Unión Europea

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE HACIENDA

Una manera de hacer Europa

# EL PROCESO DE EVALUACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DEL REINO DE ESPAÑA

MADRID 23 de ENERO de 2019

Unión Europea

# GUÍA PARA SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE HACIENDA

# CARACTERÍSTICAS DE LA GUÍA DE SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

- ES ÚNICA PARA TODOS LOS FONDOS

ES UNA GUÍA PARA EL SEGUIMIENTO Y PARA LA EVALUACIÓN

RECOGE LOS OBJETIVOS

- DAR VISIBILIDAD A LOS POs Y CONCIENCIAR A LA CIUDADANÍA DEL PAPEL DE LA UNIÓN EUROPEA
- EL ALCANCE A LOS DISTINTOS COLECTIVOS
- LA PROPORCIONALIDAD

RECOGE LOS ROLES Y RESPONSABILIDADES DE TODOS LOS IMPLICADOS EN EL PROCESO:

- COMISIÓN EUROPEA, AUTORIDADES DE GESTIÓN, ORGANISMOS RESPONSABLES DE LOS PLANES DE COMUNICACIÓN REGIONALES, OTROS ORGANISMOS DE LAS DISTINTAS ADMINISTRACIONES, BENEFICIARIOS, EVALUADORES....

PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

Unión Europea

# INDICADORES DE REALIZACIÓN Y RESULTADOS

GOBIERNO DE ESPAÑA MINISTERIO DE HACIENDA

| Tipo Actividad | Indicador realización | Selección | Ejecución | Nombre Actuación | Indicador Resultado | Ejecución | Fecha | Montante | Planes |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 01 | Nº de eventos realizados | ☑ | | | Nº de asistentes | | | | Mostrar Planes |
| 02 | Nº de actos de difusión | ☑ | | | | | | | Mostrar Planes |
| 03 | Nº de publicaciones externas | ☐ | | | % publicaciones distribuidas / editadas | | | | Mostrar Planes |
| | | | | | Nº puntos de distribución | | | | Mostrar Planes |
| 04 | Nº de páginas web | ☑ | | | Nº de visitas | | | | Mostrar Planes |
| 05 | Nº de soportes publicitarios | ☐ | | | | | | | Mostrar Planes |
| 06 | Nº de documentación interna distribuida | ☐ | | | % de organismos cubiertos | | | | Mostrar Planes |
| 07 | Nº de redes | ☐ | | | Nº reuniones | | | | Mostrar Planes |
| | | | | | Nº asistentes | | | | Mostrar Planes |

Cancelar Aceptar

# HERRAMIENTAS Y TÉCNICAS DE EVALUACIÓN

## SISTEMA DE INDICADORES

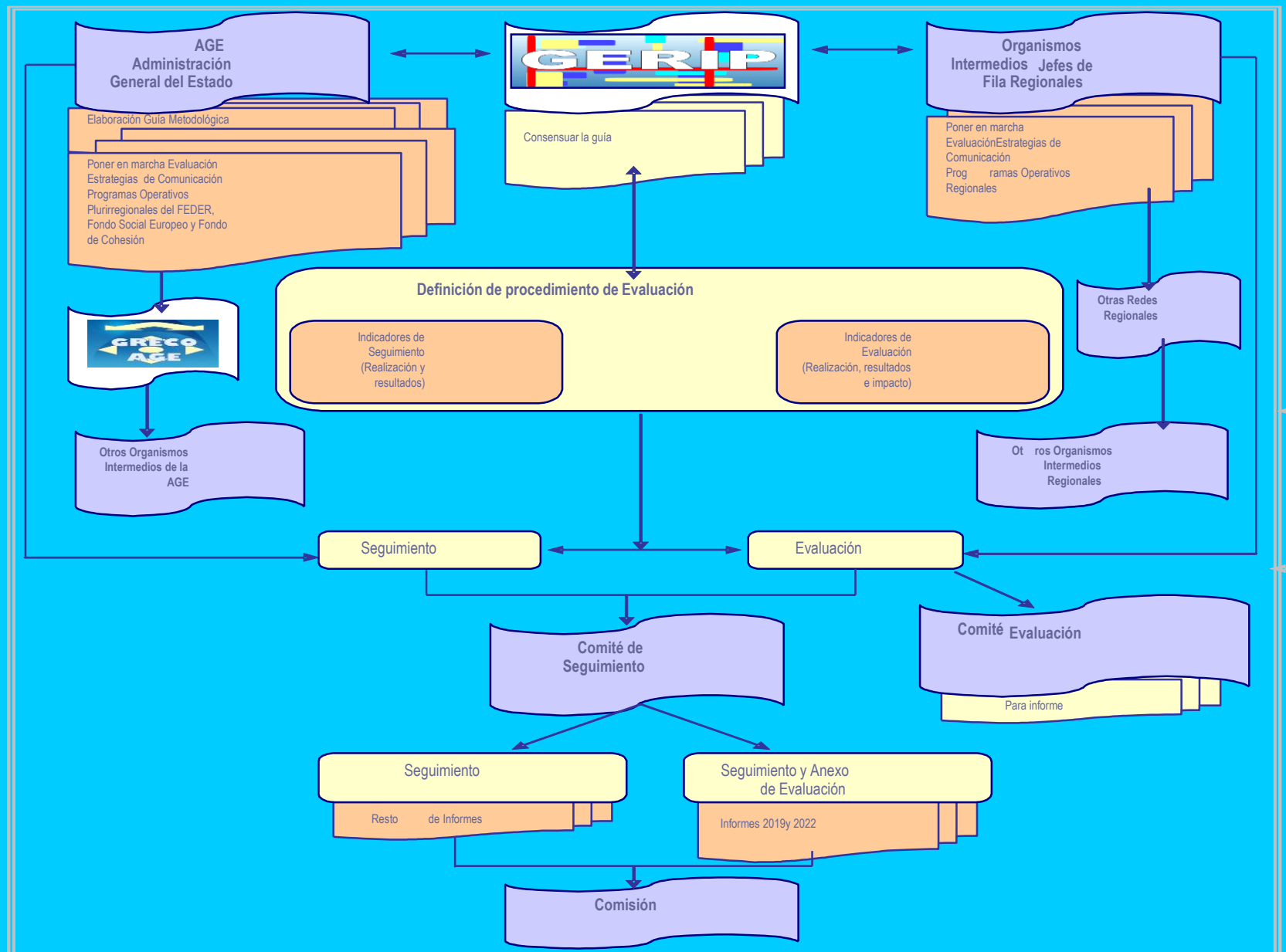
- **LOS INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN QUE SE INCLUYEN EN LOS PLANES DE COMUNICACIÓN**

- **TIPOLOGÍA DE INDICADORES**
  - **REALIZACIÓN (CONOCER Nº Y TIPO DE ACTUACIONES DE COMUNICACIÓN)**
  - **RESULTADOS (EVALUAR EFECTOS DIRECTOS Y EN ELCORTO PLAZO)**

- **PARA ESTOS INDICADORES**
  - **LA ESTIMACIÓN DE LOS VALORES A ALCANZAR A 2013**

  - **SE TIENE EN CUENTA LA PROPORCIONALIDAD EN LA CUANTIFICACIÓN DE ESTAS PREVISIONES**

# ROLES Y RESPONSABILIDADES



# SISTEMA DE INDICADORES

- LOS INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN QUE SE INCLUYEN EN LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

- TIPOLOGÍA DE INDICADORES
  - REALIZACIÓN (CONOCER Nº Y TIPO DE ACTUACIONES DE COMUNICACIÓN)
  - RESULTADOS (EVALUAR EFECTOS DIRECTOS Y EN ELCORTO PLAZO)

- PARA ESTOS INDICADORES
  - LA ESTIMACIÓN DE LOS VALORES A ALCANZAR A 2023

  - SE TIENE EN CUENTA LA PROPORCIONALIDAD EN LA CUANTIFICACIÓN DE ESTAS PREVISIONES

# INFORMACIÓN PARA COMITÉS DE SEGUIMIENTO

- EL CUADRO CUANTIFICADO DE INDICADORES ANUAL (ESTARÁ EN FONDOS 2007, CUANTIFICADA CADA ACTUACIÓN EN EL MOMENTO DE SU REALIZACIÓN)

- UNA EXPLICACIÓN EN LA QUE SE DETALLE EN QUÉ CONSISTEN LAS ACTUACIONES REFLEJADAS EN EL CUADRO ANUAL CORRESPONDIENTE

- UN INFORME DETALLADO DE LO QUE SE CONSIDERAN LAS "BUENAS PRÁCTICAS" , SI LAS HUBIESE, DEL ORGANISMO EN ESE AÑO. CON UN INFORME POR CADA UNA DE ELLAS.

- ESTE INFORME DE "BUENAS PRÁCTICAS" DEBE RECOGER:

  - IDENTIFICACIÓN DE LA BUENA PRÁCTICA EN BASE A LOS CRITERIOS ACORDADOS EN LA GUÍA DE SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

  - BREVE DESCRIPCIÓN APOYANDO LOS ELEMENTOS QUE JUSTIFICAN Y EN LOS QUE SE APOYA DICHA SELECCIÓN

# OTROS INDICADORES DE EVALUACIÓN

## INDICADORES DE IMPACTO

- **LIGADOS CON LA INFORMACIÓN** (MEDIR EL GRADO DE TRANSPARENCIA REQUERIDO, DE CARA A SELECCIONAR LAS MEJORES ACTUACIONES)
- **LIGADOS CON LA PUBLICIDAD** (MEDIR EL CONOCIMIENTO DE LA CIUDADANÍA DEL PAPEL DE LOS FONDOS EUROPEOS Y DE LA UNIÓN EUROPA, EN LA MEJORA DE SU CALIDAD DE VIDA)

| INDICADOR IMPACTO | UNIDAD DE MEDIDA |
|---|---|
| GRADO DE CONOCIMIENTO OBLIGACIONES | PORCENTAJE (%) |
| TASA DE SATISFACCION | PORCENTAJE (%) |
| TASA DE UTILIDAD DE LAS ACTUACIONES | PORCENTAJE (%) |
| GRADO DE CONOCIMIENTO DE LOS FONDOS | PORCENTAJE (%) |
| GRADO DE CONOCIMIENTO DEL PAPEL DE LA UNIÓN EUROPEA | PORCENTAJE (%) |

# HERRAMIENTAS Y TÉCNICAS DE EVALUACIÓN (II)

- **ANÁLISIS DOCUMENTAL**
  - REGLAMENTO 1303/2013 (TITULO III Y ANEXO XII
  - REGLAMENTO DE EJECUCIÓN 821/2014 (CAPITULO II)
  - ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DE LOS PROGRAMAS OPERATIVOS
  - DOCUMENTACIÓN EMITIDA POR "INFORM "E "INIO"
  - DOCUMENTACIÓN EMITIDA POR LAS DISTINTAS REDES DE COMUNICACIÓN INTERNAS
  - INFORMACIÓN DE SEGUIMIENTO: INFORMES EJECUCIÓN, ACTAS COMITÉS SEGUIMIENTO
  - MANUALES DE PROCEDIMIENTO Y ESPECIFICOS DE COMUNICACIÓN

**ENTREVISTAS**

- RESPONSABLES DE LOS PLANES DE COMUNICACIÓN
- LOS ORGANISMOS GESTORES Y/O BENEFICIARIOS
- ENTREVISTAS A LA CIUDADANIA

**GRUPOS DE DISCUSIÓN**

# CRITERIOS DE EVALUACIÓN

**PERTINENCIA EN LA ESTATEGIA DE COMUNICACIÓN**

**RESPECTO A LA DOCUMENTACIÓN EXISTENTE EN PARTICULAR LA PROCEDENTE DE INIO E INFORM**

**VALIDEZ Y CONSISTENCIA INTERNA DE LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN**

**ASIGNACIÓN Y ADECUACIÓN DE RECURSOS**

**CONSIDERACIÓN DEL PRINCIPIO DE IGUALDAD DE OPORTUNIDADES**

# CRITERIOS BUENAS PRÁCTICAS DE ACTUACION COFINANCIADA

1.- EL PAPEL DEL FEDER EN LA ACTUACIÓN HA SIDO CONVENIENTEMENTE DIFUNDIDA ENTRE LOS BENEFICIARIOS, BENEFICIARIOS POTENCIALES Y EL PÚBLICO EN GENERAL.

2.- LA ACTUACIÓN INCORPORA ELEMENTOS INNOVADORES

3.- LOS RESULTADOS OBTENIDOS CON LA MISMA SE ADAPTAN A LOS OBJETIVOS ESTABLECIDOS.

4.- CONTRIBUYE A LA RESOLUCIÓN DE UN PROBLEMA O DEBILIDAD REGIONAL.

5.- TIENE UN ALTO GRADO DE COBERTURA SOBRE LA POBLACIÓN A LA QUE VA DIRIGIDO

6.- SE HAN TENIDO EN CUENTA LOS CRITERIOS HORIZONTALES DE IGUALDAD DE OPORTUNIDADES Y DE SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL

7.- SINERGIAS CON OTRAS POLÍTICAS O INSTRUMENTOS DE INTERVENCIÓN PÚBLICA

# INDICE DE LOS INFORMES DE EVALUACIÓN

- **Metodología de evaluación**
  - Diseño técnico de la evaluación
  - Métodos y técnicas utilizadas
  - Valoración de lo anterior
- **Análisis de la programación de la estrategia de comunicación**
- **Análisis de la aplicación de las medidas de información y publicidad**
  1. Avances en la ejecución de las medidas
  2. Integración de las actividades de información y publicidad en los informes anuales de ejecución
  3. La repercusión de los sistemas de seguimiento en la calidad de la ejecución de las medidas
- **Verificación de la inclusión de la información y publicidad en las actuaciones de verificación y control de los Fondos FEDER y FSE**
- **Incorporación del principio de Igualdad de Oportunidades en las medidas de información y publicidad**
- **Análisis del impacto: logros y desafíos de las actividades en materia Información y publicidad.**
- **Valoración de las Buenas Prácticas Presentadas**
- **Conclusiones y recomendaciones: propuesta de medidas a adoptar**

Unión Europea

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE HACIENDA

# MUCHAS GRACIAS POR SU ATENCIÓN


ÁNGELES GAYOSO RICO
VOCAL ASESORA
DIRECCIÓN GENERAL FONDOS EUROPEOS

AGAYOSO@SEPG.HACIENDA.GOB.ES
www.dgfc.sepg.hacienda.gob.es