



Unión Europea

## **ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN**

### **Programa Operativo de Empleo Juvenil**

Versión: SEPTIEMBRE 2017



**CCI2014ES05M9OP001**

## Índice

1. Introducción .....	3
2. Situación de partida: resultados de las evaluaciones del período 2007-2013 y lecciones aprendidas .....	5
3. Alcance y contenido de la Estrategia de Comunicación.....	9
3.1 Objetivos .....	11
3.2 Grupos destinatarios .....	16
3.3 Contenido de las medidas de información y comunicación .....	17
3.4 Actuaciones a desarrollar por parte de los beneficiarios y fórmulas previstas para ayudar a los mismos en sus actuaciones de comunicación .....	31
3.5 Las herramientas a utilizar .....	33
4. Organismos responsables en materia de información y publicidad .....	35
4.1 Creación de redes e intercambio de buenas prácticas .....	37
4.2 Personas de contacto responsables de la información y comunicación .....	40
5. Presupuesto indicativo .....	47
6. Sistemas de seguimiento de la Estrategia de Comunicación.....	48
7. Evaluación de la Estrategia .....	49
Anexo de indicadores .....	53
Anexo de preguntas de evaluación .....	57

## 1. Introducción

En el período de programación 2014-2020, la Unión Europea, en aplicación de la Política de Cohesión, tiene previsto invertir 351.800 millones con la finalidad de lograr los objetivos establecidos en la estrategia Europa 2020, es decir:

- Generar crecimiento y puestos de trabajo, teniendo muy presente la innovación y el desarrollo.
- Abordar el cambio climático y la dependencia energética.
- Reducir la pobreza y la marginación social y las tasas de abandono escolar.

En consecuencia, el bienestar y la prosperidad de la ciudadanía europea.

Así pues, la Comisión Europea a través de la normativa desarrollada en los Reglamentos y el “Libro Blanco sobre una política europea de comunicación” 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.

En este contexto, el Reglamento (UE) nº 1303/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 17 de diciembre de 2013, determina que el Estado miembro o la Autoridad de Gestión serán responsables, entre otras cuestiones, de elaborar estrategias de comunicación. Dichas Estrategias deberán tener presente la magnitud del Programa Operativo de que se trate, conforme al principio de proporcionalidad.

Por consiguiente, este documento responde a las exigencias establecidas y desgrana 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<sup>1</sup> (CC12014ES05M9OP001). 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.

El artículo 116 del Reglamento 1303/2013 establece que la Estrategia de Comunicación se transmitirá al Comité de Seguimiento para su aprobación, a más tardar, seis meses después de la adopción del Programa, es decir, el 12 de junio de 2015. Y fue aprobada en el Comité de Seguimiento de 24 de septiembre de 2015, con los siguientes condicionantes, expuestos por la Autoridad de Gestión:

- El POEJ se encontraba en fase de modificación, puesto que se había hecho una propuesta de ampliación de la edad de los potenciales beneficiarios hasta los 30 años.

---

<sup>1</sup> Decisión de Ejecución de la Comisión de 12 de diciembre de 2014 C(2014) 989 final, por la que se aprueban determinados elementos del programa operativo “Empleo Juvenil”, para el que se solicitan ayudas del Fondo Social Europeo y la asignación específica para la Iniciativa de Empleo Juvenil en el marco del objetivo de inversión en crecimiento y empleo destinadas a España.

- No estaban designados los Organismos Intermedios y, en consecuencia, se desconocía las personas que se iban a nombrar como responsables de comunicación.
- Era necesaria realizar una definición más concreta de las medidas de la Estrategia de Comunicación.
- Además, en parte por las circunstancias anteriores, no había sido posible cuantificar los indicadores de realización y resultado, ni estimar el montante financiero.

Estas circunstancias, dan lugar a esta nueva versión de la Estrategia de Comunicación del POEJ, donde, además, se aprovecha para introducir observaciones emitidas al documento que fue aprobado en el Comité de Seguimiento, mencionado anteriormente.

## 2. Situación de partida: resultados de las evaluaciones del período 2007-2013 y lecciones aprendidas

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.



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%<sup>3</sup>.

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.



<sup>2</sup> Promedio de los valores obtenidos para el indicador en las distintas regiones españolas.

<sup>3</sup> Promedio de los valores obtenidos para el indicador en las distintas regiones españolas.

- 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.
  - ✓ 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.



### 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<sup>4</sup>. 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.

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.

<sup>4</sup> 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.

- 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.
- Dificil 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:

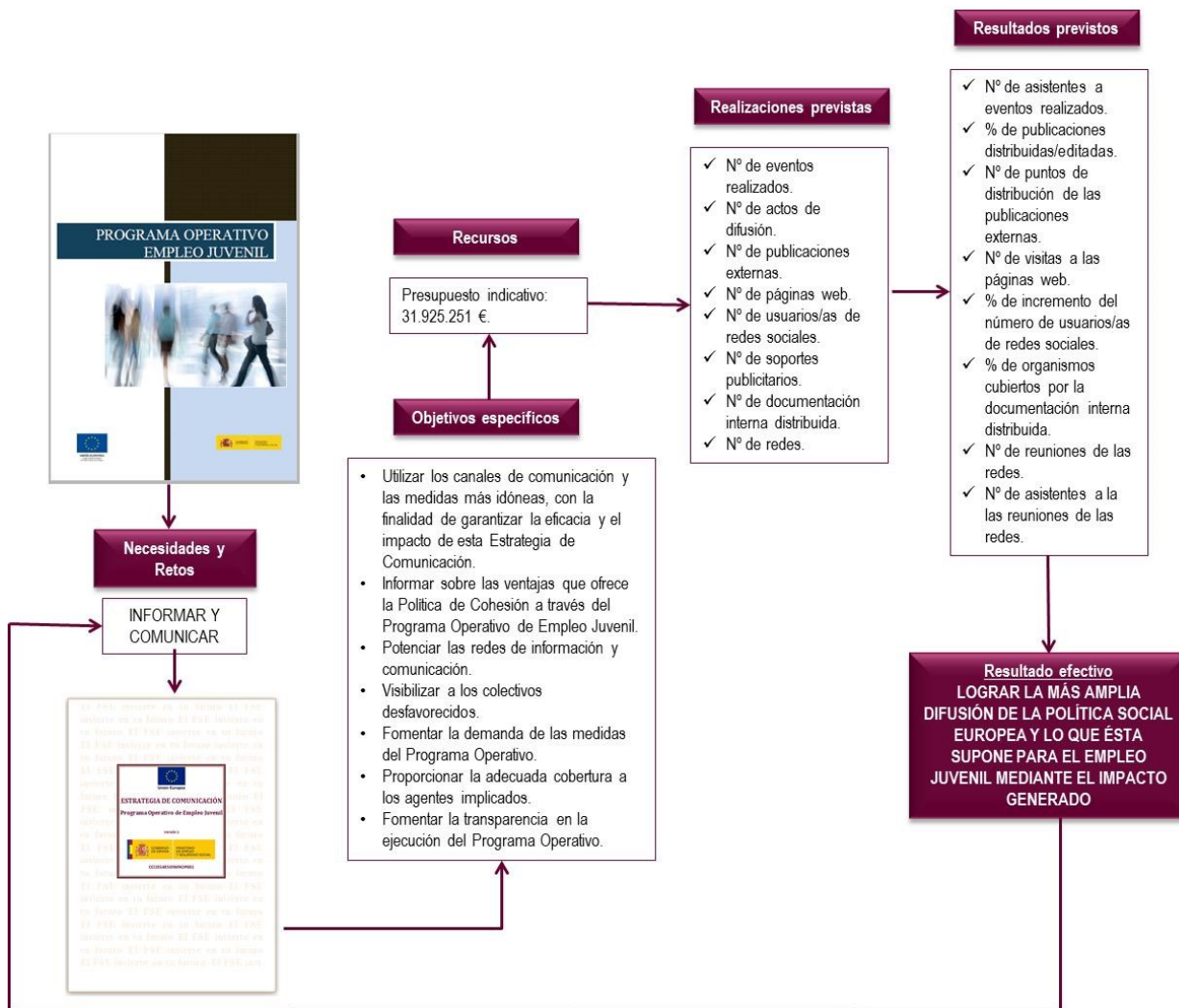
- La activación de las personas jóvenes no ocupadas y no integradas en los sistemas de educación o formación, que permita su incorporación al mercado laboral, a la educación o a la formación.
- Reforzar la empleabilidad y las competencias profesionales de las personas jóvenes no ocupadas y no integradas 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.

Por último, para una mejor comprensión de esta Estrategia de Comunicación es importante poner de manifiesto que en la misma van a actuar 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.

Ante la delicada situación en la que se encuentra el colectivo objetivo, aproximadamente el 80% de las medidas deberán ser ejecutadas, a más tardar, el 31 de diciembre de 2018<sup>5</sup>, aspecto que, como es lógico, también afectará a la ejecución de esta Estrategia de Comunicación, la cual deberá reflejar un mayor grado de actividad en los primeros años de programación.

### Lógica de intervención de la Estrategia de Comunicación



### 3.1 Objetivos

En consecuencia y dada 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

<sup>5</sup> Siguiendo la normativa de la Iniciativa de Empleo Juvenil, la Garantía Juvenil actuará sólo las anualidades 2014 y 2015 (con su correspondiente n+3), debiéndose ejecutar en estas anualidades el 74,60% (en términos de coste total) del plan financiero.

período de programación 2007-2013, especialmente, en aquellas áreas que los equipos evaluadores independientes habían destacado como mejorables.

Así, se define como objetivo estratégico:

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

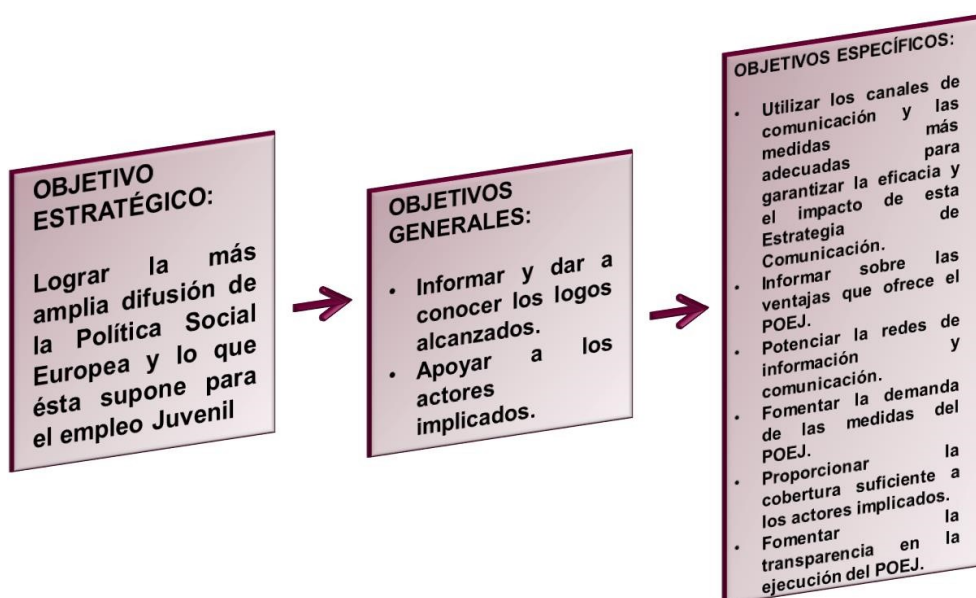
Objetivos generales:

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

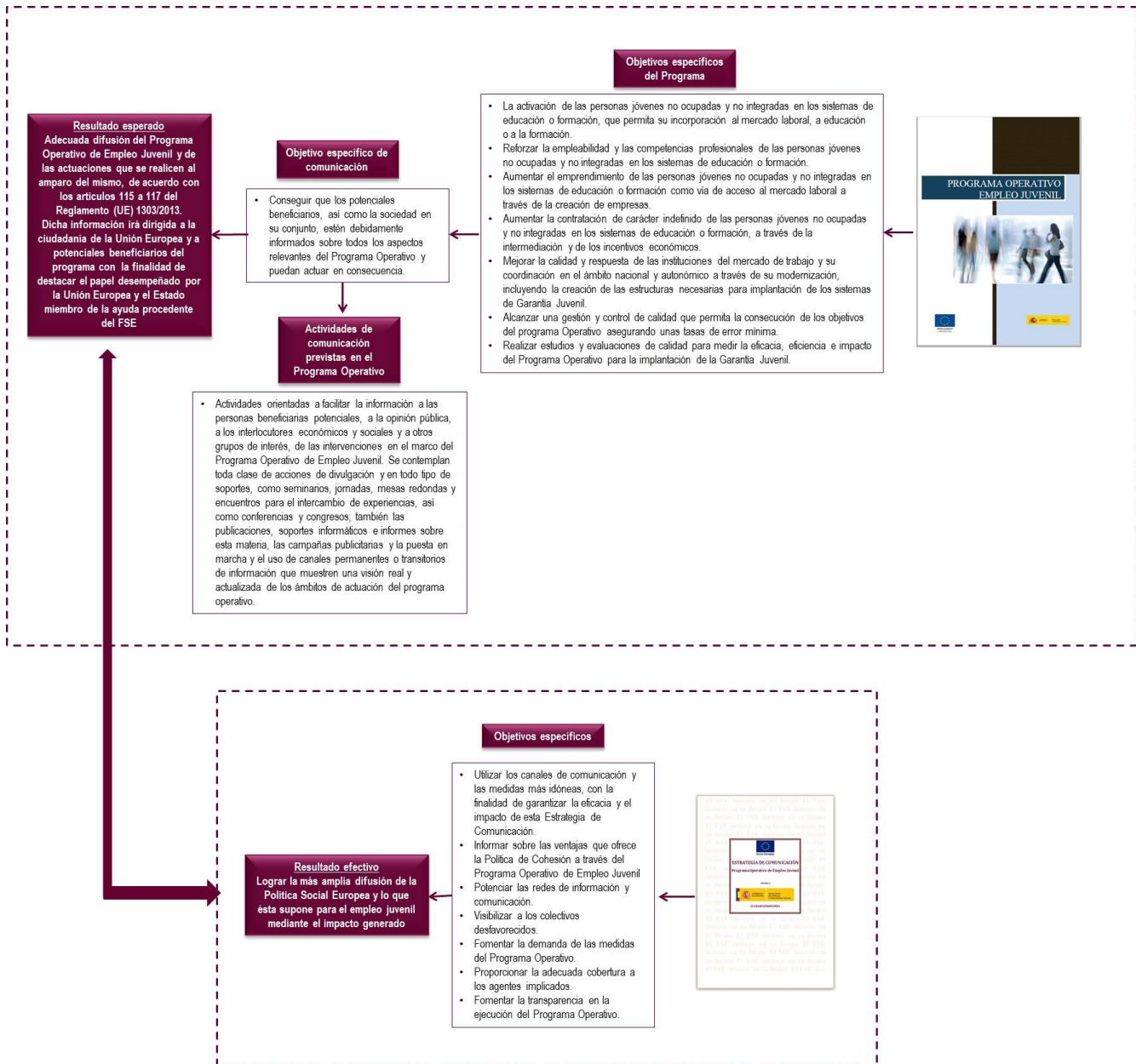
Objetivos específicos:

- 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.

### Árbol de objetivos



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



## Matriz de relaciones entre los Objetivos específicos y los resultados esperados

Objetivos específicos	Resultados previstos							
	Nº de asistentes a eventos realizados	% de publicaciones distribuidas/editadas	Nº de puntos de distribución de las publicaciones externas	Nº de visitas a las páginas web	% de incremento del nº de usuarios/as de redes sociales	% organismos cubiertos por la documentación interna distribuida	Nº de reuniones de las redes	Nº de asistentes a las reuniones de las redes
Utilizar los canales de comunicación y las medidas más idóneas, con la finalidad de garantizar la eficacia y el impacto de esta Estrategia de Comunicación	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Informar sobre las ventajas que ofrece la Política de Cohesión a través del Programa Operativo de Empleo Juvenil	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Potenciar las redes de información y comunicación							✓	✓
Visibilizar a los colectivos desfavorecidos	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓
Fomentar la demanda de las medidas del Programa Operativo	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Proporcionar la adecuada cobertura a los agentes implicados	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Fomentar la transparencia en la ejecución del Programa Operativo	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

## Matriz de relaciones entre los Objetivos específicos y los impactos esperados

Objetivos específicos	Impactos esperados				
	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
Utilizar los canales de comunicación y las medidas más idóneas, con la finalidad de garantizar la eficacia y el impacto de esta Estrategia de Comunicación	✓	✓	✓	✓	✓
Informar sobre las ventajas que ofrece la Política de Cohesión a través del Programa Operativo de Empleo Juvenil	✓		✓	✓	✓
Potenciar las redes de información y comunicación	✓	✓	✓	✓	✓
Visibilizar a los colectivos desfavorecidos	✓	✓	✓	✓	✓
Fomentar la demanda de las medidas del Programa Operativo				✓	✓
Proporcionar la adecuada cobertura a los agentes implicados	✓	✓	✓		
Fomentar la transparencia en la ejecución del Programa Operativo	✓	✓	✓	✓	✓

En este sentido y siguiendo las directrices de la Comisión Europea, se establecen los siguientes criterios de comunicación:

- Transparencia.
- Concienciación pública.
- Coordinación.



### Transparencia

- 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.

Es decir, este criterio consistirá en difundir las oportunidades establecidas en el Programa Operativo y la manera de poder acceder a las mismas.

### Concienciación pública

- 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.

Por tanto, el criterio 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.

### Coordinación

Resulta importante seguir trabajando y mejorando en tareas de coordinación y homogeneización, tal y como se ha puesto de manifiesto en las evaluaciones del período 2007-2013.

Por ello, se han de definir, desde el inicio del período de programación:

- Criterios comunes.
- Establecer las pautas necesarias para difundir una información completa, clara, accesible y coherente.
- Ofrecer una imagen de homogeneidad en el empleo de tales medidas.
- Mejorar los cauces de comunicación entre los agentes involucrados en el POEJ.



Todas estas pautas se han de transmitir a los organismos y entidades participantes en la gestión de operaciones cofinanciadas con el FSE, así como a los promotores de proyectos y beneficiarios de acciones, en la medida en que contraen obligaciones en cuanto a comunicación. Además, tienen que contribuir, atendiendo al principio de proporcionalidad, a alcanzar los dos primeros criterios descritos anteriormente en este epígrafe.

### **3.2 Grupos destinatarios**

Las medidas de esta Estrategia de Comunicación del Programa Operativo de Empleo Juvenil están dirigidas a los siguientes colectivos o grupos de destinatarios:



A) Beneficiarios potenciales<sup>6</sup>:

- 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.

B) Beneficiarios<sup>7</sup> públicos y privados.

C) Colectivos diana / Beneficiario último:

- Colectivo de jóvenes.

D) Público en general, es decir, la ciudadanía.

E) Medios de comunicación.

F) Administración y autoridades.

G) Europa.

### 3.3 Contenido de las medidas de información y comunicación

La definición de **las medidas** de información y comunicación deberá atender al cumplimiento de los objetivos establecidos y han de ser diseñadas en función del público objetivo. 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.



<sup>6</sup> Los beneficiarios potenciales son los organismos públicos y privados susceptibles de optar a la financiación comunitaria.

<sup>7</sup> Los beneficiarios son los organismos públicos o privados responsables de iniciar o de iniciar y ejecutar las operaciones.

- 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.

Asimismo, las medidas establecidas en esta Estrategia de Comunicación se han definido en función de los criterios establecidos de transparencia, concienciación y coordinación.

## Transparencia

### Medida 1.1:

**Descripción:** Dar a conocer los objetivos del Programa Operativo de Empleo Juvenil y las oportunidades de financiación que ofrece, mediante noticias en prensa, páginas web, redes sociales, ruedas de prensa, etc.



**Público destinatario:** beneficiarios potenciales, beneficiarios públicos y privados, ciudadanía, medios de comunicación.

**Ejecutores:** Autoridad de Gestión, Organismos Intermedios.

### Medida 1.2:

**Descripción:** Facilitar información sobre la publicación e inicio de convocatorias de ayuda, mediante la publicación en los correspondientes Boletines Oficiales, páginas web, redes sociales, anuncios en prensa, etc.

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.*

**Público destinatario:** Beneficiarios públicos y privados.

**Ejecutores:** Autoridad de Gestión, Organismos Intermedios, beneficiarios públicos y privados.

### Medida 1.3:

**Descripción:** Los Organismos Intermedios garantizarán que dentro de las páginas web asociadas al Programa Operativo se hará mención expresa sobre las responsabilidades de los beneficiarios en materia de información y comunicación, es decir, informar al público sobre la ayuda obtenida, así como los requisitos establecidos en el Reglamento (UE) nº 1303/2013.

**Público destinatario:** Beneficiarios públicos y privados.

**Ejecutores:** Autoridad de Gestión, Organismos Intermedios.

### Medida 1.4:

**Descripción:** La Autoridad de Gestión y los Organismos Intermedios facilitarán herramientas a los beneficiarios para el cumplimiento de las obligaciones en materia de información y comunicación, entre otras cosas, mediante el asesoramiento para el adecuado cumplimiento de los requisitos exigidos.

**Público destinatario:** beneficiarios públicos y privados.

**Ejecutores:** Autoridad de Gestión, Organismos Intermedios.

### Medida 1.5:

**Descripción:** Detalle de los procedimientos utilizados para seleccionar operaciones de financiación y los plazos correspondientes.

En todas las convocatorias de proyectos, ayudas o subvenciones, los criterios de admisibilidad de las solicitudes se deben exponer de forma clara, así como el procedimiento para acceder a las ayudas comunitarias incluidas en el Programa Operativo de Empleo Juvenil.

**Público destinatario:** beneficiarios potenciales.

**Ejecutores:** Autoridad de Gestión, Organismos Intermedios.

### Medida 1.6:

**Descripción:** Poner a disposición de los beneficiarios potenciales los contactos a nivel nacional, regional o local que puedan facilitar información sobre el Programa Operativo.

El nombre y los datos de contacto de estas unidades se pondrán a disposición de los potenciales beneficiarios, siempre que estime oportuno, a través de los materiales divulgativos que se editen, en las jornadas que se celebren y en el portal único de la Autoridad de Gestión y, en su caso, en las de los Organismos Intermedios implicados en el Programa Operativo de Empleo Juvenil.

**Público destinatario:** beneficiarios potenciales.

**Ejecutores:** Autoridad de Gestión, Organismos Intermedios.

### Medida 1.7:

**Descripción:** Informar sobre las obligaciones que se adquieren en materia de información y comunicación al ser beneficiario.

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

**Público destinatario:** beneficiarios potenciales, beneficiarios públicos y privados, ciudadanía, medios de comunicación

**Ejecutores:** Autoridad de Gestión, Organismos Intermedios.

### Medida 1.8:

**Descripción:** Informar a los beneficiarios de que la aceptación de la financiación implica la aceptación de su inclusión en la lista de beneficiarios.

*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.*

**Público destinatario:** beneficiarios públicos y privados.

**Ejecutores:** Autoridad de Gestión, Organismos Intermedios.

### Medida 1.9:

**Descripción:** A través de los Informes Anuales de Ejecución, de forma cuantitativa y cualitativa y mediante la aplicación de seguimiento INFOCO2014, de manera cuantitativa, se llevará a cabo el seguimiento de las medidas de información y comunicación adoptadas para dar a conocer la Política de Cohesión de la Unión Europea.



Indicador	Unidad Medida	Objetivo	Medida de Acción	Indicador de Seguimiento	Estado	Fecha	Responsable	Notas
10	% de acciones de difusión	100		% de acciones de difusión	100	10/10/2014		
11	% de participaciones en eventos	100		% de participaciones en eventos	100	10/10/2014		
12	% de acciones de difusión	100		% de acciones de difusión	100	10/10/2014		
13	% de acciones de difusión	100		% de acciones de difusión	100	10/10/2014		
14	% de acciones de difusión	100		% de acciones de difusión	100	10/10/2014		
15	% de acciones de difusión	100		% de acciones de difusión	100	10/10/2014		
16	% de acciones de difusión	100		% de acciones de difusión	100	10/10/2014		
17	% de acciones de difusión	100		% de acciones de difusión	100	10/10/2014		

**Público destinatario:** ciudadanía, medios de comunicación.

**Ejecutores:** Autoridad de Gestión, Organismos Intermedios, beneficiarios públicos y privados.

### Medida 1.10:

**Descripción:** Medidas de impacto.

Mediante el estudio de los casos de buenas prácticas detectados y los indicadores de impacto obtenidos por los evaluadores externos e independientes, se procederá al análisis del impacto de la Estrategia de Comunicación y la aplicación de las medidas definidas en ella.

**Público destinatario:** ciudadanía, medios de comunicación, Administración, Europa.

**Ejecutores:** Autoridad de Gestión, Organismos Intermedios, beneficiarios públicos y privados.

### Medida 1.11:

**Descripción:** Publicación de los criterios de selección de las operaciones.

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.



**Público destinatario:** beneficiarios potenciales, beneficiarios públicos y privados, ciudadanía, medios de comunicación

**Ejecutores:** Autoridad de Gestión.

## **Concienciación**

### Medida 2.1:

**Descripción:** Organizar al menos un acto de difusión importante en el que se dé publicidad al lanzamiento del Programa Operativo de Empleo Juvenil.

Con la finalidad de que todos los destinatarios del Programa Operativo de Empleo Juvenil conozcan dicha intervención, así como las posibilidades de financiación que ofrece, se realizará un acto de presentación del mismo, con el objetivo último de darle la máxima difusión.

**Público destinatario:** beneficiarios potenciales, beneficiarios públicos y privados, ciudadanía, medios de comunicación, Administración, Europa.

**Ejecutores:** Autoridad de Gestión.

### Medida 2.2:

**Descripción:** Organizar un evento anual de carácter informativo en el que den a conocer las oportunidades de financiación y se presente las estrategias seguidas y los avances del Programa.

La Autoridad de Gestión organizará anualmente un evento referido a todos los Programas Operativos financiados con el FSE de aplicación en España, con la participación de la Comisión Europea, representantes de los Organismos Intermedios y Beneficiarios. Dicho evento tendrá lugar dónde se decida por parte de la Autoridad de Gestión y en el mismo se difundirán, de cara a la ciudadanía, los avances registrados en los distintos Programas Operativos, así como los aspectos relevantes de buenas prácticas en cada período.

**Público destinatario:** beneficiarios potenciales, beneficiarios públicos y privados, ciudadanía, medios de comunicación, Administración, Europa.

**Ejecutores:** Autoridad de Gestión.

### Medida 2.3:

**Descripción:** Exponer el emblema de la Unión Europea en las instalaciones de la Autoridad de Gestión.

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

**Público destinatario:** ciudadanía.

**Ejecutores:** Autoridad de Gestión, Organismos Intermedios.

#### Medida 2.4:

**Descripción:** Hacer una publicación electrónica con la lista de operaciones y actualizarla cada seis meses como mínimo.

Esta lista de operaciones se presentará en un formato adecuado que permita clasificar, consultar, extraer y comparar los datos, así como publicarlos fácilmente en internet, actualizándose como mínimo cada seis meses.

**Público destinatario:** beneficiarios potenciales, beneficiarios públicos y privados, ciudadanía, medios de comunicación, Administración, Europa.

**Ejecutores:** Autoridad de Gestión.

#### Medida 2.5:

**Descripción:** Destacar operaciones del Programa Operativo en la página web de la Autoridad de Gestión, a la que podrán acceder a través del portal único de la Autoridad de Gestión<sup>8</sup>. Los ejemplos de operaciones deben formularse en una lengua de la Unión Europea de amplia difusión distinta de la lengua o lenguas oficiales del Estado miembro, por tanto, serán redactadas en español e inglés.

Dichas operaciones deberán cumplir los criterios establecidos de forma consensuada en el ámbito del GERIP, es decir:

- 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,

<sup>8</sup> <http://www.empleo.gob.es/uafse/>

cualitativos e impacto en términos de crecimiento y empleo, diferenciando entre el impacto entre mujeres y hombres siempre que sea posible.

- 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.

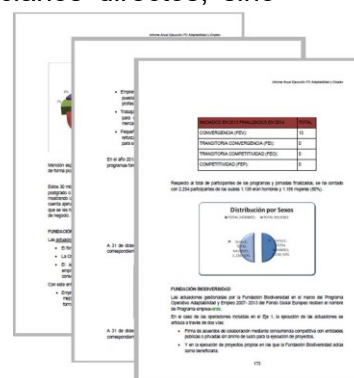
Debe mencionarse el alcance, no sólo sobre los beneficiarios directos, sino también sobre la población en general, con distinción entre hombres y mujeres, siempre que sea posible.

- 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 mediante un informe de buenas prácticas en el que se aportarán los argumentos necesarios para justificar el cumplimiento de los anteriores criterios, así como cuanta documentación gráfica y documental de apoyo se considere oportuna, el importe de la ayuda y el gasto total al que asciende la operación en cuestión y el impacto de la misma en términos de desarrollo económico y empleo.

Todos los organismos públicos que reciban Fondos procedentes de la Política de Cohesión en cada Programa Operativo deberán presentar al menos una buena práctica por año. Esta obligación se hace extensible a aquellos Organismos Públicos que gestionan líneas de ayudas 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. En todo caso, y en la medida que sea posible se intentará que el montante global que supongan las Buenas Prácticas en el total del período supere al menos el 50% del montante total asignado.

**Público destinatario:** beneficiarios potenciales, beneficiarios públicos y privados, ciudadanía, medios de comunicación, Administración, Europa.



**Ejecutores:** Autoridad de Gestión con la colaboración de los Organismos Intermedios y/o beneficiarios públicos y privados.

#### Medida 2.6:

**Descripción:** Actualizar la información sobre la ejecución del Programa Operativo, sus principales logros, en el portal único de la Autoridad de Gestión.

En el portal único de la Autoridad de Gestión se actualizará periódicamente la información que se proporcione sobre la ejecución del Programa. Los contenidos de este portal único serán:

- Información relacionada con el proceso de programación, gestión, evaluación y control.
- Estrategia de Comunicación, así como sus avances.
- Información dirigida a los beneficiarios y organismos gestores de las distintas actuaciones, con información y documentación de su interés: manuales de gestión y control de las operaciones, guía de información y comunicación dirigida a los gestores, etc.
- Selección de noticias destinadas a informar sobre las novedades que se produzcan en el ámbito del Fondo Social europeo y, en especial, sobre la evolución del Programa Operativo de Empleo Juvenil.
- Zona de descarga de documentación en formato electrónico relacionada con el Programa Operativo.

**Público destinatario:** beneficiarios potenciales, beneficiarios públicos y privados, ciudadanía, medios de comunicación, Administración, Europa.

**Ejecutores:** Autoridad de Gestión.

#### Medida 2.7:

**Descripción:** Inclusión en las páginas web de los Organismos Intermedios de toda la información necesaria para facilitar la accesibilidad al Programa.

Entre dicha documentación, se puede incluir:

- Documentos de Programación.
- Normativa aplicable.
- Manuales de normas y procedimientos.
- Convocatorias de ayuda.
- Resoluciones de las distintas convocatorias.

- Etc.

**Público destinatario:** beneficiarios potenciales, beneficiarios públicos y privados, ciudadanía, medios de comunicación.

**Ejecutores:** Organismos Intermedios.

#### Medida 2.8:

**Descripción:** Realizar campañas divulgativas de las medidas incluidas en el Programa Operativo.

A lo largo del período de ejecución del Programa Operativo, desde la Autoridad de Gestión, los distintos Organismos Intermedios y/o Beneficiarios se pondrán en marcha campañas publicitarias en los medios de comunicación que se consideren en cada caso más oportunos (televisión, prensa, radio, páginas web, redes sociales), con el objeto de difundir a la ciudadanía los logros, avances y resultados de las acciones emprendidas.

En particular, a través de los medios de comunicación se tratará de que la ciudadanía, en general, conozca el papel del Fondo Social Europeo juega en la inclusión sociolaboral de las personas jóvenes y en la mejora de la calidad de vida de la población española.

**Público destinatario:** beneficiarios potenciales, ciudadanía, medios de comunicación.

**Ejecutores:** Autoridad de Gestión, Organismos Intermedios, beneficiarios públicos y privados.

#### Medida 2.9:

**Descripción:** Celebración del Día de Europa (9 de mayo).

La celebración de este acto tendrá un carácter festivo, en el cual se involucrará en su realización a colectivos diferenciados de la sociedad, como pueden ser niños, jóvenes, ancianos, con la finalidad última de explicarles, de forma clara, sencilla y accesible, lo que es Europa, el Fondo Social Europeo y la importancia que tiene la Política de Cohesión en la creación de empleo formación, inclusión, etc.

**Público destinatario:** beneficiarios potenciales, ciudadanía, medios de comunicación.

**Ejecutores:** Autoridad de Gestión, de forma voluntaria los Organismos Intermedios.



#### Medida 2.10:

**Descripción:** Utilización de los medios de comunicación para informar sobre determinadas actividades del Programa Operativo, con especial interés para la ciudadanía: difusión de noticias, notas de prensa, reportajes, etc.

Dar a conocer a la ciudadanía determinadas actividades desarrolladas en el marco del Programa Operativo, que puedan ser de máximo interés, facilitando, así, su comprensión.



**Público destinatario:** beneficiarios potenciales, ciudadanía, medios de comunicación.

**Ejecutores:** Autoridad de Gestión, Organismos Intermedios, beneficiarios públicos y privados.

#### Medida 2.11:

**Descripción:** Organizar seminarios, jornadas y conferencias para dar a conocer actividades concretas del Programa.

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

**Público destinatario:** beneficiarios potenciales, beneficiarios públicos y privados.

**Ejecutores:** Autoridad de Gestión, Organismos Intermedios, beneficiarios públicos y privados.



#### Medida 2.12:

**Descripción:** Convocatoria de ruedas de prensa para informar a la opinión pública cuestiones relacionadas con eventos concretos o la difusión de determinadas actividades del Programa.

**Público destinatario:** ciudadanía, medios de comunicación.

**Ejecutores:** Autoridad de Gestión, Organismos Intermedios, beneficiarios públicos y privados.

#### Medida 2.13:

**Descripción:** Convocatorias de ruedas de prensa tras los Comités de Seguimiento.

Tras los Comités de Seguimiento es adecuado convocar a la prensa para poner de manifiesto las principales conclusiones que se han alcanzado, así como la marcha en la ejecución del Programa y los logros que se están alcanzando con el mismo.

**Público destinatario:** ciudadanía, medios de comunicación.

**Ejecutores:** Autoridad de Gestión.

#### Medida 2.14:

**Descripción:** Utilización de las redes sociales para comunicar y difundir actividades concretas del Programa, con la creación de una cuenta Facebook, por ejemplo.

**Público destinatario:** beneficiarios potenciales, ciudadanía, medios de comunicación.

**Ejecutores:** Autoridad de Gestión, Organismos Intermedios, beneficiarios públicos y privados.



#### Medida 2.15:

**Descripción:** Selección y recopilación de casos de buenas prácticas.

Todos los actores implicados en la gestión del Programa Operativo deben destacar los mejores proyectos efectuados al amparo del Programa y ponerlos a disposición del público, en general, y de aquellos colectivos interesados, en particular, para dar a conocer en qué se está invirtiendo el Fondo Social Europeo destinado al Programa. Estos casos de buenas prácticas serán incluidos en el portal único de la Autoridad de Gestión.

**Público destinatario:** beneficiarios potenciales, ciudadanía, medios de comunicación.

**Ejecutores:** Organismos Intermedios, beneficiarios públicos y privados.

#### Medida 2.16:

**Descripción:** Utilización del lema que se venía utilizando en el período de programación 2007-2013:

*El FSE invierte en tu futuro.*

Incluir en todas las actuaciones de comunicación y en la documentación, siempre que sea posible, el lema acordado para el Fondo Social Europeo, para que se resalte el valor añadido del mismo y de la Unión Europea.

**Público destinatario:** beneficiarios potenciales, ciudadanía, medios de comunicación.

**Ejecutores:** Autoridad de Gestión, Organismos Intermedios, beneficiarios públicos y privados.

### Medida 2.17:

**Descripción:** Al finalizar el período de programación, se organizará un acto público para dar a conocer los resultados del Programa Operativo.

Bajo la premisa de concienciar de los objetivos y resultados del Fondo Social Europeo y de la Política de Cohesión de la Unión Europea, se realizará un acto, en el cual, se expongan las inversiones realizadas en el marco del Programa Operativo y los resultados obtenidos con las mismas.

**Público destinatario:** ciudadanía, medios de comunicación.

**Ejecutores:** Autoridad de Gestión con la colaboración de los organismos Intermedios.

### **Coordinación**

#### Medida 3.1:

**Descripción:** Elaboración de metodologías de trabajo.

Es fundamental establecer líneas de trabajo que fomenten la coordinación y la homogeneización de las tareas a realizar en todos los ámbitos de ejecución del Programa Operativo, es decir, seguimiento, gestión, control, evaluación, comunicación y cierre. Por ello, se elaborarán aquellos documentos que faciliten las labores a realizar durante el período de vida del Programa Operativo.



**Público destinatario:** beneficiarios potenciales, beneficiarios públicos y privados, Administración, Europa.

**Ejecutores:** Autoridad de Gestión, Organismos Intermedios.

#### Medida 3.2:

**Descripción:** Realización de reuniones, jornadas, seminarios con la finalidad de poner en común obligaciones en materia de información y comunicación.

Asimismo, es importante compartir y exponer las obligaciones existentes en materia de información y comunicación, así como, la resolución de posibles dudas que surjan, para ello, se hace necesario este tipo de encuentros

**Público destinatario:** beneficiarios potenciales, beneficiarios públicos y privados, Administración, Europa.

**Ejecutores:** Autoridad de Gestión, Organismos Intermedios.

#### Medida 3.3:

**Descripción:** Elaboración de documentos de orientaciones e instrucciones específicas en la materia.

Desde la Autoridad de Gestión y/o Organismos Intermedios se elaborará una guía que facilite el cumplimiento de las obligaciones en materia de información y comunicación.

**Público destinatario:** beneficiarios potenciales, beneficiarios públicos y privados.

**Ejecutores:** Autoridad de Gestión, Organismos Intermedios.

#### Medida 3.4:

**Descripción:** Participación en redes temáticas.

En el pasado período de programación ya se puso de manifiesto la gran utilidad de las redes temáticas, por tal motivo, en este período de programación 2014-2020 se seguirá trabajando en el mismo sentido. En dichas redes se facilitará documentación, además de fomentar el intercambio de experiencias.



**Público destinatario:** beneficiarios potenciales, beneficiarios públicos y privados, Administración, Europa.

**Ejecutores:** Autoridad de Gestión, Organismos Intermedios.

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.

### **3.4 Actuaciones a desarrollar por parte de los beneficiarios y fórmulas previstas para ayudar a los mismos en sus actuaciones de comunicación**

Las actuaciones a desarrollar por los beneficiarios serán aquellas vinculadas con las responsabilidades que asumen al adquirir tal condición<sup>9</sup>:

- 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<sup>10</sup>.
  - ✓ 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:

<sup>9</sup> Anexo XII del Reglamento (UE) nº 1303/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo de 17 de diciembre de 2013.

<sup>10</sup> Capítulo II y Anexo II.

- 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 Las herramientas a utilizar

En esta línea, se elaborarán los documentos, instrucciones, orientaciones, metodologías, etc. que puedan facilitar y ayudar a los agentes involucrados en el cumplimiento de sus obligaciones en materia de información y comunicación de las ejecuciones de las intervenciones, sus avances y su difusión.

Así, las principales herramienta a utilizar para el desarrollo de esta Estrategia de Comunicación serán:

- Páginas web de la Autoridad de Gestión, Organismos Intermedios y Beneficiarios.
- Redes sociales: Facebook, Twitter, Vimeo, Youtube.
- Actos públicos: Jornadas, seminarios, cursos, encuentros.
- Carteles, placas.
- Publicaciones: revistas, informes, folletos.
- Actividades informativas.
- Medios de comunicación: prensa, radio, televisión.
- Material elaborado en el marco del Grupo Español de Responsables en materia de Información y Publicidad (GERIP).

- Material elaborado y conclusiones alcanzadas en los Grupos de Trabajo que se creen en el marco del Programa Operativo.

Todas estas herramientas juegan un papel determinado, en función del público destinatario, no obstante, se dará prioridad a las redes sociales y a las páginas web. Está previsto que la intensidad de utilización de ambas herramientas sea, aproximadamente del 42%.

Aunque ninguna herramienta queda excluida para ningún grupo destinatario, por grupos las herramientas que se utilizarán de forma prioritaria serán las que se muestran en la siguiente matriz, haciéndose un especial hincapié en la utilización de las tecnologías de la información y la comunicación.

### Matriz de relaciones entre los grupos destinatarios y las herramientas a utilizar

Grupos destinatarios	Herramientas a utilizar									
	Páginas web	Redes sociales	Actos públicos	Material elaborado: instrucciones, orientaciones	Medios de comunicación tradicionales	Jornadas, actividades formativas, seminarios	Carteles, placas, folletos	Eventos	Documentación	Actividades informativas
Beneficiarios potenciales	✓	✓	✓	✓						
Beneficiarios públicos y privados	✓	✓		✓	✓	✓				
Colectivos diana / destinatarios últimos	✓	✓			✓		✓	✓		
Público en general: ciudadanía	✓	✓					✓	✓		
Medios de comunicación	✓	✓	✓				✓			
Administración y autoridades	✓	✓				✓	✓		✓	
Europa	✓	✓	✓						✓	✓

Además, tanto la Autoridad de Gestión como los Organismos Intermedios y Beneficiarios del Programa Operativo de Empleo Juvenil implementarán actuaciones específicas para la elaboración de materiales accesibles a personas con discapacidad.

Se deberá emplear subtítulos en los audiovisuales que se elaboren 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. 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.

## 4. Organismos responsables en materia de información y publicidad

La responsabilidad de la aplicación de esta Estrategia de Comunicación y del cumplimiento de la normativa comunitaria en materia de información y comunicación<sup>11</sup> recae, principalmente, sobre la Autoridad de Gestión, pero también sobre los Organismos Intermedios y los Beneficiarios.

Los organismos responsables son:

- Autoridad de Gestión del FSE: Unidad Administradora del Fondo Social Europeo, Ministerio de Empleo y Seguridad Social.
- Organismos Intermedios:
  - ✓ Servicio Público de Empleo Estatal, Ministerio de Empleo y Seguridad Social.
  - ✓ Consejo Superior de investigaciones Científicas, Ministerio de Economía y Competitividad.
  - ✓ Dirección General de Coordinación de Competencias con las Comunidades Autónomas y las Entidades Locales, Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas.
  - ✓ Dirección General de Investigación Científica y Técnica, Ministerio de Economía y Competitividad.
  - ✓ Cámara Oficial de Comercio de España.
  - ✓ Red.es, Ministerio de Industria, Energía y Turismo.
  - ✓ Fundación La Caixa.
  - ✓ Fundación EOI, Ministerio de Industria, Energía y Turismo.
  - ✓ Fundación INCYDE.
  - ✓ Andalucía.
  - ✓ Aragón.
  - ✓ Asturias.
  - ✓ Baleares.
  - ✓ Canarias.

---

<sup>11</sup> En el Reglamento (UE) nº 1303/2013, Anexo XII se especifica las responsabilidades de cada uno de los actores implicados en la información y comunicación sobre el apoyo procedente de los Fondos.

- ✓ Cantabria.
- ✓ Castilla-La Mancha.
- ✓ Castilla y León.
- ✓ Cataluña.
- ✓ Ceuta.
- ✓ Comunidad Valenciana.
- ✓ Extremadura.
- ✓ Galicia.
- ✓ Madrid.
- ✓ Melilla.
- ✓ Murcia.
- ✓ Navarra.
- ✓ País Vasco.
- ✓ La Rioja.
- Beneficiarios:
  - ✓ YMCA.
  - ✓ Cruz Roja Española.
  - ✓ Fundación Secretariado Gitano.
  - ✓ Fundación ONCE.

## 4.1 Creación de redes e intercambio de buenas prácticas

En el período de programación 2007-2013 se puso de manifiesto la importancia de las redes creadas al efecto y la metodología de trabajo llevada a cabo. A nivel nacional destaca el Grupo Español de Responsables de Información y Publicidad (GERIP) y a nivel europeo la Red INIO (Informal Network of ESF Information Officers), red que lleva funcionando desde 1994 para agrupar a los responsables de comunicación de las Autoridades de Gestión del Fondo Social Europeo de los distintos Estados miembro de la Unión Europea.



Así, como consecuencia de la utilidad de dichas redes, en el período 2014-2020 se continuará la colaboración con ellas y se procederá, igualmente, a la difusión de documentación, metodologías, instrucciones que se vayan elaborando, a través de todos los canales de distribución posibles, con la finalidad de darles la máxima difusión y fomentar la coordinación y homogeneización en materia de información y comunicación.

La red de comunicación GERIP reúne a los responsables en materia de información y comunicación en España en relación con el FSE y el FEDER. Su funcionamiento está basado en una fluida comunicación con todos los colectivos implicados en la gestión de los Fondos Europeos y con los beneficiarios y potenciales beneficiarios, para garantizar que se dispone de los mejores proyectos a cofinanciar con dichos fondos, además de la generación de mecanismos de información a la ciudadanía, con el fin último de informarles sobre el papel que la Política Europea de Cohesión juega en la mejora de su calidad de vida.



El GERIP está presidido por las Autoridades de Gestión del FSE y del FEDER y en él participan los responsables de comunicación de todas las Estrategias de Comunicación de los Programas Operativos Regionales del FSE y del FEDER de España.



Su objetivo principal es definir una estrategia de comunicación conjunta y común; coordinación, intercambio de conocimientos; creación de foros de discusión y el lugar para la toma de decisiones y orientaciones consensuadas por todos sus miembros para lograr una comunicación de los Fondos Europeos más eficaz y eficiente. Siendo, asimismo, el nexo de unión con las redes europeas INFORM e INIO.

Gracias a la labor realizada en el GERIP se ha logrado una importante concienciación en la necesidad de difundir y comunicar las oportunidades de financiación y dar a conocer las ejecuciones y los logros alcanzados con los Programas Operativos, así como, el importante papel de la Unión Europea en la mejora de la calidad de vida de los territorios y los colectivos.



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.

En la Medida 2.15 se establece la selección y recopilación de buenas prácticas, éstas han de servir de ejemplos del buen uso de los Fondos Europeos, de los logros e impactos que se pueden alcanzar y, además, que pueden ser de aplicación en otros territorios con problemas similares y colectivos parecidos. En este sentido, se considera que la Red INIO es un foro adecuado para compartir esta información y mostrar casos de buenas prácticas.

Además, 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"<sup>12</sup>.
- 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...) <sup>13</sup>.
- 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<sup>14</sup>.

<sup>12</sup> <http://www.redidi.es/>

<sup>13</sup>

[http://www.empleo.gob.es/uafse/es/COP/nacionales/Red\\_lucha\\_contra\\_el\\_abandono\\_temprano\\_de\\_la\\_educacion\\_y\\_la\\_formacion.html](http://www.empleo.gob.es/uafse/es/COP/nacionales/Red_lucha_contra_el_abandono_temprano_de_la_educacion_y_la_formacion.html)

<sup>14</sup> <http://www.redinclusion-social.es/>

- 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<sup>15</sup>.

Asimismo, se impulsará la creación de Grupos de Trabajo específicos para los distintos colectivos y para las diferentes áreas de actuación, que fomenten el intercambio de experiencias, el aprendizaje y aprovechamiento de las posibles sinergias que puedan existir.

#### **4.2 Personas de contacto responsables de la información y comunicación**

Serán responsables de la aplicación de la Estrategia de Comunicación y del cumplimiento de la normativa comunitaria en materia de información y comunicación, cada uno en las intervenciones de su competencia.

##### **Autoridad de Gestión.**

D<sup>a</sup> Begoña Ruiz Castillo.  
Subdirectora General Adjunta de Gestión.  
Unidad Administradora del Fondo Social Europeo.  
Ministerio de Empleo y Seguridad Social.  
C/ Pío Baroja, 6.  
28009 Madrid.  
Tel.: 91 363 18 00.  
Fax: 91 363 20 36.  
e-mail: [unidadadministradorafse@meyss.es](mailto:unidadadministradorafse@meyss.es)

##### **Organismos Intermedios.**

D. Miguel Ángel Tejedor García.  
Jefe de Servicio de Gestión y Seguimiento de Fondos Comunitarios.  
Servicio Público de Empleo Estatal.  
C/ Condesa de Venadito, 9.  
28077 Madrid.  
Tel.: 91 585 97 26.  
e-mail: [miguel-angel.tejedor@sepe.es](mailto:miguel-angel.tejedor@sepe.es)

D<sup>a</sup> M<sup>a</sup> Ángeles López Vázquez.

<sup>15</sup> <http://www.inmujer.gob.es/areasTematicas/redPolíticas/infoGeneral/home.htm>



Coordinadora de Áreas de recursos Humanos.  
Consejo Superior de Investigaciones Científicas. Ministerio de Economía y Competitividad  
Serrano 117  
28006 Madrid.  
Tel.: 91 5 68 14 62.  
28077 Madrid  
e-mail: [a.lopez@orgc.csic.es](mailto:a.lopez@orgc.csic.es)

D<sup>a</sup> María Rosa Delgado Sainz.  
Jefa de Servicio de Programas Provinciales.  
Dirección General de Coordinación de Competencias con la Comunidades Autónomas y las Entidades Locales, Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas.  
C/ José Marañón, 10.  
28010 Madrid.  
Tel.: 91 273 57 48.  
e-mail: [mrosa.delgado@seap.minhap.es](mailto:mrosa.delgado@seap.minhap.es)

D. Israel Marqués Martín  
Subdirector General de Investigación Científica y Técnica.  
Dirección General de Investigación Científica y Técnica, Ministerio de Economía y Competitividad.  
Paseo de la Castellana, 162, planta 19.  
28046 Madrid.  
e-mail: [Israel.marques@mineco.es](mailto:Israel.marques@mineco.es)

D<sup>a</sup> Paloma Mendoza.  
Comunicación.  
Cámara Oficial de Comercio de España.  
C/ Ribera del Loira, 12.  
28042 Madrid.  
Tel.: 91590 69 88.  
e-mail: [paloma.mendoza@camara.es](mailto:paloma.mendoza@camara.es)

D<sup>a</sup> Amparo Puente García.  
Subdirectora Administración y Finanzas y Fondos Comunitarios.  
Red.es. Ministerio de Industria, Energía y Turismo.  
Edificio Bronce. Plaza Manuel Gómez, s/n.  
28020 Madrid.  
Tel.: 91 212 76 20 / 25 Ext 4417.  
e-mail: [amparo.puente@red.es](mailto:amparo.puente@red.es)

D<sup>a</sup> Tiscar Lara.  
Directora de Comunicación.  
Fundación EOI. Ministerio de Industria, Energía y Turismo.  
Avda. Gregorio del Amo, 6. Ciudad Universitaria.  
28040 Madrid.  
Tel.: 91 349 56 56.  
e-mail: [tiscar.lara@eoi.es](mailto:tiscar.lara@eoi.es) / [oifse@eoi.es](mailto:oifse@eoi.es)

D. Alberto Abad Fernández  
Departamento de Publicidad e Imagen Corporativa. Área de Comunicación y Marketing  
Fundación Bancaria "La Caixa".

Avda. Diagonal, 621, Torre 2, Plta 4  
208028 Barcelona  
Tel: 93 93 404 49 69  
e-mail: [aabad@fundaciolacaixa.org](mailto:aabad@fundaciolacaixa.org)

D. Aurelio Jiménez Romero  
Director de Desarrollo  
Fundación INCYDE  
C/ Ribera del Loira, 12  
28042 Madrid  
Tel.: +34 915 906 960  
e-mail: [ajimenez@incydecamaras.es](mailto:ajimenez@incydecamaras.es)

D<sup>a</sup> M<sup>a</sup> Luz Picado Durán.  
Subdirectora General Dirección General de Fondos Europeos.  
Consejería de Economía y Conocimiento Junta de Andalucía.  
C/Juan Antonio Vizarrón s/n, Edif. Torretriana, Isla de la Cartuja.  
41092 Sevilla.  
Tel.: 955 06 50 22.  
Fax: 0034 955 06 50 14.  
e-mail: [marial.picado@juntadeandalucia.es](mailto:marial.picado@juntadeandalucia.es)

D. Gabriel Navarro Molines.  
Jefe del Servicio de Fondos Europeos.  
Dirección General de Presupuestos, Financiación y Tesorería Departamento de Hacienda y Administración Pública del Gobierno de Aragón.  
Plaza de los Sitios, 7, 3<sup>a</sup> Planta.  
50071 Zaragoza.  
Tel: 976 71 42 71.  
Fax: 976 71 51 50  
e-mail: [gnavarrom@aragon.es](mailto:gnavarrom@aragon.es)

D<sup>a</sup>. Marta Fernández García  
Jefa del Servicio de Programas Europeos  
Servicio Público de Empleo  
Gobierno del Principado de Asturias  
C/ Eduardo Herrera, "Herrerita", s/n, 1<sup>a</sup> planta, sector derecho  
33006 Oviedo  
Tel.: 985 66 81 01  
e-mail: [marta.fernandezgarcia@asturias.org](mailto:marta.fernandezgarcia@asturias.org)

D<sup>a</sup> Pilar Gomila Sureda.  
Área de Fondos, Programas y Proyectos de la Administración Pública.  
Centre Balears Europa.  
Carrer del Palau Reial, 17.  
07001 Palma, Islas Baleares.  
Tel.: 971 78 43 42.  
Fax: 91 78 43 35.

e-mail: [pgomila@cbe.caib.es](mailto:pgomila@cbe.caib.es)

D<sup>a</sup> María del Pilar Almeida Trujillo.  
Jefa de Servicio  
Dirección General de Planificación y Presupuesto  
Consejería de Economía, Hacienda y Seguridad  
Gobierno de Canarias  
Tel.: 928 30 30 00  
Fax: 928 30 30 62  
e-mail: [malmtru@gobiernodecanarias.org](mailto:malmtru@gobiernodecanarias.org)

D<sup>a</sup> Beatriz Berraondo Trueba.  
Técnica de Seguimiento del Fondo Social Europeo.  
Servicio Cántabro de Empleo.  
Paseo General Dávila, 87.  
39006 Santander.  
Tel.: 942 20.50.63.  
e-mail: [berraondo\\_b@cantabria.es](mailto:berraondo_b@cantabria.es)

D<sup>a</sup> Elena González Maestro.  
Técnica de Seguimiento del Fondo Social Europeo.  
Servicio Cántabro de Empleo.  
c/ Castilla 13, 6<sup>a</sup> planta.  
39009 Santander.  
Tel.: 942 20.50.64.  
e-mail: [gonzalez\\_el@gobcantabria.es](mailto:gonzalez_el@gobcantabria.es)

D. Carlos Miguel Sánchez.  
Jefe de Servicio de Planificación y Asuntos Europeos.  
Consejería de Economía, Empresas y Empleo. Castilla-La Mancha.  
Tel.: 925 26 98 64.  
e-mail: [carlosmiguels@jccm.es](mailto:carlosmiguels@jccm.es)

D<sup>a</sup> Eva Martín Delgado.  
Jefa de Servicio de Fondos Europeos.  
Dirección General de Presupuestos y Estadística. Castilla y León.  
C/ José Cantalapiedra, 2.  
47014 Valladolid.  
Tel.: 983 41 41 91.  
Fax: 983 41 14 33  
e-mail: [mardelev@jcy.es](mailto:mardelev@jcy.es)

D<sup>a</sup> Elisa Vicario.  
Responsable de Actuaciones Externas.  
Servei Públic d'Ocupació de Catalunya.  
Carrer de LLull, 297.  
08019 Barcelona.  
Tel.: 93 553 61 00  
e-mail: [evicario@gencat.cat](mailto:evicario@gencat.cat)

D Diego Sastre Ruiz.  
Responsable de Publicidad Institucional.  
Ciudad Autónoma de Ceuta.

C/ Padilla, s/n Edificio Ceuta – Center.  
51001 Ceuta.  
Tel.: 956 52 82 72.  
Fax: 956 52 82 73.  
e-mail: [diegosastre@procesa.es](mailto:diegosastre@procesa.es)

D<sup>a</sup> Concha Játiva Sevilla.  
Subdirección General de Financiación y Fondos Europeos.  
Dirección General de Financiación y Fondos Europeos. Comunidad Valenciana.  
Calle Palau, 14 - 3<sup>o</sup>  
46003 - Valencia  
Tel.: 961 613 017.  
Fax: 961 613 046.  
e-mail: [jativa\\_con@qva.es](mailto:jativa_con@qva.es)

D. Javier Aza Donoso  
Jefe de Servicio de Fondos Comunitarios  
Dirección General de Financiación Autonómica y Fondos Europeos. Extremadura.  
P<sup>o</sup> de Roma, s/n. Edif. Morerías.  
06800 Mérida.  
Tel.: 924 00 57 22.  
e-mail: [javier.aza@gobex.es](mailto:javier.aza@gobex.es)

D. Alberto Gutiérrez Piñeiro.  
Jefe del Servicio de Seguimiento y Evaluación de los Fondos Comunitarios.  
Dirección Xeral de Proxectos e Fondos Europeos.  
Consellería de Facenda  
Xunta de Galicia  
Tel.: 34 - 981 957 293.  
e-mail: [alberto.gutierrez.pineiro@xunta.es](mailto:alberto.gutierrez.pineiro@xunta.es)

D<sup>a</sup> Julia Martínez Cob  
Jefa de la Unidad de FSE  
Dirección General de Asuntos Europeos y Cooperación con el Estado  
Subdirección General de Fondos Europeos y Política Regional  
Consejería de Presidencia, Justicia y Portavocía del Gobierno Comunidad de Madrid.  
C/ Carretas 4, 3<sup>a</sup> planta.  
28012 Madrid  
Tel.: 91.420.75.85  
e-mail: [fse@madrid.org](mailto:fse@madrid.org)

D. Juan Carlos Reina Soler.  
Técnico de Fondos Europeos.  
Proyecto Melilla, S.A. / Dirección General de Fondos Europeos Ciudad Autónoma de Melilla.  
Paseo del Cargadero del Mineral, local nº34.  
52004 Melilla.  
Tel.: 95.269.66.90  
Fax: 95.269.66.91

e-mail: [carlosreina@promesa.net](mailto:carlosreina@promesa.net) / [jreina02@melilla.es](mailto:jreina02@melilla.es)

D<sup>a</sup> Concepción Cebrián Moncho.  
Técnica Responsable.  
Dirección General de Presupuestos y Fondos Europeos Consejería de Hacienda y Administración Pública de la Región de Murcia.  
Tel.: 968 36 59 93  
e-mail: [Concepcion.cebrian@carm.es](mailto:Concepcion.cebrian@carm.es)

D<sup>a</sup> M<sup>a</sup> Carmen Machiñena Solera.  
Servicio de Proyección Internacional.  
Departamento de Desarrollo Económico. Gobierno de Navarra.  
C/ Arrieta N<sup>o</sup> 8 -5<sup>a</sup> Planta.  
31002 Pamplona (Navarra).  
Tel.: 848 42 62 06.  
Fax: 848 42 37 96.  
e-mail: [mc.machinena.solera@cfnavarra.es](mailto:mc.machinena.solera@cfnavarra.es)

D<sup>a</sup>. Miren Ortega Etcheverry y D<sup>ña</sup>. Ana Requero Zabala.  
Dirección de Planificación e Innovación en el Empleo  
Departamento de Empleo y Políticas Sociales  
Gobierno Vasco  
C/ Donostia-San Sebastián, 1  
01010 Vitoria-Gasteiz  
Tel.: 945-019115  
e-mail: [miren.ortega@euskadi.eus](mailto:miren.ortega@euskadi.eus) / [a-requero@euskadi.eus](mailto:a-requero@euskadi.eus)

D<sup>a</sup> Noelia Canal González.  
Técnico de Empleo.  
Sección de Observatorio para el Empleo.  
Dirección General de Empleo.  
C/ Gran Vía 56, Entreplanta.  
26005 Logroño.  
Tel.: 941 29 19 42.  
e-mail: [ncanal@larioja.org](mailto:ncanal@larioja.org)

#### Beneficiarios.

D<sup>a</sup> Laura López  
YMCA España  
C/ Castillo, 24.  
28010 Madrid.  
Tel.: 91 319 21 26.  
Fax: 91 205 33 08  
e-mail: [l.lopez@ymca.es](mailto:l.lopez@ymca.es)

D<sup>a</sup> Carmen Cárdenas  
Técnica de Empleo  
Cruz Roja  
C/ Reina Victoria, 26  
28003 Madrid  
Tel.: 91 335 43 53

e-mail: [ccardenas@cuzroja.es](mailto:ccardenas@cuzroja.es)

D Benjamín Cabaleiro Sobrino  
Responsable de Comunicación  
Fundación Secretariado Gitano  
C/ Ahijones, s/n  
28018 Madrid  
Tel.: 645 87 63 84 / 91 422 09 60  
Fax: 91422 09 61  
e-mail: [benjamín.cabaleiro@gitanos.org](mailto:benjamín.cabaleiro@gitanos.org)

D José María Alías  
Jefe del Dpto. de Comunicación  
Fundación ONCE  
C/ Sebastián Herrera, 15  
28012 Madrid  
Tel.: 91 506 88 40  
Fax: 91 539 34 87  
e-mail: [jalias@servimedia.net](mailto:jalias@servimedia.net)

## 5. Presupuesto indicativo

Para acometer esta Estrategia de Comunicación se dispone de un presupuesto de 31.925.251 euros, cofinanciados con el eje de Asistencia Técnica del Programa Operativo de Empleo Juvenil FSE 2014-2020. “Objetivo Específico: Conseguir que los potenciales beneficiarios, así como la sociedad en su conjunto, estén debidamente informados sobre todos los aspectos relevantes del Programa Operativo y puedan actuar en consecuencia”.



La distribución del presupuesto indicativo por tipo de actividad será:

TIPO DE ACTIVIDAD	PRESUPUESTO INDICATIVO
Actividades y actos públicos	5.746.545 €
Difusión en medios de comunicación	13.408.605 €
Publicaciones realizadas	7.023.555 €
Información a través de páginas web	1.915.515 €
Información a través de las redes sociales	319.253 €
Información a través de cualquier tipo de cartelería	1.915.515 €
Instrucciones emitidas hacia los participantes del POEJ	319.253 €
Redes de información y comunicación	1.277.010 €
<b>TOTAL</b>	<b>31.925.251 €</b>

Por lo que respecta a las actuaciones de información y comunicación a desarrollar por la Autoridad de Gestión, éstas son recogidas en esta Estrategia de Comunicación, pero su coste no se ha incluido en este presupuesto para evitar duplicidades, ya que serán presupuestadas en la Estrategia de Comunicación del Programa Operativo de Asistencia Técnica.

## 6. Sistemas de seguimiento de la Estrategia de Comunicación

El sistema de seguimiento de las medidas incluidas en la Estrategia de Comunicación del Programa Operativo de Empleo Juvenil está dirigido a cumplir con lo estipulado en el artículo 116 del Reglamento (UE) 1303/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo. Su principal objetivo es garantizar que, en todo momento, se disponga de la información necesaria para atender los requerimientos establecidos en la reglamentación.

Así, en el artículo 110 del citado Reglamento se dispone que el Comité de Seguimiento del Programa Operativo examinará la aplicación de la Estrategia de Comunicación; por su parte, el artículo 116 determina que la Autoridad de Gestión informará al Comité de Seguimiento acerca del avance en la aplicación de la Estrategia de Comunicación, el análisis de los resultados obtenidos y las actividades de información y comunicación previstas para el siguiente ejercicio.

Igualmente, en los Informes Anuales de Ejecución se incluirá un epígrafe específico, en el cual se darán a conocer los resultados de las medidas de información y comunicación del Fondo Social Europeo aplicadas conforme a la Estrategia de Comunicación definida. Se ofrecerá tanto información cualitativa como cuantitativa:

1. Medidas de información y comunicación llevadas a cabo en el marco de la Estrategia de Comunicación.
2. Medios y canales de comunicación empleados.
3. Disposiciones relativas a la publicación de la lista de beneficiarios.
4. Grado de ejecución física y financiera de la Estrategia de Comunicación.
5. Propuesta de modificación, si fuera el caso, de la Estrategia de Comunicación.

Además, se llevará a cabo un seguimiento pormenorizado de cada una de las operaciones que conforman el Programa Operativo. Para ello, se diseñarán en el marco de la red de comunicación unas listas de comprobación, que permitirán realizar dicho seguimiento y facilitarán información para poder realizar las evaluaciones intermedia y final de la Estrategia de Comunicación.

Dichas listas serán cumplimentadas a lo largo del período de programación, su periodicidad dependerá de la casuística de cada operación.





## 7. Evaluación de la Estrategia

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:

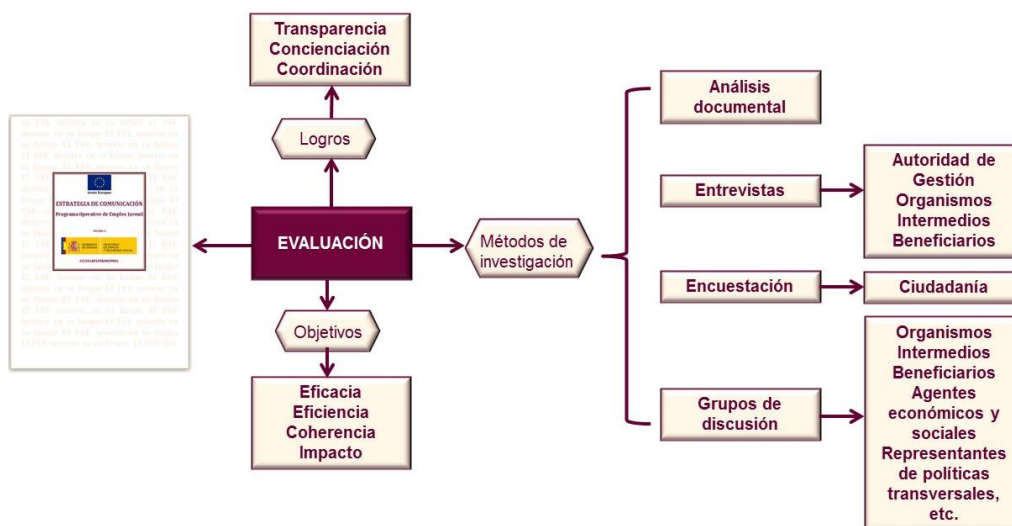
Objetivo general:

- Impacto de la Estrategia de Comunicación del POEJ.

Objetivos específicos:

- Transparencia.
- Concienciación.
- Coordinación.

### Esquema del proceso de evaluación



En este contexto, está previsto realizar dos ejercicios de evaluación a lo largo del período de programación 2014-2020, una evaluación intermedia en 2019 y una evaluación final en 2022. 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 <sup>16</sup>	Valor objetivo 2020 <sup>17</sup>
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 Partícipes 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:

<sup>16</sup> Los datos de partida se han obtenido a partir del análisis de los datos obtenidos en los informes de evaluación de los Planes de Comunicación del período de programación 2007-2013.

<sup>17</sup> Para el año 2020, se han realizado estimaciones de los indicadores en función del comportamiento de los mismos en el período de programación 2007-2013.

- 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.
- ✓ 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.



### Relación entre los indicadores de evaluación y seguimiento y los logros



Así, además de obtenerse información cualitativa de la implementación de la Estrategia de Comunicación del Programa Operativo de Empleo Juvenil se adquirirá la información suficiente para cuantificar los indicadores de impacto, es decir:

- Grado de conocimiento de las obligaciones (%).
- Tasa de satisfacción (%).
- Tasa de utilidad de las actuaciones (%).
- Grado de conocimiento del FSE (%).
- Grado de conocimiento del papel desempeñado por la Unión Europea (%).

Los resultados de estas evaluaciones:

- Se presentarán en el Comité de Seguimiento de las correspondientes anualidades.
- Se incluirán como Anexos a los Informes Anuales de Ejecución correspondientes.
- Se pondrán a disposición del público en general a través de la página web de la Autoridad de Gestión.

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.

## 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:

- Actividades y actos públicos. Se recoge el número de actos de lanzamiento del Programa Operativo para el que se elabora la Estrategia de Comunicación, los actos informativos importantes anuales, acto en torno al Día de Europa y cualquier otro evento contemplado para desarrollar las medidas de la Estrategia o transmitir información acerca de la política comunitaria en España.
- Medidas de difusión en medios de comunicación. Se recogen distintos tipos de acciones de difusión realizadas en los medios (spot en TV, anuncios en prensa, cuñas en radio, “banner” en internet, notas de prensa, etc.), ya sean utilizados de forma individual o formando parte de una campaña publicitaria más amplia, con el fin de dar a conocer el Programa Operativo o alguna de sus actuaciones concretas, y de la política de cohesión europea, entre la ciudadanía.
- Publicaciones realizadas. Se recoge cualquier tipo de publicaciones editadas (en soporte papel o electrónico: libros, folletos, revistas, CD, DVD, vídeos, etc.) dirigidos a la ciudadanía con la finalidad de dar a conocer el Programa Operativo o alguna de sus actuaciones concretas.
- Información a través de páginas web. Contabiliza las principales web utilizadas para la transmisión de información sobre el Programa Operativo o algunas actuaciones en concreto. Se contabilizarán no sólo la de la Autoridad de Gestión sino las de los Organismos Intermedios y/o Beneficiarios Públicos que participan en la aplicación del FSE de este Programa Operativo.

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 tipos de soportes (carteles, placas, expositores, stands y/o vallas) utilizados con fines publicitarios, con la finalidad de dar a conocer el Programa Operativo o alguna de sus actuaciones concretas entre la ciudadanía. También se incluirá el material promocional realizado (bolígrafos, carpetas, camisetas, pendrives, etc.).

- Instrucciones/Orientaciones dirigidas a los participantes en el Programa Operativo. Se incluye toda la documentación distribuida desde la Autoridad de Gestión y/o los Organismos Intermedios a los gestores del Programa Operativo, potenciales beneficiarios y/o beneficiarios del FSE (guías metodológicas, instrucciones, informes, etc.).
- Redes de información y comunicación. Se recogen las Redes de Comunicación establecidas para poner en marcha y llevar a la práctica la Estrategia de Comunicación definida, 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.

En consecuencia, se definen **tres tipos de indicadores**<sup>18</sup>:

- 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.
  - ✓ Número de visitas a las páginas web.
  - ✓ Porcentaje de incremento del número de usuarios/as de redes sociales.
  - ✓ Porcentaje de organismos cubiertos por la documentación interna distribuida.

---

<sup>18</sup>Siempre que sea posible, en función de la casuística del indicador, éste será desagregado por sexo.

- ✓ N° de reuniones de las redes.
- ✓ N° de asistentes a las reuniones de las redes.
- De impacto<sup>19</sup>.
  - ✓ 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:

Tipos de actividades	Indicadores de realización		Indicadores de resultados	
	1. Actividades y actos públicos	N° eventos realizados	1.389	N° asistentes
2. Difusión en medios de comunicación	N° actos difusión	2.889		
3. Publicaciones realizadas	N° publicaciones externas	581	% publicaciones distribuidas / editadas	99%
			N° puntos de distribución	95
4. Información a través de páginas web	N° páginas web	31	N° visitas	19.735.062
5. Información a través de las redes sociales	N° usuarios/as	120.000	Incremento del número de usuarios/as (%)	15%
6. Información a través de cualquier tipo de cartelería	N° soportes publicitarios	581		

<sup>19</sup>Estos indicadores son obtenidos por los evaluadores externos independientes que realicen los distintos informes de evaluación.

Tipos de actividades	Indicadores de realización		Indicadores de resultados	
	7. Instrucciones emitidas hacia los participantes del Programa Operativo	Nº documentación interna distribuida	256	% organismos cubiertos
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?
  - ✓ ¿Realiza una recopilación gráfica de las actuaciones informativas y publicitarias llevadas a cabo?
  - ✓ ¿Ha utilizado el lema acordado en la Estrategia de Comunicación en el material de comunicación que haya puesto en práctica?
  - ✓ ¿Ha organizado alguna jornada, curso, seminario para dar a conocer la gestión del Programa Operativo y sus resultados?

- ✓ ¿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?
  - ✓ ¿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?