras de situaciones de desigualdad para las mujeres en todos los medios de comunicación social. Se tendrá muy presente siempre el principio de igualdad de género en la organización de actos informativos, en los procedimientos, herramientas y metodologías utilizados o creados ad hoc, así como en las actividades formativas y seminarios.



## 5. PRESUPUESTO INDICATIVO.

La Asistencia Técnica de los Programas enmarca financieramente las acciones de información de carácter general que se encuentran identificadas en esta estrategia de comunicación. La prioridad de Asistencia Técnica contribuirá a la generación de una serie de actividades y herramientas fundamentales para el logro del objetivo específico que persigue, en este caso de Comunicación, difusión y capitalización.



En el caso de la presente Estrategia de Comunicación se prevé que la suma de todas las acciones a desarrollar ascenderá a la cantidad de 1.000.000 €.

El Presupuesto indicativo que se presenta se adecua totalmente a los objetivos y los medios propuestos en la Estrategia, así como a los

resultados esperados de la puesta en práctica de la misma. Asimismo, a la hora de elaborar el presupuesto de las acciones de información y comunicación, existe una coherencia global entre el presupuesto total del mismo y la dotación de asistencia técnica asociada a la participación de la Junta de Andalucía en el POEJ, puesto que ésta se ha previsto incluyendo el montante destinado a la comunicación junto a otras actuaciones ligadas con la evaluación e incluso con el propio seguimiento del Programa y, en su caso, con gastos de las propias Administraciones y/o con otros gastos en otros ejes.

Este presupuesto es indicativo y está sujeto a las revisiones anuales que constan del plan de acción a presentar cada año al Comité de Seguimiento, conforme a las necesidades de la programación.



## 6. SISTEMA DE SEGUIMIENTO DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN.

El sistema de seguimiento de las medidas de la estrategia de comunicación estará orientado a cumplir con lo establecido al respecto en los Arts. 110, 111 y 116 del Reglamento (UE) nº 1303/2013, por lo que su principal objetivo será garantizar que se dispone en todo momento de la información necesaria para atender los requerimientos de la normativa comunitaria.



En este sentido, el citado Reglamento estipula la obligatoriedad de reportar al Comité de Seguimiento por lo menos una vez al año acerca de los avances en la aplicación de la estrategia de comunicación, en las reuniones de dicho Comité y en los Informes Anuales y final de ejecución.

*(...) la autoridad de gestión informará al comité o a los comités de seguimiento responsables por lo menos una vez al año acerca de los avances en la aplicación de la estrategia de comunicación como se contempla en el artículo 110, apartado 1, letra c), y del análisis que haga de los resultados, así como de las actividades de información y de comunicación que se prevea efectuar el siguiente año. El comité de seguimiento emitirá, si lo considera conveniente, un dictamen sobre las actividades previstas para el siguiente año. (Art. 116, apartado 3)*

En este sentido el citado Reglamento estipula la obligatoriedad de aportar información periódica sobre la aplicación de la Estrategia de Comunicación.

### Comunicación de Información a los Comités de Seguimiento

Las Autoridades de Gestión en coordinación con el Organismo Intermedio, transmitirán a los Comités de Seguimiento para su aprobación, a más tardar seis meses después de la adopción de los Programas su Estrategia de Comunicación.

Asimismo, al menos una vez al año, informará al Comité de Seguimiento acerca de los avances en la aplicación de la Estrategia, las actuaciones que ella haya llevado a cabo en virtud de sus obligaciones reglamentarias, así como de las Buenas Prácticas de actuaciones cofinanciadas llevadas a cabo en ese año en el ámbito de los Programas. Asimismo, si fuese necesario, se presentará el contenido de cualquier posible modificación de esta Estrategia.



Adicionalmente, respecto a las actividades de comunicación que se tenga previsto llevar a cabo en el año siguiente, éstas serán siempre aquellas que estén ligadas con el avance en la aplicación de los Fondos de los Programas y la presentación de las buenas prácticas, así como las obligadas para la Autoridad de Gestión.

En el año 2022, que serán el año en el que se celebre el Comité de Seguimiento referido a 2021 se presentarán los resultados de la evaluación de la Estrategia que se va a elaborar en el año 2021.

### **Inclusión de información en los Informes Anuales y final de Ejecución de los Programas Operativos**

Dichos informes contendrán un capítulo dedicado a presentar los avances en la aplicación de la Estrategia de Comunicación, ofreciendo información cualitativa y cuantitativa sobre:

- ★ Los avances en la aplicación de la Estrategia, medidas en su vertiente cuantitativa por el grado de ejecución física y financiera de las medidas de la Estrategia (indicadores de comunicación).
- ★ Las actuaciones llevadas a cabo por las Autoridades de Gestión, como aquellas obligadas por la reglamentación europea. Como ejemplo, las relativas a la publicación de la lista de operaciones, el acto Anual de Comunicación, el portal web único,....
- ★ La presentación de las Buenas Prácticas de actuaciones cofinanciadas llevadas a cabo durante el año.
- ★ Las posibles modificaciones de la Estrategia. Los Informes Anuales de Ejecución correspondientes a las anualidades 2018 y 2021 (que se presentarán, como se ha referido anteriormente en los Comités de Seguimiento de 2019 y 2022) recogerán un análisis de la Evaluación que se hayan llevado a cabo en esas fechas por los equipos de evaluación externos contratados al efecto.

Por otra parte, todas las acciones de información y comunicación que se lleven a cabo están sometidas a un mecanismo de seguimiento basado en indicadores, cuya metodología se basa en la ya empleada en el período 2007-2013.

Por tanto, la ejecución de cualquier acción de comunicación deberá adecuarse a los indicadores establecidos en los Programas FEDER y FSE de Andalucía 2007-2013, que adopta los mismos definidos por la Red de Comunicación GERIP (Grupo Español de Responsables en materia de Información y Publicidad).



Tales indicadores tienen que ser recopilados para su posterior volcado, por parte de las entidades beneficiarias y de los Organismos de Gestión, en la aplicación informática INFOCO 2014.

Se presentan a continuación indicadores específicos de comunicación establecidos en el Programa para el periodo 2014-2020.

### **INDICADORES REALIZACIÓN**

- ★ N° de actos de difusión en los medios de comunicación (notas, dossiers, campañas, artículos)
- ★ Publicaciones realizadas (folletos, dípticos, trípticos, newsletters, catálogos, guías, videos y DVD, estudios o manuales)
- ★ N° de páginas web, intranet y bases de datos creadas
- ★ N° de eventos realizados: seminarios/foros/jornadas/ferias/exposiciones/ruedas de prensa
- ★ N° de soportes publicitarios producidos (cartelería, material promocional, merchandising, entre otros)
- ★ N° de redes (grupos de trabajo) de información y publicidad establecidas

### **INDICADORES RESULTADO**

- ★ N° de participantes en los eventos de promoción y difusión
- ★ N° de noticias publicadas (prensa, TV, radio, entre otros)
- ★ N° de publicaciones distribuidas
- ★ Promedio de visitas a la página web
- ★ N° de soportes publicitarios distribuidos
- ★ N° de estudios publicados
- ★ Número de participantes en la red de información y publicidad



## 7. EVALUACIÓN (en colaboración con la AG del POEJ, en su EC) DE LA ESTRATEGIA.

Se realizará en el marco del Plan de Evaluación que establece, según el Reglamento UE nº 1303/2013 (Arts. 50º, 52º y 56º), un primer ejercicio en 2018 y otro en 2021, una evaluación de la estrategia de comunicación implementada para el 2014-2020. Los resultados de estas evaluaciones se recogerán y presentarán en un informe en el que deben constar, al menos, el grado de visibilidad y concienciación del Programa Operativo y el papel desempeñado por la UE.

Las evaluaciones de la estrategia de comunicación tendrán por objeto valorar el grado de consecución de los objetivos estratégicos de la misma, esto es, medir la eficacia de las medidas de comunicación emprendidas. Dichas evaluaciones serán realizadas por expertos externos funcionalmente independientes de las autoridades responsables de la ejecución de las operaciones cofinanciadas y las actuaciones de información y comunicación.

Desde un punto de vista metodológico, los procesos se adecuarán a los métodos y procedimientos que, a tales efectos, se establezcan en la guía metodológica elaborada al efecto. Dicha Guía será el resultado de la revisión y actualización de la “Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de los Planes de



Comunicación de los Programas Operativos FEDER, Fondo de Cohesión y FSE 2007-2013”. Esta actualización será presentada por la Autoridad de Gestión y se llevará a consensuar a la red GERIP, con lo cual contará con el visto bueno de todos los Responsables de Comunicación.

La evaluación es un proceso de valoración de las intervenciones según sus resultados, sus repercusiones y las necesidades que pretenden satisfacer. La evaluación tiene en cuenta la eficacia (en qué medida se logran los objetivos), la eficiencia (la mejor relación entre los recursos empleados y los resultados obtenidos) y la pertinencia de una intervención (en qué medida los objetivos de una intervención guardan relación con las necesidades, problemas y cuestiones).



Por consiguiente, la evaluación de la Estrategia de Comunicación del Programa Operativo de Empleo Juvenil debe proporcionar información sobre la ejecución y el impacto de la misma. Los objetivos son, por una parte, aumentar la responsabilidad y la transparencia, en relación con las autoridades presupuestarias y el público y, por otra parte, mejorar la ejecución de las medidas, contribuyendo a mejorar la planificación y la toma de decisiones relativas a las necesidades, los mecanismos de entrega y la asignación de los recursos sobre la base de un conocimiento real.

Así pues, la evaluación de la Estrategia de Comunicación del Programa Operativo de Empleo Juvenil debe proporcionar información sobre la ejecución y el impacto de la misma. Los objetivos son:

- ★ Objetivo general:
- ★ Impacto de la Estrategia de Comunicación del POEJ. Objetivos específicos:
- ★ Transparencia.
- ★ Concienciación.
- ★ Coordinación.

En este contexto, está previsto realizar dos ejercicios de evaluación a lo largo del período de programación 2014- 2020, una evaluación intermedia en 2018 y una evaluación final en 2021. Estas evaluaciones permitirán comprobar si la aplicación de la Estrategia de Comunicación ha logrado incrementar la visibilidad del Fondo Social Europeo, del Programa Operativo de Empleo Juvenil y del papel desempeñado por la Unión Europea.

Las evaluaciones se realizarán conforme a la metodología establecida en el marco de trabajo del GERIP, teniendo también en cuenta las Buenas Prácticas intercambiadas en el marco de la Red INIO.

La metodología de evaluación se sustentará en los indicadores de evaluación e impacto ya definidos para el período de programación anterior, siendo sus valores objetivo los siguientes:





Indicador	Valor de partida 2013	Valor objetivo 2020
Grado de conocimiento de las obligaciones existentes en la programación, gestión, seguimiento, control, evaluación e información y publicidad, medido en porcentaje.	93%	95%
Tasa de satisfacción, que indique la valoración de los Beneficiarios / Organismos Intermedios y/o Gestores o Participes respecto a la información facilitada, medido en porcentaje.	62%	73%
Tasa de utilidad de las actuaciones, medido en porcentaje.	62,75%	71%
Grado de conocimiento del FSE por parte de la ciudadanía, medido en porcentaje.	50%	55%
Grado de conocimiento del papel desempeñado por la Unión Europea por parte de la ciudadanía, medido en porcentaje.	55%	60%

Los métodos de investigación definidos son:

- ★ Análisis documental. El análisis documental permitirá llevar a cabo el examen del marco de referencia relativo a las actuaciones en materia de información y comunicación. Por ello, integrará la revisión de aquellos documentos relevantes o claves en la materia. Los documentos servirán de marco de referencia, destacándose entre otros, los siguientes:
  - Reglamentos.
  - Estrategia de Comunicación.
  - Documentación emitida por la red de comunicación INIO. V Documentación emitida por la red GERIP.
  - Información de seguimiento: Informes de Ejecución Anuales, Actas de los Comités de Seguimiento.
  - Manuales de Procedimientos y/o específicos en materia de información y comunicación.
  - Otros.
- ★ Entrevistas. El equipo evaluador independiente encargado de la evaluación deberá llevar a cabo entrevistas.

Atendiendo a criterios de equilibrio en cuanto a representatividad y calidad, se entrevistará a la Autoridad de Gestión, a los Organismos Intermedios y a Beneficiarios con la finalidad de obtener información cuantitativa y cualitativa ligada no sólo con las propias medidas de comunicación llevadas a cabo, sino también a la repercusión de la información en la mejora



de la propia gestión del FSE, en ahondar en la consideración del principio de igualdad de oportunidades y/o en las actuaciones de verificación y control, etc.

- ★ Encuestación a la ciudadanía para conocer si el público en general sabe el importante papel que juega la Unión Europea en la mejora de su calidad de vida
- ★ Grupos de discusión. Los grupos de discusión tienen por finalidad obtener resultados concretos en cuanto a las causas de necesidades o problemas y sus posibles soluciones y, si procede, la propuesta de modificación de la Estrategia de Comunicación

El grado de visibilidad y concienciación de los Programas en los beneficiarios y gestores de los Programas será evaluado a través de las siguientes acciones:

- ★ Grado de conocimiento de las obligaciones existentes en la programación, gestión, seguimiento, control, evaluación e información y publicidad; unidad de medida: porcentaje (%).
- ★ Tasa de satisfacción, que indique la valoración de los beneficiarios/Organismos Intermedios y/o gestores o partícipes respecto a la información facilitada; unidad de medida: porcentaje (%).
- ★ Tasa de utilidad de las actuaciones; unidad de medida: porcentaje (%).

Asimismo en los que miden el efecto de la visibilidad de los Fondos Estructurales y de la propia Unión Europea en la ciudadanía española.

- ★ Grado de conocimiento de los Fondos de la Política de Cohesión (FEDER y FSE).
- ★ Grado de conocimiento del papel desempeñado por la Unión Europea. Adicionalmente se recogerá en los informes un análisis de las buenas prácticas presentadas hasta el momento, así como de su representatividad sobre el total de la ayuda percibida en el marco de los Programas Operativos.

Los resultados de estas evaluaciones se presentarán en los siguientes informes relativos a cada Programa Operativo:

- ★ Informes de Evaluación del Programa Operativo, cuando estos existan, incluirán como Anexo, el último informe de Evaluación de la Estrategia Comunicación.



- ★ Informes de Ejecución Anual de los Programas, como ya se ha dicho, los correspondientes al año 2021 en los que se va a evaluar la estrategia, contendrán un Anexo con la Evaluación correspondiente.

Además, no obstante, esto no quita que anualmente se hará una evaluación continua, a través de la cumplimentación (a lo largo de la anualidad) de los indicadores, análisis de ejecución de los mismos y logros alcanzados y puestos de manifiesto mediante la redacción e inclusión en el Informe Anual de Ejecución de Casos de Buenas Prácticas.



## ANEXOS

### ANEXO DE INDICADORES

En el marco de una programación donde las actuaciones deben estar “orientadas a resultados”, la importancia de los indicadores resulta vital, ya que permiten conocer el alcance de los resultados obtenidos y comunicar y visibilizar las actuaciones cofinanciadas con el Fondo Social Europeo.

En esta línea, los indicadores que se proponen para el seguimiento y evaluación de la Estrategia de Comunicación del Programa Operativo de Empleo Juvenil 2014-2020 han de medir los siguientes tipos de actividades:

Los indicadores de seguimiento, elaborados en el seno del GERIP en el período de programación anterior, atendiendo a las actividades de información y publicidad incluidas en las diferentes estrategias, constituyen un referente fundamental del seguimiento de la Estrategia de Comunicación de este y de todos los Programas Operativos en el período 2014-2020.

Tales indicadores, que se dividen en indicadores de realización y de resultado, como hemos visto en el capítulo dedicado al seguimiento de esta Estrategia y se volcarán en la aplicación INFOCO2014 de la forma más continuada posible, a poder ser cuando se realicen las actuaciones de comunicación. En todo caso, el volcado se hará de forma obligada en dos momentos del tiempo, en el mes de marzo, o un mes antes de las fechas previstas para el primero de los Comités de Seguimiento del año, y en el mes de octubre de cada año.

#### **Nota metodológica sobre los indicadores de seguimiento y evaluación**

Actividades y actos públicos. Se recogen el número de actos de lanzamiento del/los Programas Operativos para los que se elabora la Estrategia de Comunicación, los actos informativos importantes anuales, actos en torno del Día de Europa y cualquier otro evento contemplado para desarrollar las medidas del Plan o transmitir información acerca de la Política Regional Comunitaria en España.

Los indicadores a cumplimentar relativo a este grupo de acciones son dos, uno de realización y uno de resultados:

- ★ (Nº) eventos realizados.
- ★ (Nº) asistentes a dichos eventos.



Difusión en medios de comunicación. En este epígrafe se recogen distintos tipos de acciones de difusión realizadas en los medios (spots en TV, anuncios en prensa, cuñas en radio, noticias y “banner” en Internet, notas de prensa en teletipos...) utilizados de forma individual o formando parte de una campaña publicitaria con motivo de dar a conocer los Programas Operativos o alguna de sus actuaciones concretas, o la Política Regional europea, entre la ciudadanía.

En este grupo de acciones hay que cumplimentar un único indicador de realización:

- ★ (Nº) actos difusión.

Publicaciones realizadas. Se recogen cualquier tipo de publicaciones editadas (en soporte papel o electrónico: libros, folletos, revistas, CD, DVD, videos...) dirigidos a la ciudadanía con la finalidad de dar a conocer los Programas Operativos o alguna de sus actuaciones concretas, así como aquellas relacionadas con la Política Regional Europea.

Los indicadores a cumplimentar relativo a este grupo de acciones son tres, uno de realización y dos de resultados:

- ★ (Nº) publicaciones externas.
- ★ (%) publicaciones distribuidas/editadas.
- ★ (nº) puntos de distribución.

Información a través de páginas web. Contabiliza las principales Web utilizadas para la transmisión de información sobre los Programa Operativos o algunas actuaciones en concreto, así como la relacionada con la Política Regional europea. Se contabilizan no sólo la de la Autoridad de Gestión si no las de los Organismos Intermedios y/o beneficiarios Públicos que participan en la aplicación de los Fondos de los Programas Operativos.

Los indicadores a cumplimentar relativo a este grupo de acciones son dos, uno de realización y uno de resultados:

- ★ (Nº) páginas web.
- ★ (Nº) visitas.

Estos indicadores se cumplimentarán para cada una de las anualidades del período de programación, fechándose la actuación el 31 de diciembre del año en curso.

Información a través de cualquier tipo de cartelería. Se recogen los distintos soportes (pósteres, carteles, placas, expositores, stands y/o vallas) utilizados con fines publicitarios, con la finalidad de dar a conocer los Programas Operativos o alguna de sus actuaciones concretas entre la



ciudadanía. También se incluirá el material promocional realizado (bolígrafos, carpetas, camisetas, pen-drives, etc.).

En este grupo de acciones hay que cumplimentar un único indicador:

- ★ (Nº) soportes publicitarios.

Instrucciones emitidas hacia los participantes de los programas operativos. Se incluye toda la documentación distribuida desde las Autoridades de Gestión y/o los Organismos Intermedios a los Organismos Gestores de los Programas Operativos y/o potenciales beneficiarios/beneficiarios de los Fondos Europeos aplicados a través de los distintos Programas Operativos.

Los indicadores a cumplimentar relativo a este grupo de acciones son dos, uno de realización y uno de resultados:

- ★ (Nº) documentación interna distribuida.
- ★ (%) organismos cubiertos.

Redes de información y publicidad. Se recogen las Redes de Comunicación establecidas para poner en marcha y llevar a la práctica la Estrategia de Comunicación plasmada en la Estrategia de Comunicación, en la línea de especial sensibilización sobre el establecimiento de redes comunitarias, que permitan garantizar el intercambio de buenas prácticas y el intercambio de experiencias en materia de información y publicidad.

Los indicadores a cumplimentar relativo a este grupo de acciones son tres, uno de realización y dos de resultados:

- ★ (Nº) redes formalmente constituidas para poner en marcha y llevar a la práctica la Estrategia de Comunicación plasmada en las distintas estrategias de comunicación.
- ★ (nº) reuniones que se han llevado a cabo.
- ★ (nº) asistentes a tales reuniones.

En consecuencia, se definen tres tipos de indicadores:

- ★ De realización:
  - Número de eventos realizados.
  - Número de actos de difusión.
  - Número de publicaciones externas.
  - Número de páginas web.



- Número de usuarios/as de redes sociales.
- Número de soportes publicitarios.
- Número de documentación interna distribuida.
- Número de redes.
- ★ De resultado.
  - Número de asistentes a eventos realizados.
  - Porcentaje de publicaciones distribuidas/editadas.
  - Número de puntos de distribución de las publicaciones externas. V Número de visitas a las páginas web.
  - Porcentaje de incremento del número de usuarios/as de redes sociales.
  - Nº de asistentes a las reuniones de las redes. □ De impacto19.
  - Grado de conocimiento de las obligaciones existentes en el marco de las actuaciones de programación, gestión, seguimiento, control, evaluación e información y publicidad.
  - Tasa de satisfacción, que indique la valoración de los beneficiarios/ organismos intermedios y/o gestores o participantes respecto a la información facilitada.
  - Tasa de utilidad de las actuaciones.
  - Grado de conocimiento del FSE por parte de la ciudadanía.
  - Grado de conocimiento del papel desempeñado por la Unión Europea por parte de la ciudadanía.

Valores de los indicadores de realización y resultado programados a 2020, referidos a la totalidad del Programa Operativo:

Tipos de actividades	Indicadores de realización		Indicadores de resultados	
1. Actividades y actos públicos	Nº eventos realizados	1.389	Nº asistentes	208.386
2. Difusión en medios de comunicación	Nº actos difusión	2.889		
3. Publicaciones realizadas	Nº publicaciones externas	581	% publicaciones distribuidas / editadas	99%
			Nº puntos de distribución	95



Tipos de actividades	Indicadores de realización		Indicadores de resultados	
4. Información a través de páginas web	Nº páginas web	31	Nº visitas	19.735.062
5. Información a través de las redes sociales	Nº usuarios/as	120.000	Incremento del número de usuarios/as (%)	15%
6. Información a través de cualquier tipo de cartelería	Nº soportes publicitarios	581		
7. Instrucciones emitidas hacia los participantes del Programa Operativo	Nº documentación interna distribuida	256	% organismos cubiertos	100%
8. Redes de información y comunicación	Nº Redes	2	Nº reuniones	44
			Nº Asistentes	391





## ANEXO DE PREGUNTAS DE EVALUACIÓN.

Por lo que respecta a las preguntas de evaluación, éstas podrían ser:

**Para la Autoridad de Gestión y/o Organismos Intermedios:**

- *¿Ha elaborado una Estrategia de Comunicación para el Programa Operativo?*
- *¿Se ha advertido a los beneficiarios de que formarán parte de un listado público en caso de acceder a una ayuda comunitaria?*
- *¿Ha realizado alguna actividad de lanzamiento del Programa Operativo?*
- *¿Ha realizado actividades anuales que presenten los logros y avances del Programa Operativo?*
- *¿Ha realizado la publicación electrónica de la lista de beneficiarios?*
- *¿Ha informado a través del portal único del contenido del Programa Operativo?*
- *¿Ha publicado material divulgativo sobre el Programa Operativo?*
- *¿Ha informado acerca de las responsabilidades que los beneficiarios adquieren en materia de gestión, control, evaluación e información y comunicación?*
- *¿Ha puesto a disposición de quienes estén interesados los datos de contacto de aquellas unidades administrativas a las que se pueden dirigir para solicitar cualquier tipo de información referida al Programa Operativo?*
- *¿Ha proporcionado información sobre la normativa, los procedimientos de gestión y sus actualizaciones?*
- *¿Ha distribuido instrucciones específicas y/o guía de requisitos de comunicación entre los Organismos Intermedios y/o Beneficiarios de las operaciones?*
- *¿Ha puesto en marcha alguna actuación de publicidad para hacer ver los logros alcanzados por el Programa Operativo?*
- *¿Ha aplicado correctamente las exigencias técnicas para las medidas de información y comunicación recogidas en los Reglamentos?*
- *¿Ha participado en alguna red de comunicación relacionada con el FSE?*
- *¿Lleva a cabo un seguimiento de los avances de la Estrategia de Comunicación, plasmándolo en los informes que se remiten al Comité de Seguimiento?*
- *¿Contribuye a la difusión de buenas prácticas de los proyectos recogidos en el*



*Programa Operativo para el que se ha elaborado la Estrategia de Comunicación?*

- *¿Cumplimenta indicadores de comunicación (realización y resultado) como consecuencia de su participación en el Programa Operativo?*

**Para Beneficiarios:**

- *¿Conoce la Estrategia de Comunicación del Programa Operativo en el que participa?*
- *¿Ha recibido instrucciones específicas y/o una guía de seguimiento de la Estrategia de Comunicación?*
- *¿Ha participado en alguna jornada o sesión formativa en relación con los requisitos de comunicación del período de programación 2014- 2020?*
  - ✓ *¿La información presentada ha servido para adecuar y/o actualizar sus conocimientos sobre el FSE y/o su aplicación?*
  - ✓ *¿Los contenidos presentados son de utilidad práctica?*
  - ✓ *¿La sesión/evento es una herramienta adecuada para informar/formar sobre el FSE?*
  - ✓ *¿La duración de la sesión/evento y el número de participantes fue el adecuado para cumplir con los objetivos previstos?*
  - ✓ *¿La sesión/evento ha satisfecho sus expectativas? v ¿Forma parte de alguna red de comunicación relacionada con el FSE?*
- *¿Ha aplicado correctamente las características técnicas exigidas reglamentariamente para las medidas de información y comunicación?*
- *¿Ha utilizado el eslogan acordado en la Estrategia de Comunicación para el material de comunicación puesto en práctica?*
- *¿En las convocatorias y/o resoluciones de ayudas, convenios, etc. ha mencionado la participación del FSE?*
- *¿En los pliegos de condiciones y cláusulas administrativas ha facilitado información acerca de los criterios de selección de los proyectos, los procedimientos de examen de las solicitudes y sus tiempos?*
- *¿Ha difundido a través de algún procedimiento electrónico las distintas convocatorias existentes en el marco del Programa Operativo?*
- *¿Ha remitido notas de prensa y/o ha publicado alguna noticia a través de los medios de*



*comunicación en relación con el Programa Operativo y/o el papel desempeñado por la Unión Europea?*

- *¿Recopila y archiva el material de comunicación de las actuaciones que gestiona?*
- *¿Ha participado en alguna reunión, jornada y/o curso donde se haya informado acerca de los procedimientos de gestión, control, evaluación y/o comunicación del FSE?*
- *¿Ha puesto en marcha alguna actuación de publicidad para hacer ver los logros conseguidos en actuaciones cofinanciadas con el FSE?*
- *¿Ha organizado alguna jornada, seminario, evento, feria y/o certamen para divulgar su participación en el Programa Operativo?*
  - ✓ *¿La información presentada ha servido para adecuar y/o actualizar sus conocimientos sobre el FSE y/o su aplicación?*
  - ✓ *¿Los contenidos presentados son de utilidad práctica?*
  - ✓ *¿La sesión/evento es una herramienta adecuada para informar/formar sobre el FSE?*
  - ✓ *¿La duración de la sesión/evento y el número de participantes fue el adecuado para cumplir con los objetivos previstos?*
  - ✓ *¿La sesión/evento ha satisfecho sus expectativas?*
- *¿Cuáles son los principales problemas con los que se encuentran a la hora de dar cumplimiento a los requisitos de comunicación en el desarrollo de sus operaciones?*
  - ✓ *Emblema comunitario.*
  - ✓ *Lema del FSE.*
  - ✓ *Comunicar la cofinanciación europea.*
  - ✓ *Lista de beneficiarios.*
  - ✓ *Contenido de las herramientas específicas (vallas, carteles, etc.).*
  - ✓ *Otros.*

**Para la ciudadanía:**

- *¿Sabe usted que su (ciudad, región) recibe dinero de la Unión Europea para contribuir a su progreso económico y social?*
- *¿Ha oído hablar del Fondo Social Europeo?*



- *Si ambas respuestas son negativas, aquí acabaría la encuesta.*
- *Conoce proyectos o inversiones que se han realizado con financiación europea en su ciudad, región relativos a:*
  - ✓ *Ayudas a empresas.*
  - ✓ *Formación y Empleo.*
  - ✓ *Ayudas para disminuir las desigualdades sociales y entre hombres y mujeres.*
  - ✓ *Ayudas para luchar contra la exclusión social y/o personas con discapacidad.*
- *¿Cómo se enteró de este tipo de actuaciones?*
  - ✓ *¿Ha visto placas en los centros de formación?*
  - ✓ *¿Ha visto carteles, posters en la calle?*
  - ✓ *¿Ha visto/oído anuncios en prensa, radio, televisión?*
  - ✓ *¿A través de folletos?*
  - ✓ *¿A través de internet?*
  - ✓ *¿A través de las redes sociales?*
  - ✓ *¿A través de terceras personas?*
  - ✓ *¿Ha participado en algún curso de formación financiado por el FSE?*
- *¿Cómo valora el papel jugado por el FSE en el desarrollo de su ciudad, región?*
- *¿El lema “El FSE invierte en tu futuro” le parece que refleja adecuadamente el papel que juega la Unión Europea, a través del FSE, en el mayor desarrollo económico y social de España y/o en concreto de su ciudad, región?*



**UNIÓN EUROPEA**  
Fondo Social Europeo  
Iniciativa de Empleo Juvenil  
El FSE invierte en tu futuro

