

EVALUACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DEL PROGRAMA INTERREG V-A ESPAÑA-PORTUGAL 2014- 2020

RESUMEN

OCTUBRE 2019

INFORME FINAL DE EVALUACIÓN

CONSIDERA¹¹

BREVE RESEÑA METODOLÓGICA

En el marco programático 2014-2020 de la Política de Cohesión de la Unión Europea se ha fortalecido la relevancia de los aspectos relativos al acceso a la información, en base al principio de igualdad y optimización de las tecnologías de la información y comunicación, la transparencia en la puesta en funcionamiento de mecanismos que permitan conocer más y mejor el destino de la gestión de fondos públicos, así como la rendición de cuentas activa.

La evaluación intermedia de la Estrategia de Comunicación del Programa Interreg V-A España-Portugal 2014-2020 persigue valorar el grado de consecución de los objetivos estratégicos, esto es, medir la eficacia de las medidas de información, comunicación y visibilidad (ICV) emprendidas. Para ello, se emplearán los siguientes criterios de evaluación:

- Avance en la ejecución la Estrategia de Comunicación.
- Pertinencia de la Estrategia de Comunicación respecto a las directrices valorando la adecuación a los requisitos reglamentarios y técnicos.
- Validez y consistencia interna de la Estrategia de Comunicación, a través de la comprobación de la coherencia entre los objetivos de la Estrategia y las medidas de información y comunicación puestas en marcha.
- Proporcionalidad, asignación y adecuación de los recursos destinados.
- Integración del principio de igualdad de oportunidades.

La información necesaria para acometer esta evaluación se ha obtenido de las siguientes técnicas: análisis documental y trabajo de campo:

ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA		
Universo	<ul style="list-style-type: none">• Autoridad de Gestión• Secretaría Conjunta• Unidades de Coordinación	
Fecha de realización	Prevista: 24-27 septiembre de 2019	
ENCUESTA		
Universo	BP de los proyectos aprobados en la 1era convocatoria= 134	Beneficiarios de los proyectos aprobados en la 1era convocatoria= 370
Tamaño muestral	105 BP	216 Beneficiarios
Cuestionarios	Cuestionarios online enviados por envío de correo electrónico del 9 al 20 de septiembre de 2019	

Para el análisis de la información se triangulan los datos procedentes de las diversas técnicas empleadas, buscando aislar y eliminar el sesgo de la investigación cualitativa. Se han utilizado las siguientes herramientas: Técnicas de análisis del discurso y Técnicas estadísticas de análisis.

DISEÑO DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DEL POCTEP 2014-2020

La Estrategia de Comunicación del Programa Interreg V-A España-Portugal 2014-2020 persigue los siguientes objetivos generales:

- Garantizar la transparencia de los procedimientos de ejecución y gestión del Programa.
- Informar a la opinión pública sobre el papel que desempeña la Unión Europea en colaboración con los Estados miembros y las regiones, en favor de las intervenciones que se desarrollen en el marco del Programa y sus resultados.
- Obtener el mayor grado de participación posible facilitando la información precisa del contenido del Programa y de la naturaleza de la contribución del FEDER, a las potenciales entidades beneficiarias y finales, así como a todos los grupos destinatarios.
- Informar a las entidades beneficiarias sobre sus responsabilidades relativas a las medidas de ICV, así como de la correcta utilización de las disponibilidades financieras asignadas.

La tipología de medidas de ICV se establecen para las distintas fases de implementación de la estrategia de comunicación del POCTEP (lanzamiento, ejecución y cierre), y para todos los destinatarios (Estructuras de Gestión, entidades beneficiarias, instituciones europeas y otros Programas, interlocutores económicos y sociales, organizaciones/asociaciones socio-profesionales y comerciales y ONG, medios de comunicación especializados y público en general), salvo algunas medidas que son solo para entidades beneficiarias potenciales, y entidades beneficiarias.

Obligaciones de información, comunicación y visibilidad

Las UC consideran que el manual de identidad gráfica INTERREG y el manual de identidad corporativa POCTEP 14/20¹ recoge de forma adecuada toda la información necesaria para dar cumplimiento a las obligaciones reglamentarias de ICV, en especial las relativas a la utilización de logos en páginas web, redes sociales, cartelería, material promocional, etiquetado de equipamiento, cartel / placa A3, etc.

No obstante, ayudaría al cumplimiento de estas obligaciones la incorporación un módulo de validación de materiales en la aplicación Coopera 2020 o en otra aplicación.

Por su parte, los beneficiarios de los proyectos tienen obligaciones tales como:

- Comunicar a la SC el logotipo del proyecto, página web, redes sociales, así como cualquier publicación, divulgación en medios de comunicación o publicidad relevante del proyecto.
- Incluir en las páginas web de los beneficiarios información del proyecto: nombre de la operación, breve descripción, objetivos y resultados haciendo referencia a la ayuda financiera de la UE/FEDER/POCTEP;
- Llevar un registro cronológico de todas las acciones de ICV realizadas, con ejemplos (fotografías, trípticos, etc.), en formato papel/electrónico, de las mismas y de todos los materiales producidos, evidenciando los elementos de publicidad obligatorios.
- Incluir información sobre los resultados de las acciones de ICV en los informes de evolución que acompañarán a cada solicitud de pago;
- Los proyectos deben tener la información disponible, por lo menos, en uno de los idiomas del programa (español y portugués). Se considera una buena práctica facilitar información y contenidos de los proyectos también en inglés siempre que sea posible.

Recursos para la implementación de la estrategia

Para la implementación efectiva de la Estrategia de Comunicación del POCTEP se contempla combinar diversos instrumentos y canales de comunicación, que deben asegurar la accesibilidad a la información de todas las personas:

- Tecnologías de la información y comunicación.
- Medios de comunicación social tradicionales y edición de materiales divulgativos.
- Actos y eventos, que garantizarán el acceso y participación en conformidad con las normas de accesibilidad.

El principal recurso destinado a la implementación de la Estrategia de Comunicación por parte de la Secretaría Conjunta (SC) es la figura de Responsable de Comunicación, que presta asesoría a las entidades beneficiarias en materia de información, comunicación y visibilidad, resolviendo dudas sobre las obligaciones reglamentarias de información y publicidad, y soportes y/o medidas de comunicación más adecuados. Para apoyar esta tarea se han elaborado los siguientes instrumentos:

- Kit de comunicación que consistirá en el Manual de Identidad y logotipos del Programa.
- Guía de Ayuda para el cumplimiento de las normas de información y comunicación.

¹ Estos manuales accesibles a través de la web del proyecto en el área de comunicación: <http://www.poctep.eu/es/2014-2020/comunicaci%C3%B3n>

El presupuesto destinado a la estrategia de comunicación sigue el criterio de proporcionalidad, valorándose la existencia de una correspondencia entre las actuaciones recogidas en Programa INTERREG V-A España-Portugal 2014-2020 y el montante de fondos europeos destinados a su cofinanciación, y las actuaciones en materia de información y comunicación previstas.

EVALUACIÓN DE LA IMPLEMENTACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

Avances en la ejecución de las medidas de información, comunicación y visibilidad

Las acciones de ICV están sometidas a un mecanismo de seguimiento basado en indicadores de realización y de resultado.

Tabla 1. Valores para los indicadores de realización

INDICADORES DE REALIZACIÓN	SC POCTEP	INDICADORES DE REALIZACIÓN	Proyectos
N.º de actos de difusión en los medios de comunicación (notas, dossiers, campañas, artículos)	104	N.º de proyectos que realizan difusión en los medios de comunicación (notas, dossiers, campañas, artículos)	110
Publicaciones realizadas (folletos, dípticos, trípticos, newsletters, catálogos, guías, videos y DVD, estudios o manuales)	85	N.º de proyectos que editan publicaciones (folletos, dípticos, trípticos, newsletters, catálogos, guías, estudios o manuales)	128
N.º de noticias publicadas	405	N.º de proyectos que producen al menos un vídeo	88
N.º de páginas web, intranet y base de datos creadas	3	N.º de proyectos que crean página web, intranet	162
N.º de redes sociales creadas	4	N.º de proyectos que crean al menos una red social	96
N.º de eventos realizados: seminarios/foros/jornadas/ferias/exposiciones/ruedas de prensa	19	N.º de proyectos que realizan eventos (seminarios, foros, ruedas de prensa, etc)	105
N.º de soportes publicitarios producidos (cartelería, material promocional, merchandising, entre otros)	15	N.º de proyectos que crean productos publicitarios (cartelería, material promocional, merchandising, etc)	121
N.º de redes (grupos de trabajo) de información y publicidad establecidas	3		

Fuente: Datos de la SC.

Destaca la ejecución alcanzada por parte de la Secretaría Conjunta del POCTEP en los indicadores “Nº de noticias publicadas” y “Nº de actos de difusión en los medios de comunicación”. Igualmente importante ha sido la puesta en marcha y mejora de los medios online que facilitan una amplia cobertura de población.

En cuanto a la ejecución de las medidas según los proyectos a probados destacan los indicadores “Nº de proyectos que crean página web, intranet” y “Nº de proyectos que editan publicaciones”, así como las acciones para la difusión en los medios de comunicación. Estas acciones contribuyen a mejorar la visibilidad de los proyectos que se financian y las acciones que de desarrollan.

Los logros de esas medidas desarrolladas se recogen en los indicadores de resultado que registran el alcance de las actuaciones de ICV realizadas por la Secretaría Conjunta del POCTEP.

Tabla 2. Valores para los indicadores de resultado

INDICADORES DE RESULTADO	SC POCTEP
N.º de participantes en los eventos de promoción y difusión	2.099
N.º de noticias publicadas (prensa, TV, radio, entre otros)	105
N.º de publicaciones distribuidas	85
Promedio de visitas a la página web (mes)	6.785
Promedio de usuarios alcanzados en Twitter + Facebook (mes)	27.129
N.º de soportes publicitarios distribuidos	15
N.º de estudios publicados	0
N.º de participantes en la red de información y publicidad	83

Fuente: Datos de la SC.

Se ha conseguido un elevado número de usuarios en Twitter y Facebook, así como numerosas visitas a la página web, lo que pone de relieve la cada vez mayor importancia de las redes sociales como vía de comunicación y difusión.

La recopilación de esta información no está sistematizada, por lo que supone un gran esfuerzo para su actualización y análisis. Sería recomendable que en alguna aplicación, intranet, se incluyera un módulo de registro, tanto para la SC, UC y beneficiarios de proyectos, de los indicadores vinculados al seguimiento de la estrategia de comunicación.

La detección, análisis y transferencia de Buenas Prácticas constituye una herramienta relevante para la gestión pública y para el avance en la consecución de los objetivos de la Política Comunitaria. En el POCTEP 2014-2020, se han identificado 4 buenas prácticas en los ejes 2 y 3.

Para conseguir un mayor conocimiento y difusión estas experiencias las UC proponen la elaboración de un manual o guía de buenas prácticas que esté disponible en la web del programa, así como reforzar la comunicación de los logros del programa para la ciudadanía.

Pertinencia de la Estrategia de Comunicación

La Estrategia de Comunicación implementada cumple, en general, con las exigencias reglamentarias respecto al diseño y contenido; incluyendo medidas para fases de desarrollo del POCTEP, y un sistema de seguimiento y evaluación.

Por otro lado, el periodo de programación 2014-2020, conforme al artículo 110.1.c) del Reglamento (UE) Nº 1303/2013 y a lo decidido en el seno del GERIP, los informes de ejecución anuales deberán incorporar un apartado en materia de información y comunicación que presente los avances en la aplicación de la Estrategia que incluya la evolución de los indicadores de comunicación, las actuaciones llevadas a cabo por la Autoridad de Gestión, la presentación de buenas prácticas de actuaciones cofinanciadas y las posibles modificaciones de la estrategia.

La inclusión del apartado de medidas de ICV en los IAE ha sido desigual y, en general, no facilita la comprensión del avance de la implementación ni el alcance logrado con las medias. Las limitaciones de los caracteres que se pueden usar en el modelo de IAE limitan un mayor desarrollo, por lo que se propone utilizar anexos para incorporar esta información.

Validez y consistencia interna de la Estrategia de Comunicación.

La estrategia de comunicación implementada ha desarrollado medidas tendentes a alcanzar todos los objetivos previstos, y enfocadas a todos los grupos destinatarios de la información. A medio camino, se han puesto en marcha casi todos los tipos de medias previstas, logrando una amplia cobertura y crecimiento constante del número de personas beneficiarias (personas suscriptores, asistentes eventos, visitas a la web y redes sociales, etc.), y del número de actuaciones desarrolladas (jornadas, publicaciones, audiovisuales, etc.).

No obstante, una limitación para la evaluación, y la medición de la eficacia de la estrategia, es que no se han contemplado objetivos específicos por grupos destinatarios.

En cuando al primer objetivo específico, *Garantizar la transparencia de los procedimientos de ejecución y gestión del Programa*, se ha desarrollado la medida prevista de publicación y actualización de la lista de operaciones en la web del programa. Además, la puesta a disposición a través de la web, de toda la documentación relativa a la ejecución y gestión del programa (manuales, formularios, legislación, etc.), y en especial los Informes Anuales de Ejecución, contribuye a mejorar la transparencia con la que se gestionan los fondos del Programa.

Por otra parte, se ha facilitado la participación en el programa de potenciales beneficiarios, objetivo específico 3, ya que las entidades encuestadas manifiestan, mayoritariamente, que la información difundida ha permitido la participación en las convocatorias.

En relación con el objetivo de *Informar a las entidades beneficiarias sobre sus responsabilidades relativas a las medidas de I+D+i, así como de la correcta utilización de las disponibilidades financieras asignadas*, se ha logrado un menor alcance, ya que las entidades beneficiarias de los proyectos declaran que las acciones han tenido un bajo efecto en el conocimiento de la normativa, y por tanto en sus obligaciones de ICV.

No obstante, se ha realizado una intensa labor de información y apoyo para el cumplimiento de los requisitos reglamentarios: jornadas, manuales, audiovisuales, etc., además del apoyo de la SC y UC, y las actividades tendentes al control del cumplimiento de las obligaciones de ICV.

El siguiente aspecto en el que tampoco se ha logrado un alto impacto son el mejorar el conocimiento de la ciudadanía sobre el POCTEP, pese al esfuerzo y el número de acciones desarrolladas, y a sensibilizar sobre el medio ambiente y uso eficiente de los recursos, que es uno de los principios horizontales del programa.

Estos resultados aconsejan reforzar los esfuerzos de las acciones de ICV no solo en difundir e informar sobre las obligaciones reglamentarias, sino sobre los efectos del Programa y la importancia de las políticas desarrolladas por la UE.

Proporcionalidad, asignación y adecuación de los recursos destinados

Se considera que el presupuesto asignado, 3.874.730,88€, como la dotación de medios es proporcional.

- El importe destinado supone el 15% del presupuesto de la AT.
- Las UC y SC consideran que tanto los recursos humanos como técnicos destinados al desarrollo de la estrategia de comunicación ha sido los adecuados.

Integración del principio de igualdad de oportunidades.

Otro aspecto clave de la estrategia de comunicación es la integración de la perspectiva de género, la estrategia de comunicación alude al Reglamento UE Nº 1303/2013 y, más concretamente, al cumplimiento del artículo 7 sobre la promoción de la igualdad entre hombres y mujeres y no discriminación, como elemento crucial para el Programa de Cooperación Interreg V-A España – Portugal (POCTEP).

En este sentido se constata el uso de un lenguaje no sexista, pero no otro tipo de acciones que tengan en cuenta la diferencia entre mujeres y hombres con relación al acceso y uso de la información.

RECOMENDACIONES

Respecto a las recomendaciones realizadas en la evaluación intermedia del periodo 2013-2017, se considera que siguen siendo aplicable a la estrategia 2014-2020 la siguiente:

R5: Establecer mecanismos para el seguimiento y la evaluación del impacto del PC, de forma prioritaria, sobre el conjunto de la población. Un ejemplo de ello podría ser la inclusión en la página Web del PO de una encuesta de conocimientos y satisfacción de la información.

Se proponen, además, las siguientes recomendaciones, valoradas según los siguientes criterios:

Recomendación	Viabilidad	Prioridad	Impacto esperado
R.1. Reforzar las medidas para informar a las entidades beneficiarias sobre sus responsabilidades relativas a las medidas de ICV	Alta	Alta	Alto
R.2. Avanzar en el desarrollo del sistema de indicadores para el seguimiento y evaluación	Alta	Alta	Medio
R.3. Avanzar en los aspectos menos desarrollados en el diseño de la Estrategia de Comunicación	Alta	Media	Medio
R.5. Incrementar las acciones tendentes a la difusión de los logros y resultados del Programa	Alta	Alta	Alto
R.6. Mejorar la información sobre ICV de los IAE	Alta	Medio	Alto