



PLAN DE COMUNICACIÓN

PROGRAMA DE COOPERACIÓN TRANSNACIONAL



MADEIRA- AZORES-CANARIAS (MAC) 2007-2013

CCI 2007 CB 16 3 PO 007





ÍNDICE

I. INTRODUCCIÓN.....	3
II. ANTECEDENTES.....	6
Acciones desarrolladas por el Plan de Publicidad del PIC INTERREG III B Azores-Madeira-Canarias 2000-2006.....	6
Acciones de seguimiento.....	10
Valoración.....	11
III. OBJETIVOS Y GRUPOS DESTINATARIOS.....	13
Objetivos.....	13
Destinatarios.....	14
IV. ESTRATEGIA Y CONTENIDO DE LAS MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD.....	14
Estrategia.....	14
Contenido.....	15
Medios de información.....	16
V. SERVICIOS ADMINISTRATIVOS U ORGANISMOS RESPONSABLES DE LA APLICACIÓN DE LAS MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD.....	18
VI. SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DE LAS MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD.....	19
Seguimiento.....	19
Evaluación.....	20
VII. PRESUPUESTO INDICATIVO.....	21
VIII. CRONOGRAMA.....	21





I. INTRODUCCIÓN.

La elaboración de este Plan de Comunicación se ha llevado a cabo en cumplimiento del artículo 69 del Reglamento (CE) nº1083/2006, que establece que la Autoridad de Gestión del Programa Operativo será responsable de la publicidad de conformidad con las disposiciones de aplicación de dicho Reglamento adoptadas por la Comisión (sección 1 del Reglamento (CE) nº 1828/2006 de la Comisión de 8 de diciembre de 2006), y de acuerdo con lo establecido en el apartado *IV.7 Publicidad y difusión* del Programa de Cooperación Transnacional Madeira-Azores-Canarias 2007-2013, aprobado por la Comisión Europea mediante Decisión C (2007) 4243, de 18 de septiembre de 2007.

El programa constituye una apuesta por la cooperación como elemento de valor para el desarrollo integrado de las regiones de Madeira, Azores y Canarias y de las mismas con los terceros países de su entorno geográfico, y contiene las propuestas de actuaciones de las regiones comprendidas en este espacio a la luz de las Directrices Estratégicas Comunitarias en materia de cohesión (Decisión del Consejo, de 6 de octubre de 2006) y del marco general de la política regional para el periodo 2007-2013.

El objetivo global que persigue la estrategia adoptada por el Programa de Cooperación Territorial Madeira-Azores-Canarias 2007-2013 consiste en, por un lado, incrementar los niveles de desarrollo y de integración socioeconómica de los tres archipiélagos impulsando una estrategia basada en el impulso de la sociedad del conocimiento y del desarrollo sostenible y, por otro, mejorar los niveles de integración socioeconómica del espacio de cooperación con los países de su entorno geográfico y cultural.

Los objetivos específicos que contribuirán a conseguir los ejes estratégicos del programa, en línea con el objetivo global ya mencionado, son los siguientes:

1. Promover la I+D+I para superar el atraso relativo de las regiones del espacio respecto al continente.





2. Aumentar el nivel de protección y mejorar la gestión de zonas costeras y recursos marinos.
3. Mejorar la gestión sostenible de los recursos hídricos, la energía (especialmente renovables) y los residuos.
4. Prevenir los riesgos sísmicos, vulcanológicos, marítimos, climáticos y otras catástrofes naturales.
5. Favorecer el desarrollo de los países terceros del entorno geográfico.
6. Reforzar la capacidad institucional de los agentes públicos de las tres regiones y de los terceros países vecinos.

Los ejes estratégicos definidos para la consecución de los objetivos globales y específicos del programa son tres:

1. El fortalecimiento del desarrollo de la Investigación, el desarrollo tecnológico, la innovación y la sociedad de la información.
2. La mejora de la gestión medioambiental y de los sistemas de prevención de riesgos naturales.
3. La intensificación de la cooperación con terceros países del entorno geográfico.

En este marco, la comunicación es fundamental desde el punto de vista estratégico para los Programas Operativos. La Unión Europea, así como el Gobierno de Canarias, debe demostrar de forma práctica el impacto que produce en la calidad de vida de la ciudadanía la buena gestión de los Fondos Estructurales.

No obstante, como recoge el Libro Blanco sobre una Política Europea de Comunicación, presentado por la Comisión el 1 de febrero de 2006, "durante las dos últimas décadas, la Unión Europea se ha transformado al asumir una amplia gama de tareas que afectan a la vida de los ciudadanos de muchas formas distintas. Pero la comunicación no ha seguido el mismo ritmo. Está ampliamente admitido que existe una distancia entre la Unión Europea y sus ciudadanos".





En esta línea, el Reglamento (CE) nº 1828/2006 de la Comisión, de 8 de diciembre de 2006, por el que se fijan normas de desarrollo para el Reglamento (CE) nº 1083/2006 y el Reglamento (CE) nº 1080/2006 indica que "la experiencia demuestra que los ciudadanos de la Unión Europea no están suficientemente informados del papel que desempeña la Comunidad en los programas de financiación destinados a reforzar la competitividad económica, crear puestos de trabajo y fortalecer la cohesión interna. Conviene, por tanto, prever la elaboración de un plan de comunicación que determine al detalle las medidas en materia de información y publicidad necesarias para colmar el vacío existente al respecto".

Por ello, los Artículos 60 y 69 del Reglamento (CE) nº 1083/2006 establecen que "el Estado y la Autoridad de Gestión darán a conocer las operaciones y el Programa Operativo objeto de cofinanciación. Dicha información irá dirigida a los ciudadanos de la Unión Europea y a los beneficiarios con la finalidad de destacar el papel desempeñado por la Comunidad y garantizar la transparencia de la ayuda procedente de los Fondos".

Continuando con el Reglamento (CE) nº 1828/2006, el Plan de Comunicación tendrá, como mínimo, el siguiente contenido:

- a) los objetivos y grupos de destinatarios;
- b) la estrategia y el contenido de las medidas de información y publicidad que han de adoptar los Estados miembros o la autoridad de gestión, destinadas a los beneficiarios potenciales, a los beneficiarios y al público en general, teniendo en cuenta el valor añadido de la ayuda comunitaria a nivel nacional, regional y local;
- c) los medios de comunicación a ser utilizados;
- d) el presupuesto indicativo para la aplicación del plan;
- e) los servicios administrativos u organismos responsables de la aplicación de las medidas de información y publicidad;
- f) una indicación del modo en que han de evaluarse las medidas de información y publicidad en cuanto al grado de visibilidad y concienciación de los programas operativos, así como del papel desempeñado por la Comunidad.





Por tanto, siguiendo las disposiciones mencionadas, este Plan de Comunicación desarrolla el contenido establecido en el artículo 2 del Reglamento (CE) nº 1828/2006 y ha sido consensuado con los Interlocutores regionales tal y como establece el apartado IV.7 del Programa Operativo.

II. ANTECEDENTES.

Dado que en el anterior periodo 2000-2006 la Política Regional Comunitaria establecía la obligación, por parte de los Estados miembros, de adoptar medidas de información y publicidad, de acuerdo con el Reglamento (CE) nº 1159/2000 de la Comisión Europea, no debemos pasar por alto, a la hora de elaborar el Plan de Comunicación para el presente periodo 2007-2013, el realizar un análisis de las medidas anteriormente adoptadas. Este análisis permitirá conocer los resultados obtenidos con dichas medidas, y, por tanto, la conveniencia de continuar con ellas o desecharlas, modificarlas o sustituirlas por otras.

Acciones desarrolladas por el Plan de Publicidad del PIC INTERREG III B Azores-Madeira-Canarias 2000-2006

- Creación del logo del Programa

Se diseñó un símbolo representativo que contiene los colores y las formas adecuadas para que, con su simple visualización, se pueda identificar tanto el Programa, las regiones del mismo así como a la Unión Europea. El logo también está compuesto por el nombre del Programa situado en la parte inferior con un tipo de letra legible y personalizada.





INTERREG III B
AÇORES • MADEIRA • CANARIAS

- Creación de la página Web del Programa donde los beneficiarios potenciales y el público en general tienen acceso a información sobre el Programa y su ejecución, con información puntual y actualizada, y con un área de acceso restringido para los socios de proyectos donde pueden tener acceso a la documentación específica para la gestión de sus proyectos así como para publicitar sus eventos.



- Elaboración del Manual de Identidad Corporativa, disponible en CD-ROM y a través de la Web destinado a ayudar a los beneficiarios finales para el uso de los logos del Programa y del FEDER. Fue entregado físicamente a todos los asistentes a los seminarios técnicos de gestión de proyectos.





- Jornadas de Lanzamiento del Programa: se dio a conocer el programa con detalle y se aprovechó para lanzar la primera convocatoria de proyectos.
- Jornadas de apertura de convocatorias del Programa. Se celebraron jornadas técnicas de información a todos los beneficiarios potenciales de cada una de las convocatorias en las tres regiones del programa, cuyo contenido explicaba con mucho detalle todos los pasos a dar para presentar un proyecto y cómo cumplimentar los formularios.
- Anuncios de prensa para el lanzamiento de las cuatro convocatorias del Programa. Estos anuncios se publicaron en los siguientes periódicos:
 - La Provincia/ Diario de Las Palmas (Canarias)
 - Canarias 7 (Canarias)
 - La Gaceta de Canarias / El Mundo (Canarias)
 - Diario de Avisos (Canarias)
 - La Opinión de Tenerife (Canarias)
 - El Día (Canarias)
 - Jornal da Madeira (Madeira)
 - Noticias da Madeira (Madeira)
 - Correio da Horta (Azores)
 - Gráfica Açoreana (Azores)
 - Correio dos Açores (Azores)
 - A União (Azores)
 - Diário de Noticias de Madeira (Madeira)





- Anuncio en el Boletín Oficial de Canarias, en el Jornal Oficial de la Región Autónoma de Madeira y en el Jornal Oficial de la Región Autónoma de Açores para dar publicidad a las cuatro Convocatorias del PIC INTERREG III B MAC.
- Celebración de Jornadas técnicas de gestión de proyectos dirigidas a todos los socios de los proyectos aprobados en las cuatro convocatorias del PIC INTERREG III B MAC.
- Ruedas de prensa celebradas en Azores, Madeira y Canarias con motivo de la celebración de los Comités de Gestión y Seguimiento del Programa, explicando los debates de los Comités, decisiones tomadas y estado de desarrollo del programa.
- Edición y distribución de la revista de noticias del PIC INTERREG III B MAC. Las diversas publicaciones de las revistas fueron enviadas a diversas entidades tanto de las regiones del Programa como de la Unión Europea y han estado disponibles en la página Web. En las revistas se ha facilitado información periódica sobre la ejecución del Programa, y se ha dado información específica sobre proyectos concretos de las cuatro convocatorias.



- Elaboración y distribución de material promocional del PIC INTERREG III B MAC serigrafiado (CDs con manual de identidad





corporativa, folletos, revistas de noticias, fundas de documentos y maletines, set de bolígrafos, pen-drives, etc.)

- Elaboración de un Spot de televisión y un documental sobre el Programa que fueron emitidos en las televisiones de las tres regiones.
- Publicación de un libro con los resultados de los proyectos aprobados en la primera convocatoria, la cual se ha repartido a todos los beneficiarios junto con un CD-R que contiene el spot y el documental.

Acciones de seguimiento.

- Asesoramiento a los beneficiarios potenciales y finales sobre toda la normativa a aplicar, específicamente en materia de información y publicidad, contratación pública, medio ambiente e igualdad de oportunidades, tanto en las jornadas de apertura de las convocatorias como en las jornadas técnicas de gestión de proyectos. También se presentó de una forma práctica la página Web del programa, uso y contenidos.
- En las jornadas técnicas se distribuyeron cuestionarios para valorar la claridad y pertinencia de la información facilitada.
- En el desarrollo de las acciones de control, tanto los interlocutores regionales como los miembros del Secretariado Técnico comprobaron la correcta utilización de los logos del Programa y del FEDER, tanto en el material desarrollado por los proyectos como en los eventos además de comprobar la utilización de las banderas de las regiones y de la Unión Europea. También se comprobó el cumplimiento de las normas de información y publicidad en el material promocional, notas de prensa en los periódicos locales y en las propias páginas Webs de los proyectos.





Valoración

- La información facilitada en las jornadas de apertura de convocatorias y en los seminarios técnicos han contribuido al éxito de participación, aunque la gran demanda de proyectos presentados ha superado ampliamente las expectativas.
- La difusión del CD ROM de imagen corporativa del Programa y su puesta a disposición en la página Web ha sido de gran utilidad para los gestores de los proyectos y ha concienciado sobre la importancia del cumplimiento de las normas de información y publicidad.
- A través de las medidas de seguimiento llevadas a cabo por los interlocutores regionales y los miembros del Secretariado Técnico Común se ha podido comprobar el cumplimiento de la normativa en materia de información y publicidad y se han podido subsanar los incumplimientos.
- La creación del logotipo ha permitido crear una imagen transnacional reconocible en las tres regiones del programa.
- La creación de la página Web ha hecho posible la existencia de una plataforma actualizada de toda la información acerca del Programa. La página comenzó su andadura como una herramienta básica que fue mejorada para adecuarse a las necesidades precisas de los beneficiarios potenciales y efectivos de los proyectos convirtiéndose de esta manera en la principal fuente de información actualizada del Programa para todos los destinatarios.
- La producción del spot publicitario y del documental han servido para dar a conocer los resultados del programa y de los proyectos, ya que fueron producidos y emitidos en una fase ya muy avanzada de desarrollo del programa.
- La concentración de recursos en la gestión del programa no ha hecho posible realizar seminarios temáticos y de buenas prácticas de proyectos, lo que hubiera tenido un mayor impacto en el público en





general y hubiera ayudado al conocimiento mutuo entre proyectos facilitando el intercambio de experiencias y conocimientos.

- La publicación de las revistas de noticias del Programa ha posibilitado una mayor difusión del mismo, al ser distribuida en formato papel además de estar disponible en la página Web del Programa. Sin embargo, es difícil valorar la utilidad real que han tenido las revistas de noticias para los proyectos en ejecución y el público en general. El coste del envío de las revistas en formato papel a todos los beneficiarios de proyectos es muy elevado, tal vez sería suficiente con tener la revista en formato electrónico en la página Web.
- No se ha desarrollado una estrategia de actuación destinada a los medios de comunicación por lo que respecta a la información que éstos dan acerca del Programa. Las notas de prensa publicadas en los medios sobre las actividades de los proyectos tenían con frecuencia imprecisiones u omisiones.





III. OBJETIVOS Y GRUPOS DESTINATARIOS.

El artículo 69 "Información y publicidad" del Reglamento (CE) nº 1083/2006, establece que "el Estado miembro y la autoridad de gestión del programa operativo darán a conocer las operaciones y los programas objeto de cofinanciación y facilitarán información al respecto. Dicha información irá dirigida a los ciudadanos de la Unión Europea y a los beneficiarios con la finalidad de destacar el papel desempeñado por la Comunidad y garantizar la transparencia de la ayuda procedente de los Fondos".

Objetivos

Las medidas de información y publicidad previstas en este Plan tienen por tanto por objetivo:

1. Garantizar la transparencia de los procedimientos de ejecución y gestión del Programa.
2. Informar a la opinión pública sobre el papel que desempeña la Unión Europea en colaboración con los Estados Miembros y las regiones, en favor de las intervenciones que se desarrollen en el marco del Programa y de los resultados de éstas.
3. Obtener el mayor grado de participación posible facilitando la información precisa a los beneficiarios potenciales y finales, así como a las siguientes entidades:
 - Las autoridades insulares, locales, regionales, nacionales y demás autoridades públicas competentes;
 - Las asociaciones comerciales y profesionales;
 - Los interlocutores sociales y económicos;
 - Las organizaciones no gubernamentales;
 - Medios de comunicación social;
 - Público en general.





4. Informar a los beneficiarios sobre sus responsabilidades relativas a las medidas de información y publicidad destinadas al público, así como de la correcta utilización de las disponibilidades financieras asignadas.

Destinatarios

El artículo 69 del Reglamento 1083/2006 citado anteriormente determina que los destinatarios estarán formados por el conjunto de los ciudadanos de la UE y los beneficiarios. Por tanto, puede establecerse la siguiente clasificación:

- Destinatarios directos:
 - - Internos: Responsables del Programa y beneficiarios finales.
 - Externos (Beneficiarios potenciales):
 - Las autoridades insulares, locales, regionales, nacionales y demás autoridades públicas competentes;
 - Las asociaciones comerciales y profesionales;
 - Los interlocutores sociales y económicos;
 - Las organizaciones no gubernamentales;
- Destinatarios indirectos: Público en general y medios de comunicación.

IV. ESTRATEGIA Y CONTENIDO DE LAS MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD.

Estrategia

Las medidas que se pretenden llevar a cabo para alcanzar los objetivos previstos y obtener el mayor impacto posible en los destinatarios se han establecido teniendo en cuenta la experiencia adquirida en el anterior





Programa INTERREG IIIB Azores-Madeira-Canarias y los recursos financieros disponibles para este periodo de programación.

Las acciones podrán tener un carácter temporal variable, existiendo algunas que se desarrollarán de forma continuada durante todo el periodo 2007-2013 y otras que se llevarán a cabo en momentos puntuales.

El desarrollo se llevará a cabo en tres fases que susciten un avance progresivo en la difusión del Programa Operativo:

Primera etapa: Iniciación. En esta etapa debe darse a conocer la existencia del Programa Operativo y sus características definitorias.

Segunda etapa: Ejecución y seguimiento. En ella se irá profundizando en el conocimiento y difusión del Programa Operativo, de manera especial se dará información precisa a los beneficiarios finales sobre la ejecución de los proyectos.

Tercera etapa: Ejecución y cierre. En esta última etapa, los proyectos se encuentran en una fase muy avanzada, por lo que es el momento idóneo para enriquecer los mensajes con los resultados derivados de la aplicación del Programa Operativo. Irá enfocada especialmente al público de la manera más amplia posible.

Contenido

De acuerdo con el Artículo 7 del Reglamento (CE) nº 1828/2006, "la autoridad de gestión será responsable de la organización de, al menos, las siguientes medidas de información y publicidad:

- a) una actividad informativa importante relativa a la publicidad del lanzamiento de un programa operativo, incluso en ausencia de la versión final del plan de comunicación;
- b) al menos una actividad informativa anual importante, de acuerdo con lo establecido en el plan de comunicación, en la que se presenten los logros del





programa o programas operativos, incluidos, en su caso, los proyectos importantes:

c) izamiento de la bandera de la Unión Europea durante una semana, a partir del 9 de mayo, delante de los locales de las autoridades de gestión;

d) publicación electrónica o por otros medios de la lista de beneficiarios, los nombres de las operaciones y la cantidad de fondos públicos asignada a las operaciones."

Asimismo, el artículo 9 del Reglamento 1828/2006 establece las características técnicas de las medidas de información y publicidad de la operación:

"Todas las medidas de información y publicidad destinadas a los beneficiarios, a los beneficiarios potenciales y al público en general incluirán los elementos siguientes:

- a) el emblema de la Unión Europea, de conformidad con las normas gráficas establecidas en el Anexo I, así como la referencia a la Unión Europea;
- b) la referencia al Fondo en cuestión:
 - en el caso del FEDER: "Fondo Europeo de Desarrollo Regional"
- c) una declaración elegida por la Autoridad de Gestión en la que se destaque el valor añadido de la intervención de la Comunidad, de preferencia: "Invertimos en su futuro".

Medios de Información

Las medidas que se desarrollarán en el marco del Plan de Comunicación del Programa, que se han establecido teniendo en cuenta toda la normativa comunitaria al respecto y se consideran adecuadas al volumen financiero del Programa, son las siguientes:

- Seminarios públicos de presentación del Programa de Cooperación Transnacional Madeira-Azores-Canarias a todos los interesados





(beneficiarios potenciales). En dichos seminarios se facilitará a los beneficiarios potenciales, en cumplimiento del art.5 del Reglamento 1828/2006, información clara y detallada sobre los siguientes puntos como mínimo:

- Las condiciones de acceso a la financiación del Programa,
- La descripción de los procedimientos de evaluación de las solicitudes de financiación y de los periodos de tiempo correspondientes,
- Los criterios de selección de los proyectos que se van a financiar,
- Los puntos de contacto a nivel regional que pueden facilitar información.

Toda esta información estará también disponible en la página Web para cualquier interesado.

- Publicación de las convocatorias en los periódicos relevantes de las tres regiones del Programa.
- Seminarios técnicos de apertura de convocatorias, donde se informará acerca de las condiciones que han de cumplirse para poder acceder a la financiación en el marco del Programa, la descripción de los procedimientos de examen de las solicitudes de financiación, los plazos establecidos y los criterios de selección de las operaciones que se van a cofinanciar.
- Elaboración de un Manual específico sobre información y publicidad dirigido a los beneficiarios potenciales y finales. Este Manual incluirá detalles sobre la imagen corporativa del programa.
- Elaboración de un manual práctico de ayuda a la presentación de proyectos para los beneficiarios potenciales, con información sobre los procedimientos para la presentación de solicitudes, requisitos de las mismas y detalle de la cumplimentación de los formularios de solicitud.





- Elaboración de un manual para los beneficiarios sobre la gestión financiera de proyectos en el marco del Programa.
- Creación y mantenimiento de una página Web del Programa que servirá de herramienta fundamental de información para los beneficiarios potenciales y finales y el público en general. Los contenidos de la página serán actualizados para poder dar información clara y precisa sobre el Programa, su estado de ejecución y resultados obtenidos, además de contener información y documentación para la gestión de proyectos en el marco del Programa (plazos de presentación, requisitos de los proyectos, dossier de candidatura descargable de la Web, eventos relacionados con la cooperación transnacional en la UE, etc.) La página Web también estará disponible para que los proyectos puedan anunciar sus propios eventos. Se publicará a través de la página Web una lista de beneficiarios que incluya los nombres de los proyectos aprobados, los socios que participan y la cantidad de fondos públicos asignada.
- Elaboración de una publicación digital anual disponible en la página Web del Programa, donde se presentarán los logros del programa y los proyectos más importantes.
- Izamiento de la bandera de la Unión Europea durante una semana, a partir del 9 de mayo, delante de los locales de la Autoridad de Gestión.

V. SERVICIOS ADMINISTRATIVOS U ORGANISMOS RESPONSABLES DE LA APLICACIÓN DE LAS MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD.

La Autoridad de Gestión del Programa se asegurará de que las medidas de información y publicidad se apliquen de conformidad con el Plan de Comunicación. Sin embargo, también hay que tener en cuenta que cada organismo ejecutor del Programa es responsable, en las actividades de su competencia, de la aplicación y cumplimiento de la normativa sobre información y publicidad.





En este sentido y de acuerdo con lo establecido en el Programa, el Secretariado Técnico Común, además de ser responsable de promover el Programa en el seno del ámbito geográfico de intervención, también debe velar para que los socios de proyectos hagan publicidad de los Fondos Estructurales.

Así mismo, los Interlocutores regionales deben asegurar el control de la gestión y de la ejecución de los proyectos de sus regiones respectivas, así como promover el Programa en su ámbito geográfico correspondiente.

En todo caso, se potenciará que cuando sea pertinente y haya una presencia de representantes de cualquier administración en los medios de comunicación se insista en la importancia de la cofinanciación de los fondos europeos en complementariedad con el esfuerzo inversor regional y nacional.

VI. SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DE LAS MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD.

Seguimiento.

El sistema de seguimiento de las medidas del Plan de Comunicación estará orientado a cumplir con lo establecido al respecto en el art.4 del Reglamento (CE) nº 1828/2006, por lo que su principal objetivo será garantizar que se dispone en todo momento de la información necesaria para atender los requerimientos de la normativa comunitaria.

En este sentido, el citado Reglamento estipula la obligatoriedad de aportar información periódica sobre la aplicación del Plan de Comunicación en las reuniones de los Comités de Seguimiento y en los informes anuales y final de ejecución de los Programas.

✚ Comunicación de información a los Comités de Seguimiento.

El Comité de Seguimiento recibirá información anual de la Autoridad de Gestión sobre:

- el Plan de Comunicación y los avances en su aplicación;





- las medidas del Plan llevadas a cabo;
- los medios de comunicación utilizados;
- el grado de ejecución física y financiera del Plan (indicadores de seguimiento);
- y el contenido de cualquier modificación importante del Plan.

✚ *Inclusión de información en los informes anuales y final de ejecución de los Programas Operativos.*

Estos informes contendrán un capítulo dedicado a presentar los avances en la aplicación del Plan de Comunicación, ofreciendo información cualitativa y cuantitativa sobre:

- las medidas de información y publicidad llevadas a cabo en el marco del Plan de Comunicación;
- los medios de comunicación utilizados;
- las disposiciones relativas a la publicación, electrónica o por otros medios, de la lista de beneficiarios, operaciones y fondos públicos asignados¹;
- el grado de ejecución física y financiera de las medidas del Plan (indicadores de seguimiento);
- y el contenido de cualquier modificación importante del Plan de Comunicación".

Evaluación.

Las evaluaciones del Plan de Comunicación tendrán por objeto valorar el grado de consecución de los objetivos estratégicos del mismo, esto es, medir la eficacia de las medidas de comunicación emprendidas.

El grado de visibilidad y concienciación del Programa en los destinatarios (directos e indirectos) será evaluado a través de las siguientes acciones:

- Valoración de la información obtenida mediante cuestionarios que serán entregados en los seminarios, diseñados para evaluar el grado





de pertinencia, eficacia y claridad de la información dada en los seminarios.

- Cuantificación del número de visitas a la página Web del Programa, así como del número de descargas realizadas de los diversos documentos disponibles. Se realizará un cuestionario específico para recoger la valoración que los usuarios hacen de la Web.
- Valoración de los resultados del seguimiento y control de los proyectos en cuanto al cumplimiento de las obligaciones de publicidad.

VII. PRESUPUESTO INDICATIVO.

Se estima que la suma de todas las acciones a desarrollar en el presente Plan de Comunicación asciende a la cantidad de **245.974,77 €** para todo el periodo.

VIII. CRONOGRAMA.

FASES/Años	2008	2009	2010	2011	2013	2014	2015
Fase 1							
Fase 2							
Fase 3							

Fase 1: Iniciación.

Fase 2: Ejecución y Seguimiento.

Fase 3: Ejecución y cierre.

