

Avaliação da Estratégia de Comunicação do Programa Operacional Inclusão Social e Emprego (PO ISE) 2014-2020

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- 1** avaliar a notoriedade da marca PO ISE e explorar as suas perceções no contexto dos Fundos Europeus
- 2** avaliar o modo como se tem processado a produção e a receção da comunicação do PO ISE através dos seus diferentes “produtos” e tipo de beneficiário (externos e internos, institucionais e específicos)
- 3** avaliar a notoriedade e o impacto dos materiais de comunicação do PO ISE
- 4** avaliar a imagem global da comunicação do PO ISE ventilada por tipos de beneficiários da comunicação produzida
- 5** obter recomendações e sugestões de melhoria das práticas de comunicação do PO ISE



METODOLOGIA

A avaliação da EC do PO ISE ensaia a aplicação de uma Avaliação Baseada na Teoria, combinando a elaboração de uma Teoria da Mudança discutida e validada com a Autoridade de Gestão do PO ISE, com princípios de avaliação realista e baseada na evidência.



análise documental disponibilizada pela AG



entrevistas semi-diretivas a personalidades institucionais envolvidas na implementação do PO ISE e de processos de comunicação



3 painéis de discussão com especialistas de comunicação, com OI, BREPP e BU e com elementos da equipa técnica do PO ISE



processo de inquirição que envolveu uma sondagem à população em geral, um inquérito online a destinatários finais e a beneficiários do PO ISE

1 350 destinatários finais de diferentes tipologias de operação

505 respostas válidas da população em geral

336 respostas válidas de beneficiários do PO ISE



Dotação da EC:
1,4 milhões de €



Taxa de execução da EC:
53% do programado em 31.12.2021

em 31.12.2021

RESULTADOS



108 eventos organizados e eventos em que o PO ISE participou

45 comunicados/notas de imprensa + 1 anúncio produzido



195 “EM FOCO”



43 filmes produzidos pelo PO ISE



2 008 publicações em todas as redes sociais



3 660 fãs em 2021



1 270 seguidores em 2021



496 seguidores em 2021



662 905 visitas ao site

1 816 577 visualizações de páginas



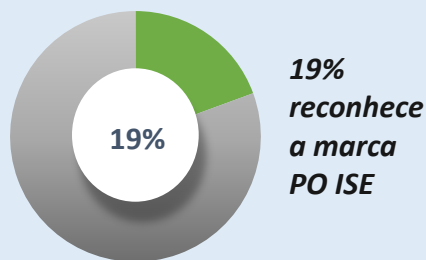
4 264 exemplares de produtos informativos e promocionais distribuídos pelo público em geral

em 31.12.2021

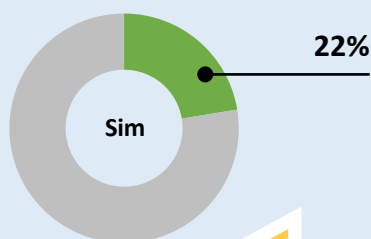
PRINCIPAIS RESULTADOS DA INQUIRição

População em geral

Notoriedade



Recorda alguma publicidade/campanha sobre o PO ISE?



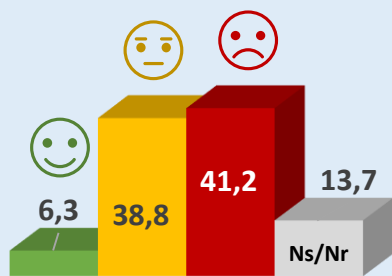
68% gostaria de ter acesso a mais informação sobre os FEEI em geral

54% gostaria de ter acesso a mais informação genérica sobre o PO ISE



Para 36% dos inquiridos os Fundos Europeus têm contribuído/ contribuído muito, para o desenvolvimento do país.

Aplicação dos Fundos Europeus em Portugal ...



- Muito bem/ bem aplicados
- Razoavelmente aplicados
- Mal/ muito mal aplicados

Destinatários Finais

Notoriedade

Não Conhece Conhece dirigido Conhece espontâneo

46,6 48,1 5,3

O que lhe transmite o símbolo...

Cerca de 31% dos inquiridos que conhecem o Programa refere **inclusão**, 23% **diversidade**, 15% **Igualdade** e 12% **energia positiva**

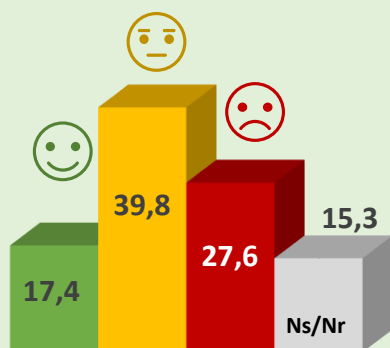


Mais de 90% dos destinatários que conhecem o PO ISE nunca visitou as redes sociais do Programa



Os FEEI têm tido um contributo elevado/ muito elevado para o desenvolvimento do país

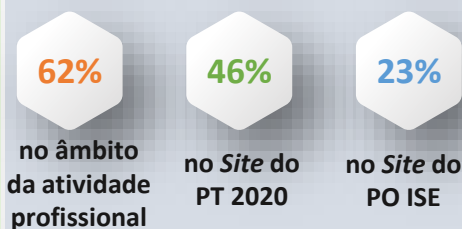
Aplicação dos Fundos Europeus em Portugal ...



- Muito bem/ bem aplicados
- Razoavelmente aplicados
- Mal/ muito mal aplicados

Beneficiários

Como tomou conhecimento do POI SE?

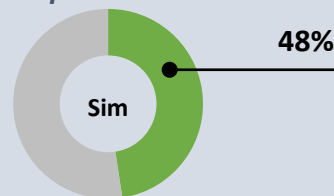


O que lhe transmite o símbolo...

Para 37% dos inquiridos transmite **inclusão** e para cerca de 26% **diversidade**.



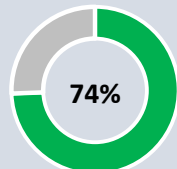
Recorda alguma publicidade/campanha sobre o PO ISE?



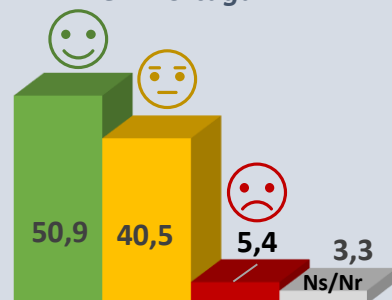
49% utiliza o Facebook. Taxa de utilização das restantes redes sociais abaixo dos 20%

Participou e/ou dinamizou alguma ação de divulgação e comunicação do PO ISE fora do âmbito do cumprimento das regras de informação e comunicação

Os FEEI têm tido um contributo elevado/ muito elevado para o desenvolvimento do país



Aplicação dos Fundos Europeus em Portugal ...



- Muito bem/ bem aplicados
- Razoavelmente aplicados
- Mal/ muito mal aplicados

PRINCIPAIS CONCLUSões



A dificuldade da EC do PO ISE gerar maior notoriedade, junto da população em geral, deve-se, não concretamente à tipologia das ações/iniciativas de comunicação realizadas, mas antes à sua combinatória dinâmica, para além de outros fatores que a EC não consegue controlar - relevância das agendas mediáticas que destacam uma má perceção da utilização dos Fundos Estruturais Europeus de Investimento (FEEI) em Portugal, a fragmentação da imagem corporativa do PT2020 ou as perceções públicas que não valorizam os contributos do PO ao nível das políticas públicas de emprego e inclusão social.

PRINCIPAIS CONCLUSÕES

- A baixa notoriedade junto dos destinatários finais é de outra natureza e revela amplas margens de progresso na concretização de níveis mais elevados de eficácia e de impactos junto desses públicos, integrando aqui a necessária intervenção mais proativa também dos Organismos Intermédios (OI) e dos beneficiários.
- É na atenuação do gap de notoriedade e reconhecimento junto dos dois referidos grupos de públicos (população em geral e destinatários finais) que existe maior potencial de desenvolvimento. Contudo, haverá que ter em consideração que, para isso, concorrem outras iniciativas no quadro da comunicação do PT2020, designadamente na perspetiva de atenuar a fragmentação comunicacional existente entre os diferentes PO com uma enorme diversidade de logos e imagens que não revelam uma identidade comum.
- A implementação da EC do PO ISE está a cargo de uma equipa de dimensão muito reduzida, o que constitui um importante elemento de contextualização das condições concretas em que decorreu a sua implementação.
- Não definição de métricas de resultados a atingir, por parte do PO ISE, penaliza a monitorização na lógica da medição dos resultados alcançados e, não permite identificar com clareza, que instrumentos/iniciativas de comunicação foram mais eficazes no cumprimento dos objetivos preconizados pela EC.

RECOMENDAÇÕES

- 1 No muito curto prazo e, ainda no âmbito da última fase da estratégia de comunicação do PO ISE, recomenda-se a **exploração de novas combinações de iniciativas de comunicação** visando sobretudo o aumento de notoriedade junto dos destinatários finais do PO ISE, muito centradas na divulgação de resultados de implementação de projetos apoiados.
- 2 **Promover ações que aproximem e envolvam o público em geral**, sobretudo a aposta em ações de *storytelling* ou outras que permitam desinstitucionalizar a marca do futuro PO com medidas de Inclusão Social e Emprego e tragam os destinatários finais para o centro da estratégia de comunicação, levando-os a serem, eles próprios, “embaixadores da marca”.
- 3 **Conceber e promover novas formas de participação/ envolvimento dos Organismos Intermédios e Beneficiários na EC**. Esta recomendação visa criar condições para que os OI e Beneficiários possam ter na implementação da EC do futuro e na concretização dos seus objetivos um papel mais relevante para além do simples cumprimento de regras legais de comunicação e visibilidade da comparticipação.
- 4 **Promover melhores condições de cooperação e comunicação colaborativa no quadro do futuro PT2030**. Esta recomendação responde a uma das evidências recolhidas durante o processo de avaliação da EC do PO ISE e tem por base a perceção formalizada em painéis de discussão e entrevistas sobre a atomização existente na comunicação das diferentes vertentes do PT2020.
- 5 **Promover uma gestão mais proactiva dos meios digitais, sobretudo das redes sociais**, com o objetivo de segmentar públicos e criar uma maior e mais abrangente notoriedade do futuro Programa com medidas de Inclusão Social e Emprego
- 6 **Robustecimento da equipa de comunicação** para uma gestão e dinamização mais integrada e profissionalizada da estratégia de comunicação do futuro PO com medidas de Inclusão Social e Emprego.
- 7 **Definição de métricas, indicadores e metas** que permitam uma monitorização e avaliação da Estratégia de Comunicação, que possibilitará uma aferição de resultados mais objetiva e sistemática durante o período de implementação da estratégia de comunicação, permitindo um acompanhamento regular, a sinalização de desvios e a sua correção, sempre que tal se revele necessário.

Informação completa do estudo de avaliação disponível em: <https://poise.portugal2020.pt/avaliacao-e-resultados>

Equipa de Avaliação:

Cofinanciado por: