

Comunicación digital y fondos europeos NextGenerationEU: análisis de los portales web de las administraciones españolas

Digital communication and NextGenerationEU european funds:
analysis of the web portals of spanish administrations

Vilaplana-Aparicio, M. J., Codina, L., Martín-Llaguno, M., y Iglesias-García, M.



María J. Vilaplana-Aparicio. Universidad de Alicante (España)

Doctora por la Universidad de Alicante (con mención premio extraordinario), licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas y máster en Dirección Comercial. Actualmente es profesora titular y, durante casi quince años, trabajó en una consultora especializada en la gestión de subvenciones.

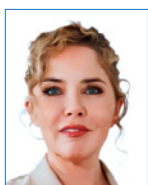
<https://orcid.org/0000-0002-6373-8454>, maria.vilaplana@ua.es



Lluís Codina. Universidad Pompeu Fabra (España)

Profesor en la Facultad de Comunicación y coordinador del Grupo de Investigación en Periodismo y Documentación Digital en la Universidad Pompeu Fabra, además de codirector del Observatorio de Cibermedios.

<https://orcid.org/0000-0001-7020-1631>, lluis.codina@upf.edu



Marta Martín-Llaguno. Universidad de Alicante (España)

Catedrática en la Universidad de Alicante y cuenta con una amplia experiencia en investigación y docencia. Ha sido profesora visitante en la Universidad de Piura, en la Universidad Católica de Buenos Aires e investigadora visitante en IESE Business School y en la City University of New York.

<https://orcid.org/0000-0003-2252-5505>, marta.martin@ua.es



Mar Iglesias-García. Universidad de Alicante (España)

Ciberperiodista y profesora titular de la Universidad de Alicante. Ha sido presidenta de la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació (CVMC-À Punt Mèdia). En la actualidad su línea de investigación es la IA generativa aplicada a la redacción online y la docencia.

<https://orcid.org/0000-0001-7926-5746>, mar.iglesias@ua.es

Recibido: 19-09-2024 – Aceptado: 27-01-2025

<https://doi.org/10.26441/RC24.1-2025-3712>

RESUMEN: El binomio comunicación-ayudas públicas se está volviendo cada vez más decisivo, ya que los fondos proporcionados por la UE están vinculados a la obligación por parte de las administraciones gestoras de llevar a cabo una comunicación social efectiva. Por primera vez, Europa ha acordado emitir deuda pública para afrontar las consecuencias generadas por la Covid-19. Para ello, ha creado el instrumento NextGenerationEU, dotado con 809.000 millones de euros, con el objetivo de lograr una UE más digitalizada, sostenible e innovadora. Entre los países que más se han beneficiado se encuentra España, que ha otorgado un papel protagónico a sus 19 regiones (Comunidades y Ciudades Autónomas) para canalizar y estructurar los fondos. Asimismo, para asegurar su adecuada difusión, la UE estableció la necesidad de que los Estados miembros crearan un portal web que actuara como ventanilla única. España creó el suyo propio e instó a las diferentes regiones a hacer lo mismo.

Por lo tanto, este estudio explora si las regiones han creado un sitio web que recopile información sobre NextGeneration y evalúa su calidad. Para ello, se creó un protocolo compuesto por ocho parámetros y 65 indicadores. La Comunidad Valenciana, Cataluña y Aragón son las regiones con mejor desempeño, mientras que Canarias, Navarra y Ceuta son las más deficientes.

Palabras clave: España; comunicación; difusión; web; comunicación digital; redes sociales; transparencia; ayudas públicas; subvenciones; fondos europeos.

ABSTRACT: The communication-public aid binomial is becoming more decisive because the funds provided by the EU are linked to the obligation on the part of the managing administrations to carry out effective social communication. For the first time, Europe has agreed to issue public debt to deal with the consequences created by Covid-19. To this end, it has created the NextGenerationEU instrument, endowed with €809 billion, with the aim of achieving a more digitalized, sustainable and innovative EU. Among the countries that have benefited the most is Spain, which has given a leading role to its 19 regions (Autonomous Communities and Cities) in channelling and structuring the funds. Likewise, to ensure their proper dissemination, the EU enacted the need for Member States to create a website to act as a one-stop shop. Spain created its own and urged the different regions to do the same. Therefore, this paper explores whether regions have created a website that brings together Next Generation information and measures its quality. For this purpose, a protocol was created consisting of eight parameters and 65 indicators. The Valencian Community, Catalonia and Aragon are the regions with the best performance, while the Canary Islands, Navarre and Ceuta are the most deficient.

Keywords: Spain; communication; dissemination; web; digital communication; social media; transparency; public aid; subsidies; European funds.

1. Introducción

La pandemia generada por el coronavirus cambió el curso de los acontecimientos a nivel mundial y en la propia Unión Europea (UE). En este último caso, a pesar de los devastadores efectos que tuvo, también creó oportunidades para todos los estados que la componen. Así, por primera vez en la historia de la UE el Consejo Europeo acordó la creación del fondo NextGenerationEU que, a diferencia del resto de instrumentos europeos, se está financiando con la emisión de deuda en los mercados de capitales. Este fondo asciende a 809 MM€ (a precios de 2020) y durante los ejercicios 2021-2026 se dirigirá a crear una Europa más digitalizada, sostenible e innovadora, entre otros aspectos (Escario, 2021), siendo España uno de los principales beneficiados.

Para lograr que estos fondos lleguen a los posibles solicitantes la comunicación social se manifiesta como un elemento esencial. Ya no es suficiente crear instrumentos eficaces, sino que es imprescindible que la población en general y los posibles beneficiarios en particular sean conocedores de las diferentes ayudas y subvenciones a las que pueden acceder. Ante este escenario, la Unión Europea ha instado a sus estados miembros a crear una ventanilla única que facilite la difusión de estos fondos. En España es el Real Decreto-Ley 36/2020 (30 de diciembre de 2020) el que introduce las medidas urgentes a emprender en la Administración Pública para la ejecución del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR), principal programa de NextGenerationEU (Gobiernos de España, 2021). El texto contempla la creación de un portal web que centralice y canalice toda la información de estos fondos y que sirva como “ventanilla única” proporcionando información y facilitando la gestión de todos los trámites a los interesados.

En el caso de España, debido a la estructura de su organización territorial, altamente descentralizada a través de la figura semi federal conocida como comunidades autónomas, estas, así como ciudades autónomas, los ayuntamientos y las diferentes entidades locales de las ciudades españolas están protagonizando un papel muy importante en la gestión y distribución de estos fondos (Gobierno de España, 2022). Por ello, el éxito de la convocatoria no recae exclusivamente en las acciones que lleva a cabo la Administración Central, sino que está directamente vinculado con las estrategias de comunicación web de las comunidades autónomas.

En este contexto, el siguiente trabajo tiene como objetivo llevar a cabo un estudio de caso de los portales web de las comunidades y ciudades autónomas españolas para medir su calidad y llevar a cabo un análisis comparativo de las diferencias territoriales. Hasta donde nosotros sabemos es el primer trabajo que explora esta importante cuestión, que es determinante para garantizar la comunicación de estos fondos y asegurar la mejor distribución posible de los mismos, con las consiguientes consecuencias decisivas para asegurar una sociedad más inclusiva.

2. Marco teórico

2.1. Los fondos de la Unión Europea

La Unión Europea (UE) tiene implantado un conjunto de estímulos financieros que se articula en base a diferentes fondos ordinarios y extraordinarios (Renew Europe, 2021). Los fondos ordinarios son instrumentos permanentes de la UE y los fondos extraordinarios son instrumentos temporales que se crean para resolver alguna situación concreta. Dentro de los fondos extraordinarios destaca NextGenerationEU, un instrumento de estímulo económico aprobado por el Consejo Europeo el 21 de junio de 2020, para responder de forma conjunta y coordinada a la crisis social y económica causada por la Covid y lograr una Europa más ecológica, digital y resiliente. El instrumento está dotado de más de 806,9 MM€ (750 MM€ a precios de 2018 cuando se aprobó la propuesta) y el Mecanismo de Recuperación y Resiliencia (MRR) es el elemento central con 723,8 MM€ en préstamos y subvenciones.

Los principales países que se beneficiarán del MRR son Italia (89,31 MM€), España (81,95 MM€), Francia (48,53 MM€) y Alemania (30,87 MM€)¹. En el caso de los préstamos Italia (108,37 MM€) y España (72,41 MM€) son los dos países que mayor montante pueden recibir (Bruegel, 2020).

España está formada por diferentes comunidades y ciudades autónomas (CCAA), es decir, entidades territoriales dotadas con autonomía y que disponen de su propio ordenamiento jurídico. A la hora de asignar el presupuesto de NextGenerationEU se acordó que las propias regiones tuvieran un papel destacado en la gestión de los fondos (Ministerio de Hacienda, 2021a, 2021b).

Sin embargo, al igual que ocurría con el reparto entre los estados miembros, la distribución del presupuesto por CCAA también está siendo dispar. Según datos del Ministerio, a fecha de 16 de marzo de 2023 se han asignado a las comunidades autónomas 21.609 M€, siendo Andalucía (3.420), Cataluña (3.181), Madrid (2.374), Comunidad Valenciana (2.060), Castilla y León (1.353) Galicia (1.276) y Castilla-La Mancha (1.060) las demarcaciones que más fondos han movilizado (Gobierno de España, 2023).

2.2. La comunicación en el MRR

La comunicación y visibilidad de las ayudas son fundamentales en todos los programas europeos, debido a que la UE “busca crear un sentimiento de pertenencia entre la población europea y que los ciudadanos conozcan la labor de Unión Europea para mejorar su calidad de vida, la sostenibilidad económica y medioambiental y el futuro” (Ministerio de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana, 2022).

Esto queda reflejado en el propio marco regulatorio del MRR (Reglamento (UE) 2021/241), en su artículo 34 denominado “Información, comunicación y publicidad” donde se establecen tres elementos importantes: en primer lugar, que “La Comisión podrá emprender actividades de comunicación para garantizar la visibilidad de la financiación de la Unión”; en segundo lugar,

¹ A precios de mercado de 2020. Cálculo realizado por Bruegel (2020).

que “los perceptores de fondos de la Unión harán la mención del origen de esta financiación y velarán por darle visibilidad”; y, en tercer lugar, que la Comisión realizará actividades de divulgación relacionadas con el Mecanismo y con los resultados logrados y que “los recursos financieros asignados al Mecanismo también contribuirán a la comunicación institucional” (p. L 57/51).

Para facilitar su interpretación la Unión Europea ha creado la guía *Communication and visibility rules. European funding programmes 2021-27* (European Commission, 2021). La transposición de estos principios en España las encontramos en el *Manual de comunicación para gestores y beneficiarios del Plan de Transformación, Recuperación y Resiliencia* (Secretaría General de Fondos Europeos, 2022). En este último documento se recogen los actos jurídicos y se incluye una serie de recomendaciones para aplicar las obligaciones de comunicación.

En concreto, se recomienda enlazar la página oficial de descarga de materiales gráficos en todas las convocatorias y licitaciones; las entidades decisoras facilitarán sus logos oficiales; en caso de incluir logotipos de programas específicos (por ejemplo, Plan Moves) y otras administraciones se invita a incluir el enlace en las convocatorias y licitaciones. Además, todas las campañas audiovisuales relacionadas con el PRTR deberán hacer referencia a los fondos. En las actividades o seminarios financiados también se “recomienda el uso de photocalls, roll ups o elementos que sirvan para identificar la fuente de la financiación” (p. 18).

En las páginas webs oficiales de las entidades decisoras (Ministerios) y en las webs que se desarrollen de forma específica por parte de las entidades ejecutoras (CCAA) se deben incluir los emblemas europeos, conjuntamente con los logos en un lugar destacado. A nivel de CCAA se recomienda la creación de una web específica, en caso de no existir, y que incluyan un acceso a las convocatorias y licitaciones con cargo al PRTR, imitando el modelo de la web del Plan de Recuperación del Gobierno de España.

En el caso de las redes sociales, el manual matiza que las CCAA también deben seguir las directrices elaboradas por la Secretaría de Estado de Comunicación y la Estrategia en Redes Sociales del Plan de Recuperación que, según se indica han sido facilitadas a las diferentes regiones (Secretaría General de Fondos Europeos, 2022).

Para canalizar toda la información oficial sobre los fondos en general y la estrategia española en particular, el Gobierno de España lanzó el 21 de julio de 2021 el sitio web <https://planderecuperacion.gob.es> (La Moncloa, 2021a). La plataforma funciona “como una especie de ventanilla única” que recoge información sobre las convocatorias y sobre la propia estrategia estatal (El Español, 2021), aunque no funciona como sede electrónica para realizar todos los trámites como inicialmente se había planteado (Cinco Días, 2020). Igualmente, se activaron perfiles específicos en Twitter, Facebook, Instagram y LinkedIn para facilitar información actualizada de #NextGenerationEU (La Moncloa, 2021b).

2.3. Comunicación y ayudas públicas desde el ámbito académico

La comunicación en torno a las ayudas públicas se ha abordado básicamente desde cuatro perspectivas.

En primer lugar, las ayudas a las que accede la propia comunidad académica del ámbito de la comunicación. Aquí destacan, por ejemplo, el trabajo de Travieso-Rodríguez y Ríos-Hilario (2020), que realizan un análisis de los proyectos concedidos en el *Programa estatal de I+D+i orientado a los retos de la sociedad* durante el período 2012-2018; o la investigación de Gaitán Moya et al. (2021), que analizan los proyectos de I+D financiados en el campo de la comunicación.

En segundo lugar, los planes y acciones de comunicación que deben desarrollar las entidades que acceden a las ayudas europeas. Se entiende la comunicación científica como un proceso que debe planificarse escrupulosamente para abordar todas las fases de los proyectos.

Así, la relevancia de la comunicación en las resoluciones de las convocatorias se ha ido incrementando, hasta consolidarse como un requisito indispensable (Gertrudis Casado, 2021). En este sentido, Campos y Codina (2021) realizan una síntesis narrativa de cómo debe diseñarse el plan de comunicación en el programa Horizonte 2020 y definen una herramienta para realizar una comunicación efectiva de los proyectos (Campos et al., 2021).

En tercer lugar, la comunicación que realizan los beneficiarios de las ayudas en aras de la difusión y transparencia. Este aspecto ha sido abordado por varios autores desde dos perspectivas y también se ha focalizado en las ayudas de I+D+i: el análisis de la legislación que regula la publicidad y transparencia; y los trabajos que investigan cómo se implementa la comunicación por parte de los beneficiarios. En su trabajo, Gertrudis Casado (2021) describe cómo la comunicación ha ido adquiriendo una mayor relevancia en los diferentes programas marcos de investigación europeos y en la normativa que los regula.

En la misma dirección, Campos y sus colegas (2021) analizan los textos legales que regulan las medidas de publicidad y difusión en H2020 y llegan a la conclusión de que la comunicación de la ciencia se ha convertido en una prioridad para los entes europeos. En el ámbito estatal Vilaplana-Aparicio et al. (2018) analizan los requisitos legales que describen las obligaciones de comunicación que una empresa debe realizar y señalan la falta de homogenización de los textos.

Por otra parte, diversos estudios abordan las actividades comunicativas emprendidas. En concreto, Gertrudis et al. (2020) han creado un modelo de análisis de comunicación científica en medios digitales para evaluar las acciones de comunicación web y social media de los proyectos liderados por España en H2020.

Por su parte, Mea et al. (2016) explican su experiencia realizando la divulgación de un proyecto de I+D y, entre sus principales hallazgos, enfatizan que la página web y Twitter son dos de las herramientas más útiles. En el contexto nacional también destacan varios trabajos que analizan la comunicación de las ayudas de I+D+i por parte de las empresas y que concluyen la necesidad de avanzar en esta cuestión para realizar una comunicación que traspase los mínimos exigidos por la normativa (Vilaplana-Aparicio et al., 2021).

Finalmente, la última perspectiva desde la que se ha abordado el binomio comunicación-ayudas públicas ha sido la difusión que hacen los propios organismos que gestionan los recursos públicos, tanto para cumplir con los principios de transparencia que establece la normativa europea y estatal, como para garantizar el conocimiento y la absorción de los fondos. Esta cuestión, que ha sido abordada en menor medida, es objeto de estudio de la presente investigación.

En esta dirección, Martín-Llaguno, Solís y Vilaplana-Aparicio (2022) analizan las principales barreras que influyen en la absorción de los fondos europeos estructurales y sugieren que la desinformación es uno de los factores determinantes para que las empresas no accedan a los subsidios.

Otro estudio relevante para nuestra investigación analiza los planes de comunicación que hacen las comunidades autónomas españolas para difundir los Fondos FEDER y FSE+ (fondos ordinarios). Entre las principales conclusiones, Martín-Llaguno, Vilaplana-Aparicio y Gandía-Solera (2022) subrayan que no todas las webs autonómicas recogen correctamente la información, y que el acceso a los planes de comunicación es confuso en algunos casos.

Como se desprende del texto anterior, NextGenerationEU es un programa que ha logrado reunir unos recursos sin precedentes en la UE y que supone una gran oportunidad para lograr una Europa más fuerte y competitiva. Por ello, teniendo en cuenta que España es uno de los países más beneficiados; que la comunicación es esencial para que los posibles receptores de las ayudas conozcan los instrumentos a los que pueden acceder; que la difusión contribuye a mejorar la absorción de los fondos; que es una prioridad en la agenda pública de la UE; y

que las comunidades autónomas van a adquirir un papel relevante en la gestión de los fondos NextGenerationEU en España, este trabajo es de gran interés puesto que puede ayudar a las administraciones autonómicas a mejorar su comunicación. Así pretendemos dar respuesta a las siguientes preguntas de investigación:

- PI1: ¿Las CCAA han creado páginas webs que centralicen la información de los fondos NextGenerationEU siguiendo las recomendaciones en materia de comunicación?
- PI2: ¿Las webs aseguran una adecuada comunicación y su contenido es de calidad?
- PI3: ¿Hay diferencias territoriales?
- PI4: ¿Los sitios web cumplen con los requisitos de comunicación establecidos en las guías facilitadas por el Gobierno?
- PI5: ¿Varía el esfuerzo comunicativo en función de los fondos asignados a cada CCAA?

El objetivo general es analizar si los sitios web son de calidad y de forma más específica:

- Identificar si las comunidades autónomas han creado una ventanilla bajo el formato de un sitio web.
- Analizar las diferentes páginas web y su contenido para medir su calidad.
- Describir si cumplen con los principios de comunicación establecidos en los textos de referencia.
- Estudiar las diferencias y similitudes entre las diferentes regiones.
- Analizar si el esfuerzo comunicativo varía en función de los fondos asignados.

3. Metodología

Para lograr la consecución de los objetivos fue necesario identificar los portales web de las 19 regiones (17 comunidades autónomas y 2 ciudades autónomas). Para ello, se hizo una búsqueda en Google con los términos: NextGenerationEU OR “Plan de recuperación” OR “fondos europeos” AND el nombre de la región.

Posteriormente, se desarrolló un sistema de análisis heurístico también denominado análisis experto (Codina & Pedraza-Jiménez, 2016) para disponer de criterios que permitan medir la calidad de los sitios web y compararlos (Morales-Vargas, 2023). El concepto de calidad web puede resultar difícil de definir porque se trata de un “concepto multidimensional y abstracto” (Olsina et al., 2006: 109). Sin embargo, Morales-Vargas et al. (2020) la definen de una forma muy clara como “la capacidad de un sitio web para satisfacer las expectativas de sus usuarios y propietarios, determinada por un conjunto de atributos medibles” (p.3).

Para medir dicha calidad se elaboró un protocolo (ver apartado 6 “Disponibilidad de datos”) que permitiera examinar de forma integral las características y calidad de las webs, con el objetivo de detectar los puntos fuertes y débiles de las diferentes plataformas (Codina & Pedraza-Jiménez, 2016). Para ello, se conformó un sistema de análisis compuesto (Roig y Pedraza-Jiménez, 2016; Morales-Vargas 2021; Morales-Vargas et al., 2023) y se añadieron diferentes variables para verificar si los sitios web cumplen con las directrices en materia de comunicación de los fondos.

Tras conformar el protocolo se procedió a su validación mediante el método de juicio de expertos (Escobar-Pérez & Cuervo-Martínez, 2008) y la versión definitiva quedó compuesta por ocho parámetros y 66 indicadores (tabla 1). En concreto, se pasó a cuatro expertos, dos especialistas en comunicación y dos especialistas en ayudas en I+D+i

Tabla 1. Enumeración de los parámetros e indicadores utilizados para el análisis

Parámetro	Indicadores
1. Aspectos técnicos. Incluye elementos relativos a la indexabilidad, adaptación a dispositivos móviles u optimización de la página web, tanto para móviles como para ordenadores.	5
2. Estructura y navegación. Este apartado incluye los indicadores relativos a accesibilidad, sistemas de organización y navegación de los sitios web.	8
3. Contenido general del sitio: incluye los indicadores sobre el contenido del sitio web.	7
4. Buscador. Se refiere a la herramienta que permite hacer búsquedas en el interior del sitio. Se incluyen indicadores que permitan analizar la presencia y funcionalidad de buscadores en el sitio web.	10
5. Información de las ayudas: se analiza la cantidad y calidad de la información publicada de cada subvención.	8
6. Asistencia. Se utilizan indicadores que ayudan a medir la confianza de los sitios web analizados.	6
7. Redes sociales. Se examina la presencia y uso de las redes sociales para difundir la información de los fondos y de las diferentes convocatorias.	15
8. Cumplimiento de las medidas de comunicación indicadas en la normativa/manuales de referencia.	7

Fuente: Elaboración propia.

Para determinar si la página aparecía entre los primeros resultados y el nivel de páginas indexadas se utilizó Google en modo incógnito. El análisis de optimización de la web se analizó con la herramienta www.pagespeed.web.dev y la accesibilidad con la web www.accessibilitychecker.org.

En las comunidades autónomas con varias lenguas cooficiales se analizó si la información estaba en ambas lenguas: euskera en el País Vasco; catalán y aranés en Cataluña; gallego en Galicia; valenciano en la Comunidad Valenciana; euskera en Navarra; y catalán en Illes Balears (Ministerio de Política Territorial, 2022). También se observó esta condición en Asturias, en donde el bable no se considera una lengua oficial, pero tiene una gran tradición entre la población. Esta variable no se incorporó al cómputo general, puesto que es una condición que solo ocurre en algunas regiones.

Para llevar a cabo la medición de los indicadores se estableció un sistema de puntuación dicotómico en la mayoría de los casos (con 0 cuando no se cumple el criterio, y un 1 cuando sí que se cumple) y en menor medida una escala simple del 0 al 3 (0 inexistencia, 1 nivel bajo, 2 nivel medio y 3 nivel alto). En los parámetros relativos a la optimización de la web y accesibilidad que se siguió el mismo código que ofrecen las webs consultadas (1 rojo -bajo-, 2 naranja -medio-, 3 verde -alto-). Para medir la indexabilidad se asignó 0 puntos a las webs con ningún documento indexado, 1 punto a las que tenían entre 1 y 100, 2 puntos a las que tenían entre 101 y 1.000 y 3 puntos a las que superaban esta cifra.

Se realizaron varios análisis-test para validar el protocolo. Una vez obtenida una versión validada, se procedió a la extracción de datos. Las discrepancias se resolvieron por consenso. El análisis se llevó a cabo entre finales de 2022 y principios de 2023, aunque la comprobación final de todos los sitios web se hizo en abril de 2023.

4. Resultados

4.1. Identificación de las “ventanillas” autonómicas

En primer lugar, se han identificado los sitios web de cada comunidad autónoma (tabla 2). Algunas comunidades tienen la información fragmentada en varios sitios web. Un ejemplo lo encontramos en Cataluña, en el que “ACCIÒ – Agència per la Competitivitat de l’Empresa”, entidad pública adscrita al “Departament d’Empresa i Treball” tiene una “oficina Next

Generation EU”² y la Generalitat de Cataluña tiene otra página dedicada a los fondos europeos que incluye un apartado para Next Generation³. En este caso se ha seleccionado para el análisis la “oficina Next Generation EU”, puesto que la segunda web redirecciona a la de ACCIÓ para consultar las convocatorias o solicitar información. Otro ejemplo, es el caso del País Vasco que dentro del sitio euskadi.eus tiene dos páginas web⁴; o Asturias que tiene parte de la información en la web de la Oficina de Proyectos⁵ y parte en la web de la Agencia de Desarrollo Económico del Principado de Asturias (IDEPA)⁶. Finalmente, Extremadura inicialmente tenía la información en un enlace⁷ y, posteriormente, en otro.

Tabla 2. Páginas web analizadas por región

DEMARCACIÓN	WEB OFICIAL
Andalucía	https://www.juntadeandalucia.es/organismos/haciendayfinanciacioneuropea/areas/planrecuperaeuropa.html
Aragón	https://www.aragon.es/-/next-generation-eu
Asturias	https://www.asturias.es/general/-/categories/833101?p_r_p_categoryId=833101
Islas Baleares	https://www.caib.es/sites/oi/e/es/pla_de_recuperacio_per_a_europa/
Canarias	https://www.planderecuperaciondecanarias.es
Cantabria	https://cantabriaeuropa.org/next-generation-ue
Castilla y León	https://fondoseuropeos.jcyl.es/web/es/fondos-next-generation.html
Castilla-La Mancha	https://clmavanza.castillalamancha.es
Cataluña	https://www.accio.gencat.cat/ca/serveis/innovacio/innovacio-empresarial-i-rd/oficina-next-generation-eu/
C. Valenciana	https://gvanext.gva.es/es-es/index
Extremadura	https://www.juntaex.es/temas/administracion-publica/fondos-europeos/next-generation-eu
Galicia	http://www.nextgeneraciongalicia.gal
C. de Madrid	https://www.comunidad.madrid/gobierno/actualidad/next-generation-eu-mecanismo-recuperacion-resiliencia
Murcia	https://www.nextcarm.es
Navarra	https://nextgeneration.navarra.es
País Vasco	https://www.euskadi.eus/next-generation-eu/web01-a2ogafon/es/
La Rioja	https://www.larioja.org/accion-exterior/es/rioja-union-europea/fondos-europeos-ngeu
C.A. Ceuta	https://www.ceuta.es/ceuta/fondos-next-generation
C.A. Melilla	https://fondoseuropeosmelilla.es/fondos-next-generation/

Fuente: Elaboración propia.

Algunas comunidades como Cataluña, Madrid o Asturias han integrado la información como una sección del sitio web institucional. Sin embargo, otras como Castilla y León, Galicia, Navarra o Murcia han creado un portal específico.

Finalmente, cabe señalar que Canarias, Castilla-La Mancha, Cataluña, Navarra, Comunidad Valenciana, Extremadura, Galicia, País Vasco y Murcia han creado un logo sobre los fondos (imagen 1):

² <https://www.accio.gencat.cat/ca/accio/agencia/>

³ <https://fonseuropeus.gencat.cat/ca/next-generation-catalunya/>

⁴ <https://www.euskadi.eus/next-generation-eu/web01-a2ogafon/es/> (seleccionada) y <https://www.euskadi.eus/fondos-next-generation-eu/web01-ejeduki/es/>

⁵ https://www.asturias.es/general/-/categories/833101?p_r_p_categoryId=833101

⁶ <https://www.idepa.es/sobre-idepa/fondos-europeos>

⁷ <http://www.juntaex.es/ddgg002/next-generation-eu>

Imagen 1. Logos desarrollados por las diferentes comunidades autónomas



Fuente: Elaboración propia: Logotipos compilados en el sitio web de cada comunidad autónoma.

4.2. Aspectos técnicos

Todos los sitios web aparecen en la primera página de resultados de Google a excepción de Andalucía, Comunidad Valenciana y Baleares.

Si nos fijamos en el número de páginas indexadas en Google se observa que Baleares no tiene ninguna página; trece comunidades tienen indexadas menos de cien, de las cuales siete tienen una sola página indexada; una demarcación tiene más de cien; y cuatro más de mil (Castilla-La Mancha, Comunidad Valenciana, Galicia y Murcia).

La gran mayoría están adaptadas a los dispositivos móviles a excepción de Ceuta. Las regiones de Canarias y Murcia tampoco se han considerado adaptadas porque utilizan Power BI para mostrar los datos económicos y los gráficos que se insertan tienen un ancho de página superior no adaptándose al móvil (Canarias) o se ven muy pequeños como en el caso de Murcia.

Al analizar si la página web está optimizada para ordenadores con la herramienta pagespeed.web.dev, se distingue que Canarias, Comunidad Valenciana y Madrid tienen una puntuación de entre 90-100 puntos; Aragón, Baleares, Cataluña y Extremadura presentan una puntuación muy baja de entre 0 y 49 puntos; y el resto obtiene una puntuación media de entre 50 y 89 puntos. Canarias tiene el registro más alto (99) y Baleares el más bajo (23). En Navarra el dato no está disponible.

En el caso de la adaptación para dispositivos móviles al utilizar la misma herramienta se observa que ninguna página web está en el rango más alto, siete comunidades tienen entre 50 y 89 puntos (Andalucía, Aragón, Asturias, Baleares, Cantabria, Cataluña, Extremadura, Madrid, País Vasco y La Rioja) y el resto registra menos de 50 puntos. Canarias logra la mayor puntuación (84) y Extremadura la menor (19). En Navarra el dato tampoco está disponible.

A modo de resumen, la circunscripciones con un mayor desempeño en este apartado son Castilla-La Mancha y Galicia, con un 84,6% de los puntos que se pueden lograr en esta sección; los que presentan una peor puntuación son Baleares (23,1%) y Navarra (38,5%).

4.3. Estructura y navegación

Un diseño y desarrollo accesible es fundamental para que las personas con diversidad funcional puedan acceder a la información en igualdad de condiciones. Para medir si la web está diseñada bajo estos condicionantes se ha empleado la herramienta <https://www.accessibilitychecker.org>. Del análisis se desprende que Andalucía, Baleares, Castilla y León, Murcia y País Vasco tienen una adaptación excelente. Sin embargo, Asturias, Canarias, Cantabria, Castilla-La Mancha y Ceuta obtienen las valoraciones más bajas, siendo el caso más extremo Cantabria con 32 puntos. Es reseñable que Madrid y Castilla y León tienen la función de reproducir el texto en voz para las personas invidentes y Extremadura tiene un menú específico con funciones dedicadas a mejorar la accesibilidad incluyendo “comandos de voz”, “Navegación con teclado” o “navegación para visión reducida”, entre otros.

Cerca del 58% utilizan un menú de navegación de migas de pan para que el usuario pueda conocer dónde está. De entre ellas, Madrid utiliza una versión diferente y las secciones se van coloreando conforme se visualiza el contenido. Un sistema similar sigue Castilla y León que, adicionalmente, incorpora una franja que muestra el porcentaje de contenido visualizado. En Cataluña hay un menú de estas características, pero cuando entras en una subsección luego no puedes volver al apartado anterior.

Dado que NextGenerationEU incluye diferentes categorías de ayudas resulta interesante una buena organización taxonómica para que los interesados encuentren las más afines (por ejemplo, energía, innovación o sostenibilidad). Sin embargo, a pesar de sus posibles ventajas solo Aragón, Baleares, Castilla y León, Cataluña, Comunidad Valenciana, Murcia, Navarra y País Vasco lo incluyen. Además, ninguna aporta el número de ayudas que hay por categoría, aspecto que podría ser de gran utilidad para el usuario.

Otro aspecto reseñable es que NextGenerationEU tiene líneas de apoyo para diferentes audiencias (organismos públicos, universidades, asociaciones, etc). Por ello, una navegación por audiencias podría contribuir a encontrar más rápido la información. No obstante, solo Cataluña, Comunidad Valenciana y Murcia ofrecen esta posibilidad.

En la misma dirección, proporcionar diferentes formas de organizar las ayudas (sector, tamaño de la empresa o tipo de inversión) puede facilitar el proceso de búsqueda de ayudas. Sin embargo, solo Comunidad Valenciana y Murcia incluyen esta opción.

Otro elemento esencial de la estructura y navegación es el etiquetado, es decir, el conjunto de rótulos utilizados para designar los componentes de cada menú. El nombre de las ayudas, categorías y secciones del sitio web deben ser claros, descriptivos y utilizar el lenguaje de los usuarios. En todos los casos el etiquetado es claro.

La utilización de elementos visuales que el usuario reconoce e identifica por ser estándares también es uno de los aspectos que mejora la usabilidad. Todas las regiones menos Canarias, Castilla-La Mancha, Galicia, Murcia, Navarra y Melilla utilizan elementos visuales. Cabe remarcar que cuando solo hay un elemento no se ha considerado como en Murcia, con la lupa, o Galicia, con la casita para volver al inicio. Una de las comunidades que más elementos visuales incorpora es la Comunidad Valenciana (imagen 2). Además, de utilizar la lupa para el buscador, o la bola del mundo para cambiar el idioma, representa la modalidad de participación, los destinatarios y las prioridades temáticas con elementos visuales.

Imagen 2. elementos visuales empleados en la Comunidad Valenciana

Ayudas y subvenciones

Cheque Innovación

Entidad convocante: Gobierno Comunidad de Madrid

Órgano convocante: Autonómico

Fuente de financiación: Ninguna fuente de financiación

Modalidad de participación ⓘ Individual	Destinatarios [Iconos de personas]	Prioridades temáticas [Iconos de prioridades]
Tamaño de convocatoria ⓘ 900K €	Subvención ⓘ 0% - 80%	Cuantía de ayudas ⓘ 0 - 60K € (Max. 60K €)

Más información

Fuente: <https://gvanext.gva.es/es-es/index>

4.4. Contenido

Brindar la información en las lenguas cooficiales de cada región puede mejorar la experiencia de los usuarios. En Cataluña el contenido solo está en catalán. En la Comunidad Valenciana, Baleares y Galicia está en los dos idiomas cooficiales, aunque en este último caso se ha observado alguna palabra no traducida al castellano. En Asturias, aunque el bable no se considera una lengua oficial, la web ofrece la posibilidad de consultar la información en asturiano, pero se traducen todos los contenidos a excepción de los relativos a la Oficina de proyectos europeos. Finalmente, en Navarra solo se ofrece la información en castellano.

Además, ninguno de los sitios web está en otros idiomas como el inglés o el francés, aspecto que podría ser de interés para facilitar la búsqueda de ayudas a inversores extranjeros.

La información de valor complementario que se facilita es asimétrica y solo Canarias y Extremadura no incluyen textos aclaratorios sobre los fondos, limitándose en el último caso a dirigir al usuario a la web del Gobierno de España. La Rioja ofrece una información escasa y dispersa, puesto que tiene una *landing* separada con información sobre NextGenerationEU y el contenido de las convocatorias está en otra página. Castilla León también brinda una información bastante acotada que se limita a los objetivos de los fondos y a una breve descripción de los diferentes instrumentos de Next Generation.

En Navarra destaca un vídeo con experiencia 360º que explica el plan en cuatro idiomas. En el caso de la Comunidad Valenciana cuando se consulta determinada información se redirige a la página web de la presidencia (<https://presidencia.gva.es/es/web/gvanext/fons-next-generation>), perdiendo la posibilidad de continuar el recorrido en la web anterior de forma simple.

Uno de los elementos cruciales cuando se informa de las subvenciones es incluir un catálogo de ayudas que permita consultar las ayudas vigentes y/o previstas. Solo Aragón, Baleares, Castilla y León, Castilla-La Mancha, Cataluña, Comunidad Valenciana, Murcia, País Vasco y La Rioja ofrecen esta opción. Murcia tiene un catálogo de ayudas, pero no está completo. Por ejemplo, al seleccionar “ayudas” y “digitalización” aparece solo un resultado y se omiten convocatorias como “Kit Digital” que en el momento de realizar el trabajo de campo estaban abiertas.

En Galicia no hay un catálogo en sí, hay un mero listado de ayudas. Ocurre lo mismo en Madrid, en cuyo caso además solo se incluyen las ayudas de la propia comunidad autónoma. En Navarra se explican las políticas palanca, los componentes dentro de las políticas palanca y en su descripción se enumeran algunos programas y se insertan enlaces, pero no se puede identificar qué enlace corresponde a cada ayuda. El catálogo de ayudas de la Comunidad Valenciana es de los más completos y permite realizar búsquedas en base a ocho criterios. Sin embargo, para acceder a la información completa de las ayudas es necesario registrarse previamente.

Una misma inversión puede ser apoyada por diferentes subvenciones pertenecientes al mismo o diferente nivel (autonómico, estatal, europeo u otro). Por ello, facilitar la comparación de las diferentes ayudas puede ser de gran interés. Sin embargo, ninguna comunidad ofrece esta opción.

Incluir información sobre casos de éxito de otras empresas puede tener un carácter tractor. No obstante, solo Cataluña aporta este tipo de información en su plataforma.

Finalmente, otro elemento de gran ayuda para las entidades que quieren acceder a los fondos NextGenerationEU es contar con un glosario de términos clave como qué significa “concurrentia competitiva” a la hora de presentar las solicitudes, que son los “minimis” o qué se entiende por pyme. Por ello, resulta sorprendente que ningún territorio proporcione un glosario.

A modo de conclusión podemos destacar que las puntuaciones de este apartado son muy bajas. Solo Cataluña logra un 50% de los puntos y Canarias o Extremadura no logran sumar ningún punto de este apartado.

4.5. Buscador

El buscador es un elemento importante para facilitar la búsqueda de información. Por ello, es sorprendente que solo Aragón, Baleares, Castilla y León, Castilla-La Mancha, Cataluña, Comunidad Valenciana, Murcia y País Vasco tengan un buscador específico de ayudas públicas. Además, solo cinco de ellas lo tienen ubicado en un lugar que cumpla con las expectativas habituales, es decir, en la parte superior. En el País Vasco está al final de la página y en Castilla-La Mancha como un subapartado dentro de la sección “Convocatorias”.

Aragón tiene un buscador de ayudas, pero para acceder a él hay que entrar desde la *home* a una sección denominada “Portal de ayudas y subvenciones”. Es decir, si el usuario no navega por las diferentes páginas de la web no lo encuentra. Además, solo Aragón, Castilla-La Mancha y Comunidad Valenciana proporcionan algún tipo de ayuda para utilizarlo correctamente.

Los once territorios restantes no tienen un buscador específico, pero la mayoría incorpora un buscador general que mayoritariamente está ubicado en la parte superior a la derecha. Canarias y Galicia no tienen ni buscador específico ni general.

En la misma dirección, ofrecer la búsqueda avanzada con campos de búsqueda específicos, operadores booleanos, etc. es una ayuda extra para el usuario, pero ninguna comunidad lo permite ni tampoco se sugiere texto predictivo. Sin embargo, la búsqueda parametrizada utilizando diferentes campos sí que está disponible en Aragón, Castilla-La Mancha, Cataluña, Comunidad Valenciana, Murcia y País Vasco. En Aragón es posible filtrar por “fecha”, “temas”, “organismo” o “perfiles”. En Castilla-La Mancha se pueden combinar diferentes parámetros como “Estado de la convocatoria”, “Administración convocante”, “Tipo de Financiación”, “Beneficiarios” y “Áreas de inversión”.

En Cataluña se puede buscar por “estado”, “dirigido a”, “temas” y “zona geográfica”. En Comunidad Valenciana por “comunidad autónoma”, “tipo de oportunidad”, “estado de oportunidad”, “tipo de beneficiario”, “prioridades temáticas”, “órgano convocante” y “fuentes de financiación”. Murcia permite delimitar la búsqueda por “mostrar solo convocatorias abiertas”, “tipo de convocatoria”, “tipo de beneficiario”, “sector económico del beneficiario” y “sector económico de la ayuda”. Finalmente, País Vasco brinda la posibilidad de recuperar la información en base a “tipo de trámite”, “estado del trámite”, “temas” y “organismo”.

Sin embargo, una vez recuperada la información, solo Aragón y Comunidad Valenciana ofrecen opciones de ordenación. En el caso de Aragón, es posible ordenar por “relevancia”, “título”, “modificado” o “modificado (más antiguos primero)”; mientras que en la Comunidad Valenciana se puede ordenar por “relevancia”, “recientes”, “caducidad próxima”, “tamaño de la convocatoria”, “subvención máxima” o “financiación máxima”.

Aragón, Cataluña y País Vasco indican el número de resultados recuperados. En ningún caso es posible exportar la búsqueda y en el supuesto de no recuperar ningún elemento solo País Vasco proporciona sugerencias para mejorar la búsqueda.

4.6. Página de cada subvención

Ofrecer información de las ayudas públicas es importante para lograr que los beneficiarios encuentren las líneas de apoyo para sus proyectos. Además, los nombres de las ayudas deben ser descriptivos y permitir una fácil identificación. El 53% de los emplazamientos utilizan términos claros. Un buen ejemplo lo encontramos en la Comunidad Valenciana que simplifica los títulos para que sean más cortos, sencillos y directos (Kit Digital; Cheque Innovación, Proyectos CIEN-CDTI...). No obstante, también se han observado casos en los que los títulos son poco precisos como “Subvenciones a la financiación de los proyectos incluidos en la inversión 4 «emprendimiento y microempresas», del componente 23 «Nuevas políticas públicas para un mercado de trabajo dinámico, resiliente e inclusivo» (2022)” en Castilla y León.

Es significativo indicar que Andalucía, Asturias, Canarias, Cantabria, Extremadura, Navarra, Ceuta y Melilla no ofrecen información sobre las ayudas; Baleares, Castilla-La Mancha, Galicia, Madrid y La Rioja aportan información de uno a cuatro apartados; y Cataluña, Murcia y País Vasco de entre cinco y ocho. Los territorios que más datos suministran son Aragón, Castilla y León y Comunidad Valenciana.

Madrid y Aragón solo tienen información de las ayudas autonómicas y en País Vasco la información varía de una ayuda a otra.

En la misma dirección, adjuntar los textos legales que regulan las ayudas como las bases de la convocatoria o la propia convocatoria puede ayudar a los interesados en el proceso de tramitación, pero solo facilitan estos documentos Aragón, Castilla y León, Castilla-La Mancha, Cataluña, Comunidad Valenciana, Galicia, Madrid, País Vasco y La Rioja.

Ofrecer al usuario un listado de preguntas y respuestas frecuentes para que pueda resolver sus dudas generales puede ser de gran utilidad. Solo el 26,3% (Aragón, Islas Baleares, Castilla y León, Castilla-La Mancha y Comunidad Valenciana) incluyen FAQs.

Aunque en la mayoría de los territorios no se incluye, en una ayuda de Castilla y León también se ha encontrado una subvención con preguntas frecuentes específicas. Sin embargo, no se ha tenido en cuenta dado que en la gran mayoría de las subvenciones no hay FAQs concretas.

También son varias las regiones como Murcia que enlazan a las preguntas frecuentes publicadas en la web del Plan de Recuperación del Gobierno de España.

Por otra parte, aportar explicaciones en formato escrito para presentar los aspectos determinantes de la subvención puede facilitar su tramitación. Únicamente Andalucía, Castilla y León, Cataluña y la Comunidad Valenciana tienen manuales. La web de Andalucía contiene diferentes guías sobre los DNSH, la doble financiación o sobre el principio de no causar un perjuicio; Castilla y León tiene una guía para realizar recursos administrativos; Cataluña una guía general de subvenciones y una guía específica de los fondos NextGenerationEU; y la Comunidad Valenciana ofrece un manual genérico con información de cómo presentar proyectos e inversiones.

Las explicaciones en formato audiovisual para presentar los aspectos determinantes de la subvención y su tramitación pueden ser de gran ayuda para los beneficiarios potenciales. Solo dos regiones han realizado algún tipo de explicación en este formato. Aragón tiene contenido explicativo sobre la tramitación electrónica y Comunidad Valenciana tiene 12 vídeos con información sobre los fondos, además del vídeo que está en la *home* que explica el funcionamiento de la plataforma. En Castilla León hay un documento denominado “Tutorial para presentar solicitud de subvención acogida al RD 1124/2021”, pero es un pdf con capturas de pantalla.

La configuración de alertas para ser avisado en caso de publicarse o modificarse la convocatoria de la subvención puede ayudar al usuario a estar informado. Solo Cantabria, Castilla y León, Castilla-La Mancha, Cataluña, Comunidad Valenciana, Baleares, Madrid, Murcia y País Vasco ofrecen esta opción. Cantabria no tiene un listado de ayudas, pero informa de las mismas a través de sus boletines periódicos a los que la población se puede suscribir.

Recapitulando, Asturias, Canarias, Extremadura, Navarra, Ceuta y Melilla no logran ningún punto en esta sección. Por el contrario, Aragón (70%), Castilla y León (80%) y la Comunidad Valenciana (90%) son las que obtienen la puntuación más alta.

4.7. Asistencia

La atención al beneficiario es una sección importante que debe estar en un lugar visible, para que el usuario pueda buscar respuestas a un problema puntual. Solo Canarias, Navarra, Ceuta y Melilla no tienen este módulo. Además, en Murcia y en Asturias es posible solicitar cita previa

para que las empresas puedan recibir información. En Comunidad Valenciana hay una sección denominada “Puntos GVANEXT” que te redirige a una web para examinar los múltiples puntos de consulta.

De forma complementaria, incluir el teléfono de contacto (visible) para que las entidades interesadas en las ayudas puedan contactar directamente es un elemento que contribuye a generar confianza. Todas las comunidades a excepción de Canarias, Galicia, Navarra y Melilla facilitan un teléfono de contacto. Dicho teléfono es gratuito solo en Asturias, Cantabria, Castilla y León, Extremadura, Madrid y La Rioja. Asimismo, son muy pocas las que informan de los precios de la llamada como es el caso de Castilla y León.

Incluir un formulario de contacto para que las organizaciones interesadas en las ayudas puedan contactar directamente con el organismo gestor es un elemento primordial en la atención al usuario. Cerca de la mitad de la muestra (Andalucía, Aragón, Cantabria, Castilla y León, Castilla-La Mancha, Cataluña, Galicia, Murcia, País Vasco y La Rioja) tienen un formulario de contacto y en todos los casos está accesible de forma fácil.

Finalmente, un chat automático o con personas reales para resolver dudas al instante puede ayudar a los usuarios, pero solo seis comunidades brindan esta opción. Aragón tiene servicio de WhatsApp para el “Soporte Técnico de Servicios Digitales”; Castilla la Mancha de WhatsApp; Cataluña ofrece un LiveChat online; Extremadura posee servicio de Telegram y WhatsApp; Madrid de WhatsApp y videollamada o videollamada en lengua de signos; y País Vasco de Telegram.

Una vez más, Canarias, Navarra y Melilla no logran ningún punto de esta sección, mientras que Aragón, Cantabria, Castilla y León, Castilla-La Mancha, Cataluña, Madrid, País Vasco y La Rioja consiguen el desempeño más alto, con un 83,3% cada uno.

4.8. Redes Sociales

Las redes sociales son un medio extraordinario para llegar a la población de forma masiva. El 94,7% está presente en Facebook, con la única excepción de Melilla; el 89,5% en Instagram, siendo Cataluña y Castilla y León los únicos sin presencia; el 100% en Twitter y el 94,7% en YouTube, siendo Melilla la única excepción. Sin embargo, la presencia en LinkedIn es menor, puesto que el 68,4% tiene perfil en la plataforma, no siendo así el caso de Andalucía, Baleares, Extremadura, La Rioja, Ceuta y Melilla.

El 63,2% tiene enlaces a las redes sociales desde la página web, aunque no siempre tienen todos los perfiles como en Castilla-La Mancha, que tiene perfil en YouTube y LinkedIn, pero no se enlazan. En el caso de Canarias, Ceuta y País Vasco las redes no estaban en la página web y se han tenido que identificar mediante la web oficial del Gobierno de Canarias (<https://www.gobiernodecanarias.org/redessociales/>), la web de Irekia (<https://www.irekia.euskadi.eus>), una plataforma para el Gobierno abierto en el País Vasco, o mediante las propias redes sociales en el caso de Ceuta. En Canarias, como no se ha encontrado una cuenta genérica, se han analizado los perfiles de presidencia, puesto que no había perfil de la Unidad Administrativa Provisional (UAP), que es la encargada de realizar la gestión y control de los fondos europeos. En Cantabria y en La Rioja se han revisado los perfiles de sus respectivas oficinas europeas y de los gobiernos regionales.

Por otra parte, que el sitio web permita compartir contenidos en las redes sociales puede incrementar el proceso de difusión de las ayudas. Por eso, resulta curioso que solo el 42,1% brinde esta posibilidad. En la misma dirección, solo el 36,8% hace lo propio para compartir el contenido a través del correo electrónico.

El 84,2% de las webs incorporan un apartado con contenidos informativos y de actualidad de valor para los diferentes públicos beneficiarios. No lo hacen Canarias, Ceuta y Melilla.

Sin embargo, solo el 63,2% del total ha publicado información sobre NextGenerationEU en los últimos 30 días. Cabe mencionar que hay comunidades que han creado webs específicas para los fondos, como Cantabria Europa o La Rioja Europa, pero cuyo contenido informativo se publica en la web de los gobiernos autonómicos. Además, en territorios como Aragón y Asturias el acceso al apartado de noticias se realiza desde la *home* de la página web y el usuario tiene que navegar para poder encontrarlo.

La difusión de contenido sobre el instrumento a través de las redes sociales es heterogénea. El 94,7% ha comunicado a través de Twitter, el 78,9% mediante Facebook, el 26,3% a través de Instagram y YouTube y tan solo el 15,8% mediante LinkedIn. Igualmente resulta sorprendente que ninguna demarcación publique contenido en las cinco plataformas y solo Baleares, Cataluña, Comunidad Valenciana y Madrid han realizado inserciones en cuatro redes sociales. En el lado opuesto está País Vasco, que no ha realizado ningún tipo de comunicación a través de este medio y Murcia y Melilla que solo han empleado una red, en ambos casos Twitter.

A modo de resumen, Madrid (86,7%), Cataluña (86,7%) y Comunidad Valenciana (93,3%) son las comunidades con un desempeño más óptimo en esta sección. Por el contrario, Melilla (20%) y País Vasco (46,7%) son las que obtienen una peor valoración.

4.9. Requisitos de comunicación

Los organismos gestores de las ayudas deben seguir una serie de recomendaciones para mejorar la difusión y absorción de los fondos. Uno de los mandatos consiste en enlazar la página oficial del Gobierno para que el receptor de las ayudas pueda descargar los materiales gráficos y dar publicidad al origen de los fondos. A pesar de su importancia, ninguna entidad incluye los enlaces en las convocatorias. En la misma dirección, tampoco se facilitan los logotipos de los programas específicos como puedan ser los del Plan MOVES.

En su defecto, algunas regiones han optado por crear una sección dedicada a la comunicación que incluyen los manuales creados por las autoridades competentes y los enlaces de descarga de los materiales gráficos. Esta ha sido la estrategia seguida por Andalucía, Baleares, Castilla y León, Castilla-La Mancha, Extremadura, País Vasco y Melilla. En otros casos, como en Cantabria, no hay un apartado dedicado a la comunicación, pero hay una sección con documentos y se incluye ahí el manual de comunicación.

Otro requerimiento consiste en incluir una mención a la financiación en las webs oficiales de las Entidades Decisoras (Ministerios) y Entidades Ejecutoras de subproyectos (en este caso CCAA y EELL). Además, las recomendaciones matizan que se ubicará en un lugar visible al llegar a dicho sitio web a través de cualquier dispositivo. Una vez más, resulta sorprendente que solo Aragón, Canarias, Castilla-La Mancha, Galicia, Murcia, Navarra y País Vasco incluyan la mención de forma clara y en todos los casos está visible.

Andalucía, Castilla-La Mancha, Ceuta, Comunidad Valenciana, Melilla, Islas Baleares o La Rioja no hacen la mención siguiendo el mismo patrón, aunque incluyen una descripción similar al explicar qué son los fondos. Por el contrario, en comunidades como Extremadura, no hay mención ni descripción.

El trámite de la ayuda normalmente se inicia en una plataforma diferente a la que contiene la información e incluirlo agiliza la gestión del interesado. No obstante, solo Aragón, Castilla y León, Castilla-La Mancha, Madrid, Murcia y País Vasco lo añaden a la descripción de las ayudas.

Otro punto a tener en cuenta es que el Gobierno de España utiliza las redes sociales para acercar la información del PRTR a la ciudadanía, autónomos y empresas. El Plan cuenta con perfiles en Facebook, Twitter, Instagram y LinkedIn. Por ello, se ha analizado si se han creado perfiles en redes sociales para difundir la información del Plan a nivel autonómico. Sorprendentemente,

solo Murcia ha creado un perfil en Twitter y Baleares, a través de la “Oficina de Planificació i Coordinació d’Inversions Estratègiques”, creada a raíz de los fondos, tiene perfil propio en Twitter, Facebook y YouTube, con un nutrido contenido sobre los fondos.

Finalmente, los textos de referencia indican que toda acción de comunicación ha de hacer referencia a los fondos. Las redes sociales, son una herramienta clave para acercar la información necesaria de los fondos a los ciudadanos, los autónomos, las empresas y las organizaciones interesadas. El análisis realizado pone de manifiesto que solo el 42,1% de las comunidades hacen mayoritariamente una correcta mención a los fondos en las redes sociales (Aragón, Asturias, Baleares, Castilla-La Mancha, Cataluña, Comunidad Valenciana, Murcia y Ceuta). La Comunidad Valenciana es uno de los territorios que en mayor medida cumple con este requerimiento. Además, de utilizar el *hashtag* con el término #NextGenerationEU, también hace lo mismo con #GVANext, el nombre de la página web creada para informar sobre las ayudas. En Castilla-La Mancha se incluye el término “Next Generation”, pero sin *hashtag*.

En Andalucía, Canarias, Cantabria, Castilla y León, Extremadura, Galicia, Madrid o Navarra se han encontrado inserciones que están relacionadas con los fondos, pero que no se han podido identificar a primera vista porque no tenían ninguna referencia a los fondos o mencionaban “fondos europeos” en genérico. Para poder ratificar su relación se ha tenido que acceder a la noticia o se ha identificado por el vocabulario empleado. Por ejemplo, en Canarias una publicación habla del Perte de microelectrónica y semiconductores, término estrechamente vinculado a NextGenerationEU.

En Cataluña también se ha encontrado que algunas veces no se identifican los fondos, como cuando se habla del programa “Activastartup”. Además, en Twitter se emplean dos *hashtags* #Nextgeneration y #NGEUCat, lo que difumina la efectividad de la comunicación. En Melilla, solo hay una inserción en Twitter y es imposible conocer el origen de las ayudas si no se entra en la convocatoria de la ayuda. En La Rioja las inserciones en redes sociales son muy bajas. Hay una que se repite en Facebook, Instagram y Twitter que tiene el logo en el atril de la persona que habla en la foto, pero en el resto no se hace mención.

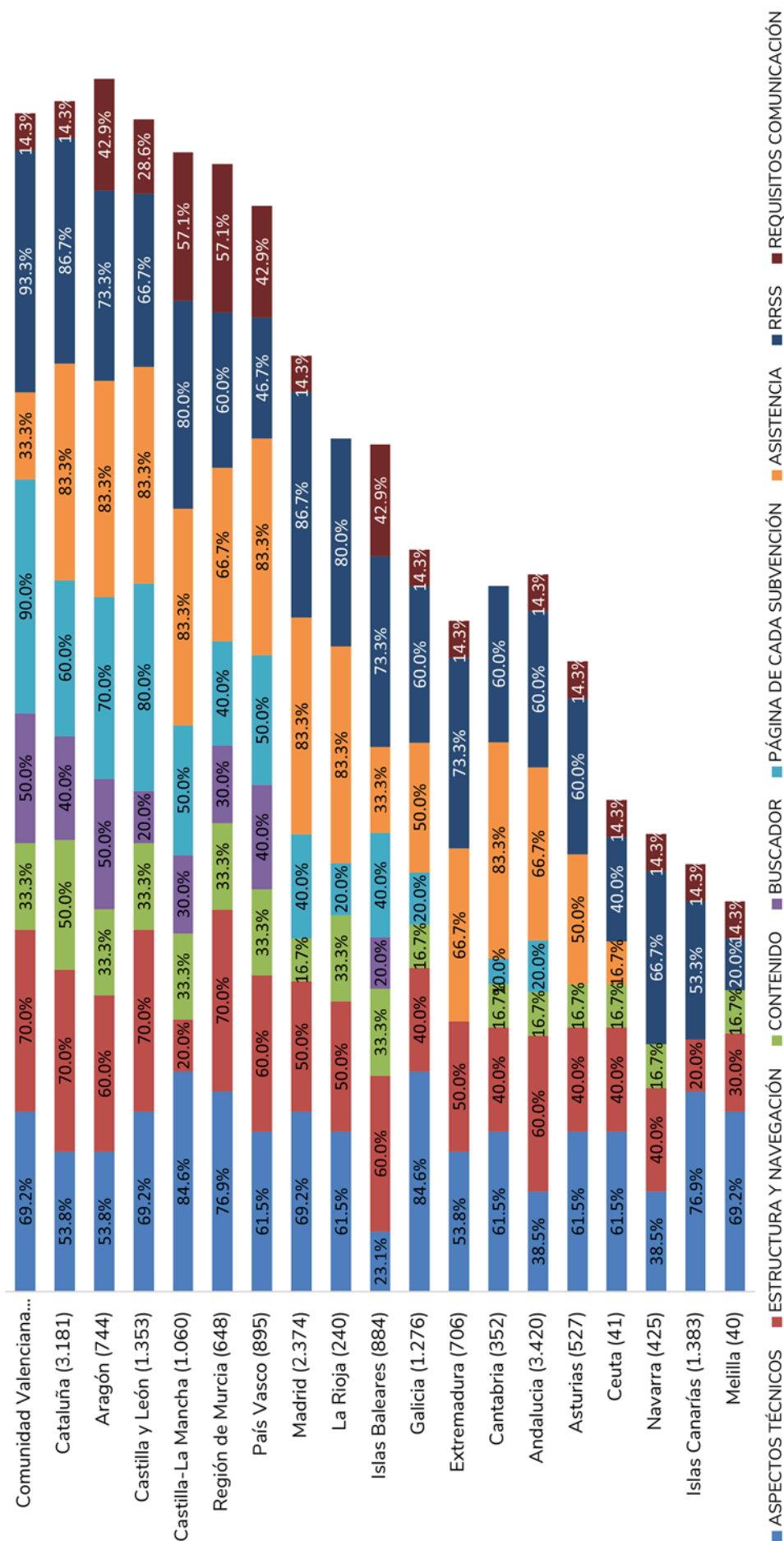
En este apartado hay un suspenso generalizado. Solo Castilla-La Mancha y Murcia suman más de la mitad de los puntos, con un 57,1% cada uno. Por el contrario, los territorios con una peor puntuación son Cantabria y La Rioja que no suman ningún punto.

4.10. Resumen global y comparación con el presupuesto asignado

Tal y como se desprende del gráfico 1, solo siete comunidades logran más de la mitad de los puntos al aplicar el protocolo de análisis, siendo la Comunidad Valenciana (63,6%), Cataluña (59,7%), Aragón (59,7%) y Castilla y León (58,4%) las que mayor puntuación acumulan. Por el contrario, los territorios que están haciendo una comunicación más deficiente son Melilla (22,1%), Canarias (27,3%) Navarra (27,3%) y Ceuta (27,3%).

Finalmente, se observa que no se produce una correspondencia entre presupuesto asignado y el desempeño en comunicación. Las regiones que más fondos han recibido en marzo de 2023 son Andalucía (puesto decimocuarto en nuestro análisis), Cataluña (segundo), Madrid (octavo), C. Valenciana (primero), Castilla y León (cuarto) y Galicia (undécimo).

Gráfico 1. Resumen general de las puntuaciones obtenidas por cada región (entre paréntesis, el presupuesto asignado por comunidad autónoma)



Fuente: Elaboración propia.

5. Discusión y conclusiones

Este estudio explora la forma en la que las comunidades autónomas españolas están resolviendo el importante binomio comunicación-ayudas públicas, cada vez más trascendente para el futuro de la inclusividad de las naciones. Y, en concreto, el modo en que lo han resuelto para dar difusión a los fondos NextGenerationEU. Entendemos que nuestro estudio tiene implicaciones significativas puesto que ayuda a los diferentes territorios a identificar áreas de mejora y al Gobierno Central a proponer recomendaciones y medidas correctoras para garantizar una comunicación eficaz.

Respecto a la primera pregunta de investigación, hemos identificado que las diferentes CCAA han creado las páginas web que centralizan la información de los fondos NextGenerationEU, que aun no siendo obligatorio era recomendado (Dirección General del Plan y Del Mecanismo de Recuperación y Resiliencia, s.f.). Sin embargo, a la luz de los resultados los organismos han seguido diferentes estrategias. Mientras que algunas regiones han incorporado la información mediante una *landing page*, otras han preferido separarlo en un sitio web concreto.

Además, el estudio también ilustra que en varios casos la información está fragmentada en diferentes sitios, dificultando que el usuario final pueda tener toda la información. Por ello, una primera implicación podría consistir en compilar toda la información relativa a los fondos en un sitio web único por región. En la misma dirección, publicar el listado de webs por comunidad en el sitio oficial del Plan de Recuperación y Resiliencia sería de gran ayuda para los posibles beneficiarios.

Otro aspecto significativo, y dando respuesta a la PI2, es que solo siete regiones logran superar el 50% de la puntuación del protocolo, lo que pone de manifiesto que la calidad de los sitios web presenta amplias áreas de mejora. En este sentido, sería de interés estandarizar dicha calidad y que los territorios con una menor puntuación mejoraran las diferentes variables analizadas. Hasta en cuatro variables se ha registrado un promedio inferior al 50% dejando patente que las comunidades y ciudades autónomas deben hacer un esfuerzo por mejorar su desempleo en el contenido, buscador de ayudas, asistencia, difusión a través de las redes sociales y cumplimiento de los requisitos de comunicación establecidos por la normativa. Melilla, Canarias, Navarra, Ceuta, Asturias, Andalucía, Cantabria, Extremadura, Galicia, Baleares, La Rioja y, en menor medida, Madrid deberían revisar con urgencia sus sitios web. Igualmente, teniendo en cuenta las diferencias en el desempeño que darían respuesta a la PI3, sería adecuado ampliar las pautas de comunicación facilitadas por la Administración Central para intentar reducir la brecha observada entre comunidades y ciudades autónomas.

El estudio también ha dado respuesta a la PI4 denotado la preocupante situación en el cumplimiento de las pautas relacionadas con la comunicación. Solo dos regiones logran un aprobado en este apartado. Es necesario que los sitios web aporten los enlaces al material gráfico, mejoren la difusión de contenido relacionado a través de las redes sociales y nombren de forma correcta y homogénea el origen de los fondos.

Por otra parte, respondiendo a la PI5 se observa que no hay una completa correspondencia entre la comunicación y los fondos recibidos. Por ello, sería de utilidad reflexionar sobre si las obligaciones de comunicación deberían modularse en función de los fondos recibidos.

Cabe mencionar que el bajo desempeño en la comunicación por parte de las comunidades autónomas podría tener un impacto significativo en el nivel de absorción de los fondos europeos, tal y como proponen Martín-Llaguno, Solís y Vilaplana-Aparicio (2022) en su análisis de los fondos estructurales. En este sentido, futuras líneas de investigación podrían analizar la correlación entre la comunicación y el nivel de absorción para verificar si existe una relación directa y de qué forma se puede optimizar esta relación. Asimismo, nuestro estudio confirma las conclusiones propuestas por Martín-Llaguno, Vilaplana-Aparicio y Gandía-Solera (2022),

que señalan las carencias en la implementación de los planes de comunicación en los fondos Feder y FSE+ por parte de las administraciones públicas en España, en los que además se observa grandes diferencias entre territorios.

En este contexto, cabe destacar la robustez del protocolo de análisis desarrollado, que proporciona una herramienta fiable y completa para evaluar la calidad de los sitios web. Este protocolo, compuesto por ocho parámetros y 66 indicadores, puede ser de utilidad no solo para futuras investigaciones en otros países europeos, sino también para los responsables de sitios web de organismos públicos, quienes pueden utilizarlo tanto para auditorías auto-administradas como para mejorar sus plataformas (Codina & Pedraza-Jiménez, 2016).

Por lo que respecta a las limitaciones, podemos señalar las siguientes: no hemos podido analizar perfiles análogos en las redes sociales. Mientras que en Murcia se ha analizado el Twitter creado específicamente para difundir estos fondos, en Canarias se ha examinado el perfil de la “Presidencia del Gobierno de Canarias”. Otra limitación ha venido dada por la dificultad de encontrar los sitios web ante la ausencia de guías oficiales al respecto. A pesar de la exhaustiva búsqueda realizada los autores podrían haber omitido alguna web relacionada.

En cualquier caso, los responsables de comunicación de los organismos y equipos que solicitan y que reciben ayudas de las Unión Europea deben ser conscientes de la importancia fundamental de lo que hemos denominado binomio comunicación-ayudas públicas, de manera que nuestro trabajo aspira a ser una aportación útil tanto a investigadores como a profesionales del sector.

6. Disponibilidad de datos

Protocolo empleado: <https://figshare.com/s/183c540948b7a381bbf8>

Datos: <https://figshare.com/s/ff0a61db05de5b67120e>

7. Financiación

Este trabajo forma parte del Proyecto “Parámetros y estrategias para aumentar la relevancia de los medios y la comunicación digital en la sociedad: curación, visualización y visibilidad (CUVI-COM)”. PID2021-123579OB-I00 (MICINN). Ministerio de Ciencia e Innovación de España.

8. Contribución

Tarea	Autor 1	Autor 2	Autor 3	Autor 4
Conceptualización	x			
Análisis formal	x	x	x	x
Obtención de fondos	x	x		x
Administración del proyecto	x			
Investigación	x	x	x	x
Metodología	x	x		
Tratamiento de datos	x	x		
Recursos	x	x		
Software	x	x		
Supervisión	x	x		
Validación		x	x	x
Visualización de resultados	x	x	x	
Redacción – borrador original	x	x	x	x
Redacción – revisión y edición	x	x	x	

Bibliografía

- Bruegel (2020). Next Generation EU payments across countries and years. <https://www.bruegel.org/blog-post/next-generation-eu-payments-across-countries-and-years>
- Campos, A., & Codina, L. (2021). Análisis de estrategias de comunicación, diseminación y explotación en Horizonte 2020. *Revista Prisma Social*, 32(1), 293-319. <https://bit.ly/3CHU1pM>
- Campos, A., Pedraza-Jiménez, R., & Codina, L. (2021). *Comunicación efectiva de la ciencia, diseminación y explotación: actividades multiplicadoras del impacto en el sistema europeo de investigación e innovación*. Serie DigiDoc-EPI, n. 6, RTI05/2021. Barcelona: Universitat Pompeu Fabra, Departamento de Comunicación; Ediciones Profesionales de la Información SL. ISBN: 978 84-120239-8-5. <https://doi.org/10.3145/digidoc-informe6>
- Cinco Días (2020). El Gobierno lega a Hacienda el control de las ayudas europeas y prescinde de la ventanilla única. https://cincodias.elpais.com/cincodias/2020/12/23/economia/1608704669_360920.html
- Codina, L., & Pedraza-Jiménez, R. (2016). Características y componentes de un sistema de análisis de medios digitales: el SAAMD. En R. Pedraza-Jiménez, L. Codina y J. Guallar (eds), *Calidad en sitios web: método de análisis general, e-commerce, imágenes, hemerotecas y turismo* (pp. 41-91). Editorial UOC.
- Dirección General del Plan y Del Mecanismo de Recuperación y Resiliencia (s.f.). FAQ. Acciones de comunicación de obligado cumplimiento. https://www.mitma.gob.es/recursos_mfom/paginabasica/recursos/faq_sobre_obligaciones_de_comunicacion.pdf
- El Español (2021). El Gobierno lanza la ‘ventanilla unica’ para acceder a los fondos europeos. https://www.elespanol.com/invertia/economia/macroeconomia/20210721/gobierno-lanza-ventanilla-unica-acceder-fondos-europeos/598191375_0.html
- Escario, J. L. (2021). The EU Next Generation recovery fund, the year of its implementation. *The state of the European Union Report*, 49. <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/madrid/17647/2021.pdf#page=50>
- Escobar-Pérez, J., & Cuervo-Martínez, Á. (2008). Validez de contenido y juicio de expertos: una aproximación a su utilización. *Avances en medición*, 6(1), 27-36. https://www.humanas.unal.edu.co/lab_psicometria/application/files/9416/0463/3548/Vol_6._Articulo3_Juicio_de_expertos_27-36.pdf
- European Commission (2021). *Communication and visibility rules. European funding programmes 2021-27*. https://www.fondoseuropeos.hacienda.gob.es/sitios/dgpmrr/es-es/Documents/guidance_member_states.pdf
- Gaitán Moya, J. A., Lozano Ascencio, C. H., Caffarel-Serra, C., & Piñuel Raigada, J. L. (2021). La investigación en comunicación en proyectos I+D en España de 2007 a 2018. *Revista Latina de Comunicación Social*, 79, 1–25. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2020-1486>
- Gertrudis Casado, M. C. (2021). La comunicación científica en las políticas, planes y convocatorias de investigación. En M. Gértrudix Barrio & M. Rajas Fernández, *Comunicar la ciencia: guía para una comunicación eficiente y responsable de la investigación e innovación científica* (pp. 323-346). Gedisa.
- Gértrudix, M., Romero, J., Carbonell, A., & Rajas, M. (2020). *Modelo de análisis de comunicación científica en medios digitales [MACOMED]*. Zenodo. <http://doi.org/10.5281/zenodo.3783778>
- Gobierno de España (2021). Plan de Recuperación, transformación y resiliencia. https://www.lamoncloa.gob.es/temas/fondos-recuperacion/Documents/30042021-Plan_Recuperacion_%20Transformacion_%20Resiliencia.pdf
- Gobierno de España (2022). Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia. <https://planderecuperacion.gob.es>

Gobierno de España (2023). Mapa de inversiones gestionadas por las comunidades autónomas. <https://planderecuperacion.gob.es/ejecucion/mapa-de-inversiones-gestionadas-por-las-comunidades-autonomas>

La Moncloa (2021a). Planderecuperacion.gob.es, nueva página web del Gobierno con información sobre el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia. <https://www.lamoncloa.gob.es/serviciosdeprensa/notasprensa/presidencia/Paginas/2021/210721-web-recuperacion.aspx>

La Moncloa (2021b). El Gobierno pone en marcha nuevas cuentas en redes sociales con información sobre el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia. https://www.lamoncloa.gob.es/serviciosdeprensa/notasprensa/presidencia/Paginas/2021/301121-redes_plan_recuperacion.aspx

Martín-Llaguno, M., Solís, S., & Vilaplana-Aparicio, M. J. (2022). Knowledge of European funds in Spanish companies: Is misinformation a brake on absorption? En J. C. Figueiro-Benítez y R. Mancinas Chávez (Eds.), *El Poder de la Comunicación Política: Actores, Estrategias y Alternativas* (pp. 269-291). Dykinson.

Martín-Llaguno, M., Vilaplana-Aparicio, M. J., & Gandía-Solera, I. (2022). European Funds at the Level of the Spanish Autonomous Communities: Is Administrative Communication Discouraging Open Innovation? *Journal of Open Innovation: Technology, Market and Complexity*, 8, 124. <https://doi.org/10.3390/joitmc8030124>

Mea, M., Newton, A., Uyarra, M. C., Alonso, C., & Borja, A. (2016). From science to policy and society: Enhancing the effectiveness of communication. *Frontiers in marine science*, 3. <https://doi.org/10.3389/fmars.2016.00168>

Ministerio de Hacienda (2021a). *Conferencia Sectorial del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia. La ministra de Hacienda preside la constitución de la Conferencia Sectorial del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia*. <https://www.hacienda.gob.es/Documentacion/Publico/GabineteMinistro/Notas%20Prensa/2021/S.E.HACIENDA/21-01-21%20NP%20Conferencia%20Sectorial%20Plan%20Recuperacion.pdf>

Ministerio de Hacienda (2021b). *Conferencia Sectorial del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia. Las CCAA ya tienen asignados más de 7.250 millones de los fondos UE para la transición ecológica, la vivienda o la educación*. <https://www.hacienda.gob.es/Documentacion/Publico/GabineteMinistro/Notas%20Prensa/2021/S.E.%20PRESUPUESTOS%20Y%20GASTOS/02-08-21-NP-Conferencia-Sectorial-Plan-Recuperacion-Agosto-2021.pdf>

Ministerio de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana (2022). Obligaciones de comunicación, publicidad y difusión de los beneficiarios y gestores del Mecanismo de Recuperación y Resiliencia. <https://www.mitma.gob.es/ministerio/proyectos-singulares/prtr/transporte/publicidad-y-difusion-de-las-ayudas-del-mecanismo-de-recuperacion-y-resiliencia>

Morales-Vargas, A. (2021). Evaluación de calidad en sitios web: Factores de análisis, métodos y propuesta de un modelo para el desarrollo de nuevos instrumentos.

Morales-Vargas, A., Pedraza-Jiménez, R., & Codina, L. (2020). Website quality: An analysis of scientific production. *Profesional de la Información*, 29(5), e290508. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.sep.08>

Morales-Vargas, A., Pedraza-Jiménez, R., & Codina, L. (2023). Website quality evaluation: a model for developing comprehensive assessment instruments based on key quality factors. *Journal of Documentation*, 79(7), 95-114. <https://doi.org/10.1108/JD-11-2022-0246>

Olsina, L., Covella, G., & Rossi, G. (2006). "Web quality". In: Mendes, Emilia; Mosley, Nile (eds.). *Web engineering*. Berlin, Heidelberg: Springer-Verlag, pp. 109-142. ISBN: 978 3 540 28196 2. https://doi.org/10.1007/3-540-28218-1_4

Real Decreto-ley 36/2020 (30 de diciembre de 2020). Por el que se aprueban medidas urgentes para la modernización de la Administración Pública y para la ejecución del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia. *BOE* núm. 341, de 31 de diciembre de 2020. <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2020-17340>

Reglamento (UE) 2021/241 (12 de febrero de 2021). Del Parlamento Europeo y del Consejo por el que se establece el Mecanismo de Recuperación y Resiliencia. *Diario Oficial de la Unión Europea*, 18 de febrero de 2021, L 57. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/HTML/?uri=CELEX:32021R0241&from=ES>

Renew Europe (2021). *Guía de fondos europeos*. <https://www.docdroid.com/fAcefY0/ciudadanos-europa-renew-europe-guia-de-fondos-europeos-edicion-sept-2021-pdf>

Roig, N., & Pedraza-Jiménez, R. (2016). Comercio electrónico. In R. Pedraza-Jiménez, L. Codina, & J. Guallar (eds), *Calidad en sitios web: método de análisis general, e-commerce, imágenes, hemerotecas y turismo*, (pp. 41-91). Editorial UOC.

Secretaría General de Fondos Europeos (2022). *Manual de comunicación para gestores y beneficiarios del Plan de Transformación, Recuperación y Resiliencia*. https://www.miteco.gob.es/es/ministerio/recuperacion-transformacion-resiliencia/comunicacion/manualdecomunicacionparalosgestoresdelplan_tcm30-537960.pdf

Travieso-Rodríguez, C., & Ríos-Hilario, A. (2020). Análisis de los proyectos de investigación sobre Información y Documentación del Programa estatal de I+D+i orientada a los retos de la sociedad (2012-2018). *Profesional De La información*, 29(4). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.jul.16>

Vilaplana-Aparicio, M. J., Martín-Llaguno, M., & Iglesias-García, M. (2018). ¿Cómo deben comunicar las empresas receptoras de ayudas de I+D+i? Requisitos Legales en España. *El profesional de la información*, 27(3), 633–640. DOI: <http://doi.org/10.3145/epi.2018.may.16>

Vilaplana-Aparicio, M. J., Martín-Llaguno, M., & Iglesias-García, M. (2021). Communication policies for innovation financed with public funds in Spain: the experts' view. *Profesional de la información*, 30(3), e300308. <https://doi.org/10.3145/epi.2021.may.08>