



# cantabria, europa

Programa Operativo 2007-2013 · FEDER  
una manera de hacer europa

**PLAN DE COMUNICACIÓN**

## **INDICE**

<b>PRESENTACION</b>	<b>3</b>
<b>INTRODUCCION</b>	<b>6</b>
<b>CAMPAÑAS INFORMATIVAS REALIZADAS DURANTE EL PERIODO 2000 – 2006</b>	<b>7</b>
<b>EVALUACIÓN CONTINUA DE LAS MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD DURANTE EL PERÍODO 2000 -2006.</b>	<b>11</b>
<b>CONTENIDO DEL PLAN DE COMUNICACIÓN DEL PROGRAMA OPERATIVO DEL PERIODO 2007 – 2013.</b>	<b>12</b>
<b>ESTRATEGIA Y CONTENIDO DE LAS MEDIDAS DE INFORMACION</b>	<b>15</b>
<b>PRESUPUESTO INDICATIVO PARA LA APLICACIÓN DEL PLAN</b>	<b>28</b>
<b>ORGANISMOS RESPONSABLES DE LA APLICACIÓN DE LAS MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD</b>	<b>29</b>
<b>SISTEMA DE SEGUIMIENTO DEL PLAN DE COMUNICACIÓN</b>	<b>33</b>
<b>SISTEMA PREVISTO DE EVALUACIÓN DEL PLAN</b>	<b>35</b>
<b>ANEXO DE INDICADORES</b>	<b>37</b>

## PRESENTACION

El proyecto que se desarrolla a continuación describe el plan de publicidad del Programa Operativo del FEDER Cantabria para el período 2007 -2013.

La Comisión Europea ha puesto de manifiesto el hecho, aparentemente contradictorio, que aunque los ciudadanos tienen cada vez mas información, e incluso un exceso de información en algunos ámbitos, se sigue demandando información cualificada de manera constante.

En tres comunicaciones emitidas entre 2001 y 2004, la Comisión Europea ha señalado la colaboración cada vez mas acentuada con el Parlamento, el Consejo y los Estados miembros en la reflexión sobre las deficiencias en la planificación y coordinación, la transmisión de mensajes que no conectan con los intereses y preocupaciones de los ciudadanos y la implementación inadecuada de las campañas de comunicación.

Paralelamente, la Comisión presentó a principios de 2006 el Libro Blanco sobre la Política de Información de la Comisión, para cuya elaboración se han tenido en cuenta las aportaciones de especialistas y de instituciones como el Parlamento Europeo.

En este Libro Blanco, la Comisión Europea propone un nuevo planteamiento que va desde la comunicación unidireccional hacia el diálogo reforzado, desde una comunicación centrada en las instituciones a otra centrada en el ciudadano a través de un tratamiento de la información mas descentralizado. Según este plan, la comunicación debe convertirse en un animado debate entre los propios ciudadanos.

Los resultados del Eurobarómetro en los últimos años indican que sigue existiendo un gran desconocimiento por una parte de la ciudadanía europea acerca de las instituciones, sus funciones y su funcionamiento, al igual que una falta de interés y de participación activa en la vida política de la Unión Europea.

Sin duda, la política de información de la Unión Europea es ahora mas necesaria que nunca para la integración comunitaria, no sólo para contribuir a la creación de una conciencia propia sino fundamentalmente como un deber democrático.

Con todo este bagaje, la autoridad de gestión del Programa Operativo, La Subdirección General de Administración del FEDER y la Dirección General de Economía, como Organismo Intermedio del Programa Operativo de Cantabria FEDER 2007 – 2013, pone en marcha este plan de comunicación, cuyo objetivo principal es transmitir una información más efectiva sobre la realidad europea a través de una mayor transparencia en la comunicación y un uso más eficaz de las publicaciones, las visitas, los servicios audiovisuales e Internet para potenciar ese acercamiento.

Es importante resaltar que el Programa Operativo del FEDER de Cantabria 2007-2013 es un Programa **sólo para este Fondo**, a diferencia del Programa Operativo Integrado del periodo anterior 2000 – 2006, que integraba actuaciones cofinanciadas con fondos procedentes del FEDER, del Fondo Social Europeo y del FEOGA – Orientación. En consecuencia el Plan que se representa se refiere sólo al FEDER.

Este plan se ha elaborado en cumplimiento de las exigencias del Reglamento(CE) 1083/2006 del Consejo de 11 de junio de 2006 (1), por el que se establecen las disposiciones generales relativas al Fondo Europeo de Desarrollo Regional, al Fondo Social Europeo y al Fondo de Cohesión y que

deroga el Reglamento 1260/1999, y las del Reglamento(CE) 1828/2006 de la Comisión (2), de 8 de diciembre de 2006, por el que se fijan normas de desarrollo del Reglamento anterior. En él se establecen las medidas de información y publicidad de las actividades financiadas con los fondos estructurales en la Comunidad Autónoma de Cantabria durante el período 2007 – 2013.

Este Plan de Comunicación se estructura en los siguientes epígrafes, que recogen las exigencias del artículo 2 del Capítulo II del Reglamento 1828/2006 de 8 de diciembre de 2006:

1. Presentación.
2. Introducción con una evaluación de las medidas correspondientes al período 2000-2006
3. Objetivos y grupos de destinatarios
4. Estrategia y Contenidos de las medidas de información y publicidad.
5. Presupuesto indicativo
6. Organismos responsables de la aplicación de las medidas de información y publicidad.
7. Los sistemas de evaluación y seguimiento que se van de estas medidas y de toda la estrategia de comunicación a la hora de establecer el grado de visibilidad y concienciación del programa operativo, así como del papel desempeñado por la Comunidad Europea.

(1). Ver art. 60 (j) sobre cumplimiento de los requisitos de información y publicidad y art. 69 ap. 1 y 2

(2) Ver Sección 1 Art. 2 al 10



## INTRODUCCION

Los fondos estructurales europeos conforman un concepto a priori conocido por la gran mayoría de la población, si bien, parece difícil que el mismo porcentaje conozca la complejidad que estos tienen tanto en sus diferentes nombres como la verdadera repercusión que han tenido y tienen en la vida real de nuestra sociedad.

Toda campaña tiene entre sus objetivos obtener el mayor grado de notoriedad posible, y cuando se trata de un producto o bien de un servicio que afecta a la totalidad de la población esas cotas tienen que fijarse en un nivel muy elevado. Esta obligación de llegar al máximo número de ciudadanos posibles exige un esfuerzo comunicacional grande, tanto en la elección de los soportes, de los medios, de los tiempos de exposición y de las ubicaciones

Ciertamente el reto es complejo, puesto que normalmente los procesos de concienciación ciudadana son pausados, salvo que el tema tratado goce de una buena acogida por su simpatía o por su facilidad conceptual. El caso de los fondos estructurales no posee ninguna de estas dos características, pero sí es lo suficientemente importante como para continuar con el proceso de mentalización ciudadana a pesar de que el camino sea costoso.

Como punto de partida de las actuaciones de comunicación a realizar en el futuro resultará de utilidad incluir una breve referencia a las campañas de información ejecutadas durante el periodo anterior, realizando una breve descripción de sus contenidos y una valoración del impacto alcanzado entre la población destinataria.

## **CAMPAÑAS INFORMATIVAS REALIZADAS DURANTE EL PERIODO 2000 – 2006**

Durante el período 2000-2006 se han realizado dos campañas de publicidad e información encaminadas a hacer llegar a los ciudadanos los logros de las políticas europeas en la Comunidad Autónoma de Cantabria.

A continuación se detallan las principales acciones de estas campañas y su repercusión entre el público de la Comunidad Autónoma.

### **FASE I**

#### **Plan de Información y Publicidad, realización de actuaciones y evaluación de los resultados obtenidos del Programa Operativo Integrado de Cantabria 2000-2006.**

Fue adjudicado en el mes de abril de 2003. Su ejecución tuvo lugar durante los meses siguientes.

Como lema principal de la campaña se utilizó la expresión “*EUROPA DA PARA MUCHO*” y también la expresión “*HACIENDO CANTABRIA HACEMOS EUROPA*”, haciendo especial hincapié en el hecho de que Cantabria superaba ya, en aquel momento, el 82% de la renta media europea.

#### **Desarrollo del Plan de Medios**

El plan de medios fue diseñado para lograr una presencia de gran intensidad y alcanzar a la totalidad de la población de Cantabria. Con estas premisas la campaña se planificó sobre los principales diarios y revistas, emisoras de

radio, televisiones y publicidad exterior, en vallas de gran formato y cabinas de teléfonos.

### **Medios empleados**

- ⌚ Prensa
- ⌚ Revistas
- ⌚ Radio
- ⌚ Televisión
- ⌚ Exterior (vallas gran formato y cabinas telefónicas)
- ⌚ Nuevas Tecnologías
  - Página web
  - CD interactivo
- ⌚ Marketing directo

### **Estudio de repercusión e impacto de la campaña.**

Al finalizar la campaña se llevó a cabo un estudio para evaluar la repercusión e impacto de la misma sobre la población objetivo. El trabajo de campo se realizó a finales del mes de junio de 2003, mediante entrevistas personales con cuestionario estructurado y precodificado, sobre una muestra poblacional de 845 personas mayores de 18 años, aplicando criterios de estratificación según edad, sexo y población.

Los resultados del estudio arrojan como conclusiones principales de la campaña:

- ③ Que fue adecuada en sus planteamientos, ya que se constató una valoración positiva en el 95% de los entrevistados.
- ③ Que alcanzó un elevado grado de penetración, ya que se logró el reconocimiento por parte del 32% de la población objetivo en sólo dos meses

Estos resultados pueden calificarse como muy satisfactorios.

La evaluación de esta Campaña también se incluyó en la “Actualización de la Evaluación Intermedia del Programa Operativo de Cantabria” realizada



por la Consultora 97 S&F, S.L., que añadió la recomendación de “incidir en dar mayor publicidad al desarrollo de las actuaciones, el seguimiento y objetivos alcanzados con ellas” (pag. 45 del Informe de Actualización)

## FASE II

### **Plan de Información y publicidad del Programa Operativo de Cantabria 2000-2006. Fase II.**

Adjudicado en el mes de diciembre de 2006. Durante el primer mes se realizó el plan de trabajo y la campaña se ejecutó durante los cuatro meses posteriores, por lo que ha finalizado en los primeros meses de 2007.

La Campaña, con el lema central “*CANTABRIA SUBE EN EUROPA*” ha tenido el siguiente desarrollo:

#### **Medios de difusión utilizados:**

- ⌚ Medios escritos:
  - Prensa
  - Revistas
- ⌚ Televisión
- ⌚ Radios
- ⌚ Exterior
  - Mobiliario urbano
  - Cabinas de teléfono
  - Paradas de autobús
- ⌚ Inclusión en medios digitales.

### **Evaluación de impacto sociológico**

Este estudio sociológico se ha realizado mediante encuesta telefónica siguiendo las pautas determinadas que exige esta práctica, teniendo en cuenta el universo que compone la población de Cantabria, distribuyendo el número de encuestas proporcionalmente entre

los núcleos de población seleccionados y estableciendo parámetros concretos con la variable edad y sexo.

El diseño de la encuesta corresponde a las cuestiones valorativas que cada encuestado debe puntuar. Lo componen 4 preguntas que tratan sobre los siguientes temas:

- Conocimiento de información sobre los fondos Estructurales Europeos
- Conocimiento de la campaña “Cantabria sube en Europa”
- Notoriedad de los medios de comunicación empleados durante la campaña
- Valoración de las repercusiones de los Fondos Estructurales Europeos en Cantabria

Como resultado de la evaluación se constató que la valoración de los ciudadanos sobre la repercusión de los fondos europeos se consideró buena. Dicha evaluación arrojó una valoración, en una escala de 1 a 10 (un 6,1 en el total y un 5,9 y 6,3 en hombres y mujeres, respectivamente). La valoración por edades fue del 6,3 para el colectivo de entre 18 y 30 años, del 6 para el de entre 31 y 65 años y del 6,2 para mayores de 65 años.

## **EVALUACIÓN CONTINUA DE LAS MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD DURANTE EL PERÍODO 2000 -2006.**

Además de las evaluaciones de estas dos Campañas publicitarias, se realizaron evaluaciones de las medidas de información y publicidad en todos los controles efectuados habitualmente por las empresas consultoras externas en aplicación del Art. 4 del Reglamento 438/2001 de la Comisión de 2 de marzo de 2001, y se han hecho constar tanto en los informes trimestrales que recogen el seguimiento continuo del Programa Operativo, como en los que acompañan a las certificaciones de pagos realizados.

Se ha verificado también el cumplimiento de las normas en materia de *información y publicidad*, especialmente en relación con la fijación de vallas, placas notificación a beneficiarios y material de información y comunicación.

## **CONTENIDO DEL PLAN DE COMUNICACIÓN DEL PROGRAMA OPERATIVO DEL PERIODO 2007 – 2013.**

### **OBJETIVOS DEL PLAN DE COMUNICACIÓN**

La finalidad fundamental del plan de comunicación es la adquisición por parte de la sociedad de Cantabria de una visión más amplia hacia las políticas europeas, y lo que éstas suponen para el desarrollo de la Comunidad Autónoma. Esta finalidad se persigue a través de los objetivos siguientes:

1. Garantizar la transparencia en la ejecución del Programa.
2. Informar sobre el contenido del Programa y la contribución del FEDER a los objetivos definidos en el mismo.
3. Informar a la opinión pública del papel que desempeña la Unión Europea en la política regional a través de las actuaciones del Programa Operativo.
4. Difundir aquella información que posibilite e induzca a una correcta utilización de las disponibilidades financieras asignadas
5. Aumentar la visibilidad de las acciones comunitarias, sensibilizando a la opinión pública

## **DESTINATARIOS DEL PLAN DE COMUNICACIÓN**

### **1.- Destinatarios directos**

#### **1.1.-Gestores del Programa Operativo**

- ◆ Departamentos del Gobierno de Cantabria gestores del gasto subvencionable, Ayuntamientos, Empresas Publicas, Universidad, Centros e Investigación y cualquier posible gestor de ayudas contempladas en el Programa Operativo.
- ◆ Departamentos de la Administración General del Estado gestores del gasto subvencionable en aquellas líneas competencia de esta Administración

#### **1.2.-Beneficiarios potenciales. (1)**

- ◆ Gobierno de Cantabria
- ◆ Autoridades nacionales, regionales, locales y agencias de desarrollo
- ◆ Universidades y Centros de Investigación
- ◆ Empresas receptoras de ayudas
- ◆ Asociaciones comerciales y profesionales (Cámaras de Comercio, Colegios Profesionales)
- ◆ Interlocutores económicos y sociales
- ◆ Organizaciones no gubernamentales, especialmente las vinculadas a la promoción de la igualdad entre hombres y mujeres y a la protección del medio ambiente
- ◆ Organizaciones que representan a las empresas

(1) Ver definición de beneficiario en el art. 2.4 del Reglamento 1083/2006

## **2. Público en general**

Hay que advertir que, según la definición de beneficiario del Reglamento 1083/2006 algunos de los destinatarios de este Plan de Comunicación van a jugar un doble papel:

- Como responsables de poner en práctica las medidas de información y publicidad en su condición de gestores del Programa Operativo.
- Como receptores de las medidas de información y publicidad que les permitirá acceder a la financiación contemplada en el Programa Operativo.

Esta dicotomía del término “beneficiario” se ha tenido en cuenta a la hora de desarrollar el contenido del presente Plan de Comunicación.



## **ESTRATEGIA Y CONTENIDO DE LAS MEDIDAS DE INFORMACION**

La estrategia fundamental que se adopta en este Plan de Comunicación parte de potenciar las medidas de publicidad que se han venido desarrollando en el período anterior, fundamentalmente los contenidos de la página web que se describen más adelante, si bien hay que tomar en consideración la diferencia fundamental entre el Programa Operativo del periodo anterior y el del periodo 2007-2013.

El Programa operativo 2000 – 2006 estaba integrado en el marco transitorio de salida del Objetivo 1, y cofinanciaba una gran cantidad de obras de gran visibilidad pública (restauración del patrimonio, equipamientos deportivos, instalaciones educativas, carreteras y puertos, infraestructuras sanitarias, etc.). Por el contrario, el actual programa operativo, perteneciente al objetivo 2 (convergencia y competitividad) se centra fundamentalmente en actuaciones de I + D + i (eje 1), por lo que sus efectos, de cara a la opinión pública, no son tan evidentes como las obras del período anterior. En aquella parte del Programa destinada a cofinanciar obras de saneamiento o equipamientos locales (ejes 2 y 4) la estrategia de comunicación puede plantearse en los mismos términos de las medidas de publicidad anteriores, pero parece necesario diseñar una nueva estrategia para las actuaciones enmarcadas en el Eje 1.

En consecuencia se plantea como novedad el seguimiento de las actuaciones en I+D+i a medio y largo plazo a fin de trasladar a la opinión pública el impacto de las realizaciones cofinanciadas en el eje 1 del Programa Operativo 2007-2013.

En otro orden de cosas, las medidas adoptadas en el pasado deben influir en las decisiones que se tomen para el futuro, de manera que si en el período 2000 – 2006 se realizaron dos grandes campañas publicitarias en dos momentos puntuales, la estrategia para el nuevo período debe incidir en un acercamiento habitual a la opinión pública mediante actuaciones mas cercanas al entorno cotidiano del ciudadano y con mayor continuidad temporal, intentando que la población de la Comunidad Autónoma interiorice la importancia que los fondos europeos han tenido y continúan teniendo en la mejora de su calidad de vida.

También puede ser de gran utilidad, de cara al reconocimiento inmediato e intuitivo por parte de la población en general, el diseño de un logotipo específico del Programa Operativo y su utilización en toda la documentación y actividades contenidas y diseñadas en el Plan, así como elemento identificativo del acceso a la página Web.

En todo caso, el Plan de Comunicación se concibe como un proceso abierto a las propuestas de los sujetos que intervienen en su ejecución para el posible reajuste de las acciones previstas, suprimiendo las que no se hayan probado adecuadas o creando otras nuevas, facilitando así la retroalimentación y adaptación continuada en función de las necesidades y dificultades efectivamente detectadas.

### **1.- Medidas dirigidas a los gestores:**

1.1.-Recopilación bibliográfica y audiovisual permanentemente actualizada

1.2.- Envío puntual de cuanta documentación incida en sus actuaciones como gestores del programa.

1.3.-Organización de cuantas jornadas divulgativas, seminarios y reuniones de trabajo se consideren oportunas.

1.4.-Cursos en el Centro de Estudios de la Administración Regional de Cantabria.

1.5.-Confeción y envío de manuales de procedimiento para la gestión del Programa Operativo. En los manuales se resaltará especialmente el de que los posibles receptores de fondos deben ser advertidos y dar su aceptación expresa a ser incluidos en la lista pública en la que constará el nombre del beneficiario, la operación y el montante asignado

1.6.- Formar al personal destinado en los órganos gestores para que puedan suministrar las informaciones amplias, completas y detalladas que les sean requeridas por los posibles beneficiarios, de acuerdo con el manual de procedimiento

1.7.- Asesoramiento en la implementación de las acciones de información y publicidad

1.8.- Seguimiento del cumplimiento por parte de dichos centros gestores de las disposiciones de información y publicidad Especialmente se vigilará que en las convocatorias de actuaciones que se tenga previsto cofinanciar se incluyan los párrafos siguientes (u otros de similar contenido):

*“Este proyecto podrá ser cofinanciado (si es anterior a la aprobación del Proyecto correspondiente) o va a ser cofinanciado (si ya se ha tomado la decisión de incluirlo en el Programa Operativo) por el FEDER”*

*“Si finalmente es aceptada su propuesta va a aparecer en la lista pública prevista en el artículo 7, apartado 2 letra d del Reglamento (CE) 1828/2006 de la Comisión de 8 diciembre de 2006”*

## **2.- Medidas dirigidas a los beneficiarios**

La Autoridad de Gestión debe garantizar una amplia difusión del Programa Operativo, así como la mayor difusión sobre las oportunidades financieras de ayudas conjuntas de la Unión Europea y los Estados Miembros.

También se deberá dar la máxima difusión a:

- Las condiciones para acceder a la financiación
- Los criterios de selección de las operaciones que pueden ser cofinanciadas.
- Los contactos a todos los niveles territoriales que pueden proporcionar información sobre el programa.

Para ello se pondrán en marcha las siguientes medidas:

2.1.- Envío de ejemplares del Programa Operativo de Cantabria, al mayor número posible de estos beneficiarios.

2.2.- Seminarios en la programación de los cursos de verano de la Universidad de Cantabria.

2.3.- Jornadas en la programación de actividades de la Cámara de Comercio

2.4.- Sesiones de divulgación en la sede de la CEOE-CEPYME u otras Organizaciones empresariales de Cantabria

2.5.- Resaltar en la Página web del Programa Operativo los departamentos y teléfonos de contacto para obtener información.

2.6.- Incluir en la página web del Programa Operativo toda la información necesaria para cualquier persona, institución u organismo interesado en acceder al Programa Operativo de Cantabria

2.7.- Garantizar que el usuario puede encontrar información sobre noticias de prensa, normativas europeas, reglamentos dentro del correspondiente apartado de la página web.

2.8.- Publicación en la página web de la Autoridad de gestión, en concreto en la de la Dirección General de Fondos Comunitarios ([www.dgfc.sggp.meh.es](http://www.dgfc.sggp.meh.es)) de la lista de beneficiarios, los nombres de las operaciones y la cantidad de fondos públicos asignada a las operaciones (según ordena el art. 7 ap. d) del R(CE) 1828/2006). Desde la Página web del Programa Operativo se incluirá el enlace con la página de la autoridad de gestión

2.9.- Dentro de la página web se resaltarán la mención explícita sobre las responsabilidades de los beneficiarios en materia de información y publicidad:

- ⌚ informar al público sobre la ayuda obtenida.
- ⌚ Informar sobre los requisitos exigibles en el artículo 8 del capítulo II del reglamento 1828/2006

2.10.- En las resoluciones o adjudicaciones de actuaciones que vayan a ser cofinanciadas se incluirán los párrafos siguientes (u otros de similar contenido):

*“Este proyecto se cofinancia por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)”.*

*“Esta resolución/adjudicación supone su aceptación a ser incluido en la lista pública que se recoge en el artículo 7, apartado 2 letra d del Reglamento (CE) 1828/2006 de la Comisión de 8 diciembre de 2006”*

### **3.- Medidas dirigidas al público en general.**

3.1.- Campaña de presentación del Programa Operativo de Cantabria en prensa escrita (diarios de ámbito regional, revistas de información económica de difusión regional).

3.2.- Actos públicos con motivo de la puesta en marcha del Programa

3.2.1.-Realización de una presentación pública en rueda de prensa de los contenidos y objetivos del Programa Operativo, explicando las novedades que comporta en relación con el Programa Operativo 2000 – 2006 y resaltando el incremento de la renta media de la Comunidad Autónoma en relación con la renta media europea, lo que ha motivado la inclusión de Cantabria en las regiones Objetivo Competitividad Regional y Empleo.

3.2.2.-La autoridad de gestión organizará el acto solemne de firma de los programas operativos de todas las regiones españolas que tendrá lugar en el Ministerio de Economía y Hacienda, con la asistencia de la Comisaria Europea de Política Regional y los representantes de todas las Administraciones afectadas.



3.2.3.- Divulgación en la prensa nacional y local del acto mencionado en el apartado anterior

3.2.4.- Realización de una campaña publicitaria en prensa, haciendo hincapié en los conceptos fundamentales que forman parte de las acciones contempladas en el nuevo Programa Operativo, como pueden ser el Marco Estratégico Nacional de Referencia, la inclusión de Cantabria en el objetivo de Competitividad Regional y Empleo, los Ejes y temas prioritarios en los que se enmarcan las acciones futuras, la importancia de la inversión en I+D+i de cara al futuro en un mundo globalizado, y cualquier otro aspecto que pueda considerarse de interés para los ciudadanos de Cantabria.

3.3.- Campañas anuales presentando los logros globales mas importantes del Programa (que igualmente serán remitidos a la prensa local).

3.4.- Comunicados de prensa con motivo del inicio o del balance de las acciones financiadas por el Programa Operativo, especialmente las que posean mayor incidencia en la mejora de la calidad de vida de los ciudadanos de Cantabria

3.5.- Convocatoria a los medios de comunicación con motivo de los actos de inauguración de proyectos significativos

3.6.- Medidas directamente asociadas a la concreta ejecución de los proyectos: vallas informativas, cabinas telefónicas, placas, folletos...

3.7.- Medidas de carácter genérico no directamente asociadas a la ejecución de los proyectos: estudios, encuestas, publicaciones, campañas de sensibilización...

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 nacional y regional.

Con carácter general, todas las campañas informativas y de divulgación destinadas directa o indirectamente al público en general, deberán articularse en torno al lema **“Una manera de hacer Europa”**, e incluir el logotipo identificativo del Programa Operativo.

### 3.8.- Medidas en colaboración con los Centros de enseñanza

Considerando que los niños y jóvenes constituyen el futuro de la Unión Europea, resulta especialmente relevante la información dirigida a los estudiantes, a fin de que tomen conciencia de la importancia que tiene en su vida cotidiana la pertenencia a la Unión, tanto desde el punto de vista de la economía, como de la política y los derechos sociales. Para ello, se organizarán reuniones anuales con las autoridades de la Consejería de Educación de la Comunidad Autónoma, para que incluyan la mención de las acciones financiadas por el Programa Operativo formando parte de los contenidos de las programaciones educativas, incluidas en las directrices que se dictan a los distintos centros docentes de la región, dentro siempre de la adecuación a las peculiaridades de cada centro y a su nivel educativo.

### 3.9.- Medidas en colaboración con otros Centros de la Administración Regional o local.

Existen otros focos de difusión de las acciones de la Unión Europea y su incidencia en la vida de los ciudadanos, si bien desde un punto de vista

mas amplio y genérico que las actuaciones del programa operativo del FEDER.

3.9.1.- La Dirección General de Asuntos Europeos y Cooperación al Desarrollo dependiente de la Consejería de Empleo y Bienestar Social, y en colaboración con la red de Puntos de Información Europea en los Ayuntamientos, organizan periódicamente diversas actividades relacionadas con la Unión europea entre los vecinos. La coordinación de estas acciones con la difusión de las actividades financiadas por el Programa Operativo FEDER supondría un importe incremento de las posibilidades de llegar al mayor número posible de personas de la Comunidad Autónoma, especialmente entre la población rural.

3.9.2.- Del mismo modo, la Dirección General de la Mujer se hace eco de todas las acciones y políticas encaminadas a lograr la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres.

3.9.3.- La Consejería de Medio Ambiente realiza numerosas acciones con fines divulgativos de las políticas medioambientales de la Unión Europea.

3.9.4.- En este sentido, la autoridad de gestión ha constituido un grupo de responsables en materia de información y Publicidad con los responsables en esta materia de la autoridad de gestión del Feder y los responsables de los distintos Organismos de la AGE, que servirá de cauce para informar y tomar decisiones en las materias relacionadas con la información y la publicidad en este período

3.10.- Creación de la página web “[www.federcantabria.es](http://www.federcantabria.es)”

Tiene por objeto la difusión del programa operativo a través de las nuevas tecnologías, mediante la **creación de una página web** en la que se podrá consultar tanto el contenido del programa como toda la información acerca de su ejecución y resultados, incluidos ejemplos de los proyectos desarrollados. La página estará dotada de un banco de imágenes actualizado regularmente con videos y fotografías relacionados con la ejecución del programa. Igualmente se dotará de un sistema específico de respuesta (feed-back) para aquellos que demanden ulterior información. El enlace con esta página deberá incluirse en todas las páginas web del Gobierno de Cantabria.

Asimismo, existirá un enlace a esta página desde la Página web de la Dirección General de Fondos Comunitarios. En esta última se recogerá también la información básica de la programación, gestión y evaluación del FEDER en Cantabria

3.11.- Incluir el contenido del Programa Operativo en la página web: Índice del contenido del programa por ejes, y al acceder a cada uno se visualiza el contenido de los Temas Prioritarios. En la página de inicio se facilita un vínculo que posibilita las descargas de los documentos de programación en su totalidad en documentos PDF

3.12.- Seguimiento, acontecimientos y resultados del Programa Operativo de Cantabria en un apartado de la web: a través de este apartado se da publicidad a los resultados obtenidos con la aplicación del Programa, además de mostrar ejemplos de proyectos desarrollados y concluidos, junto al seguimiento de los que se encuentren en ejecución

3.13.- Banco de imágenes de la web: se trata de una sección gráfica con fotografías de proyectos concluidos, planos de trabajos de ejecución, logos, emblemas, mapas,...

3.14.- Reflejar en la página web la conexión con el Programa Operativo 2000-2006.

Es importante transmitir a los ciudadanos el hecho de la continuidad de las acciones financiadas por la Unión Europea en el tiempo, y que la inversión de años anteriores también ha tenido repercusión en los logros alcanzados por la Comunidad Autónoma.

3.15.- Edición de un documento descriptivo del Programa Operativo de Cantabria que deberá ser de fácil lectura y formato atractivo con abundante material gráfico. Se trata de crear un documento ameno, que dé una idea general de los contenidos del programa

3.16.- Edición de trípticos que destaquen los aspectos más relevantes del Programa Operativo de Cantabria, acompañado también de fotografías y con un formato visualmente atractivo. Estos trípticos se distribuirán en los lugares de atención al público de la Administración Regional para que se encuentren accesibles a los ciudadanos que se acerquen a las Oficinas Públicas. Igualmente pueden realizarse encartes en la prensa regional

3.17.- Los beneficiarios deben garantizar que siempre que una operación financiada con fondos del Programa Operativo deberá cumplir los requisitos del artículo 8 del capítulo II del Reglamento 1828/2006

3.18.- La bandera de la Unión Europea será izada durante una semana, a partir del 9 de mayo, delante del local de la Autoridad de gestión.

3.19.- Medidas a realizar a lo largo del desarrollo del Programa.

3.19.1.-Una campaña informativa al menos una vez al año poniendo de manifiesto las actuaciones realizadas en el marco del Programa, en especial las que conlleven una mayor inversión y/o las que tengan una mayor incidencia en la vida cotidiana de los ciudadanos

3.19.2.- Organización por parte de las autoridades de gestión de una actividad anual conjunta para todos los POs, con participación de la Comisión, representantes de las mismas y de los responsables regionales, que se llevará a cabo en distintos territorios y en la que se promocionarán los avances registrados en los POs , en particular los del PO de Cantabria y se darán a conocer aspectos relevantes de buenas prácticas en cada período

3.19.3.-A partir de 2008 se trasladará a los medios informativos el contenido de los informes anuales de ejecución contemplado en la normativa sobre seguimiento del Reglamento 1083/2006, aunque sólo sea a grandes rasgos.

3.19.4.-Igualmente se trasladará a los medios el contenido de los informes de Seguimiento Estratégico que se realizarán en 2010 y 2013

3.19.5.-Se programarán acciones puntuales con objeto de resaltar tanto el comienzo como la finalización de proyectos que podemos denominar “estrella”, por su volumen económico o por su repercusión en la opinión pública.

3.20.- Medidas a realizar cuando finalice el Programa Operativo

3.20.1.-A partir de 2013 deberá trasladarse a la opinión pública el balance final del Programa, los logros alcanzados, tanto en lo que se refiere a operaciones concretas, como en la repercusión que las inversiones realizadas han tenido en los indicadores económicos de la situación de la Comunidad Autónoma.



3.20.2.-También se visualizará el engarce del Programa Operativo 2007 – 2013 con el instrumento de desarrollo que se ponga en marcha a partir de esta fecha.

Con carácter general, se considera conveniente, dentro de las informaciones dirigidas a la opinión pública, relacionar los aspectos puramente económicos del Programa Operativo con las consecuencias políticas y sociales que el desarrollo de la Unión Europea conlleva en la vida cotidiana y en las instituciones locales o regionales que nos resultan más cercanas, así como poner de manifiesto que la acción de la Comunidad Europea es complementaria a la acción del Estado y a la de la Comunidad Autónoma, resaltando el concepto de cofinanciación como expresión de esa complementariedad, y la coherencia y continuidad de las actuaciones de todas las Administraciones que participan en los programas .

## **PRESUPUESTO INDICATIVO PARA LA APLICACIÓN DEL PLAN**

El montante destinado a la Comunicación, después de la modificación aprobada en los Comités de Seguimiento del año 2010, que se llevó a cabo porque el montante inicialmente previsto en el Plan de Comunicación “aceptado” por la Comisión Europea el 26 de Septiembre de 2008, se refería sólo al montante estimado que se iba a pasar a cofinanciar con fondos estructurales y sólo incluía aquello que iba a poner en marcha la propia Comunidad Autónoma. En el nuevo montante se va a recoger todo lo que se tiene previsto destinar a la comunicación del FEDER y del papel de la Unión Europea en Cantabria por parte de todos los Organismos y/o beneficiarios que participan en el Programa Operativo para el que se elabora el Plan de Comunicación, se pase o no a cofinanciar con fondos europeos.

**Por ello, la cantidad estimada de lo que se va a destinar a comunicación y que modificará la plasmada en la versión inicial del Plan de Comunicación** asciende a 440.000 euros y corresponde a las actuaciones en materia de comunicación llevadas a cabo por todos los participantes en el Programa.

## **ORGANISMOS RESPONSABLES DE LA APLICACIÓN DE LAS MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD**

Son responsables de la aplicación del Plan y del cumplimiento de la normativa comunitaria en materia de información y publicidad, cada uno en las intervenciones del ámbito de sus competencias:

- La Autoridad de Gestión del FEDER, representada por la Subdirección General de Administración del FEDER de la Dirección General de Fondos Comunitarios del Ministerio de Economía y Hacienda
- El Organismo Intermedio regional del PO FEDER, representado por la Dirección General de Economía y Hacienda de la Consejería de Economía y Hacienda del Gobierno de Cantabria.

Así como en aquellas medidas que les competen

- Aquellos Organismos Intermedios designados por la Dirección General de Fondos Comunitarios que aparecen en el Programa Operativo del FEDER de Cantabria
- Los Organos gestores del Gobierno de Cantabria responsables de la ejecución de uno o varios programas presupuestarios (Direcciones Generales o Secretarías Generales, así como las empresas públicas que gestionarán algunas de las acciones previstas en el Programa Operativo (especialmente en materias de fomento del I+D+i) y cualquier otra entidad pública (Ayuntamientos, Fundaciones, Universidad) que puedan gestionar fondos del Programa Operativo
- Los beneficiarios

## **CREACIÓN DE REDES E INTERCAMBIO DE BUENAS PRÁCTICAS**

A fin de trabajar conjuntamente con todos estos órganos en aras del mejor conocimiento de las acciones financiadas con fondos europeos (sin olvidar los programas operativos del Fondo Social Europeo y de Desarrollo Rural), se han establecido redes de personas responsables de cada uno de ellos y se mantendrán contactos con algunos o con varios de ellos siempre que se estime oportuno para la realización de actividades comunes.

En esta línea impulsado por la autoridad de gestión se ha constituido un Grupo Español de Responsables en materia de información y publicidad (GERIP), integrado por las personas responsables en esta materia representantes de las autoridades de gestión del FSE y del FEDER y de las Comunidades Autónomas. Este grupo incidirá no sólo en la organización y puesta en marcha de los distintos Planes de Comunicación, sino también en todas las actividades de seguimiento y evaluación de los mismos. La constitución de este grupo de responsables en materia de comunicación es el primer paso dado por las autoridades de gestión en la línea de especial sensibilización de las mismas en el establecimiento de redes comunitarias que permitan garantizar el intercambio de buenas prácticas y el intercambio de experiencias en materia de información y publicidad

Asimismo, desde la Administración regional con el fin de trabajar conjuntamente con todos estos órganos en aras del mejor conocimiento de las acciones financiadas con fondos europeos (sin olvidar los programas operativos del Fondo Social Europeo y de Desarrollo Rural), se han establecido redes de personas responsables de cada uno de ellos y se mantendrán contactos con algunos o con varios de ellos siempre que se estime oportuno para la realización de actividades comunes.

Por otra parte, también la autoridad de gestión ha constituido un grupo de responsables en materia de información y Publicidad con los responsables en esta materia de la autoridad de gestión del FEDER y los responsables de los distintos Organismos de la AGE, que servirá de cauce para informar y tomar decisiones en las materias relacionadas con la información y la publicidad, en el ámbito de sus competencias dentro de cada Programa Operativo

En esta línea de potenciar las buenas prácticas, se hará un esfuerzo por intentar participar de las convocatorias anuales, que a través de la iniciativa Regio Star, permitan una mayor difusión de aquellos casos de buenas prácticas desarrolladas a través del Programa Operativo para el que se presenta este Plan de Comunicación

#### **PERSONAS DE CONTACTO RESPONSABLES DE LA INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD**

En lo que respecta a la coordinación de las acciones de este Plan de Comunicación la asumirán, en estrecha colaboración con la responsable en materia de información y publicidad de la autoridad de gestión, D<sup>a</sup> Ángeles Gayoso, el representante elegido por el Organismo Intermedio del Programa Operativo del FEDER de Cantabria, esto es, por la Dirección General de Economía de la Consejería de Economía y Hacienda para formar parte del grupo constituido al efecto con las representantes de las autoridades de gestión y los de los organismos intermedios de las distintas administraciones regionales, D. Jesús Bedoya Vega, que será sustituido en caso de ausencia por la funcionaria de la misma Dirección General D<sup>a</sup> M<sup>a</sup> Antonia Piñel Vallejo, por lo que éstas serán las personas de contacto responsables del Plan.

Datos de la representante de la Autoridad de Gestión

D<sup>a</sup> Ángeles Gayoso Rico  
Vocal Asesora.  
Dirección General de Fondos Comunitarios  
Ministerio de Economía y Hacienda  
P<sup>o</sup> Castellana, 162 - Plta. 18  
Teléfono: 91.583.76.43/44  
Fax: 91.583.56.96  
Correo-e : [Agayoso@sgpg.meh.es](mailto:Agayoso@sgpg.meh.es)

Datos del representante del Organismo Intermedio:

D. Jesus Bedoya Vega  
Subdirector General de Economía  
Teléfono: 942.20.79.18  
Correo-e: [bedoya\\_jp@gobcantabria.es](mailto:bedoya_jp@gobcantabria.es)  
Dirección General de Economía  
Consejería de Economía y Hacienda  
Fax: 942.20.79.13  
Hernán Cortés, 9 – 6<sup>a</sup> Planta  
39003 –Santander (Cantabria)

## **SISTEMA DE SEGUIMIENTO DEL PLAN DE COMUNICACIÓN**

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) N° 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.**

Los Comités de Seguimiento del Programa Operativo del FEDER de Cantabria recibirán información anual de la Autoridad de Gestión sobre:

- a) el plan de comunicación y los avances en su aplicación;
- b) las medidas de información y publicidad llevadas a cabo;
- c) los medios de comunicación utilizados.
- d) el grado de ejecución física y financiera del Plan (indicadores de seguimiento).
- e) el contenido de cualquier modificación importante del Plan

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

Los informes anuales y el informe final de ejecución de un programa operativo a los que se refiere el artículo 67 del Reglamento (CE) n° 1083/2006 contendrán un capítulo destinado a presentar los avances en la aplicación del Plan de Comunicación, ofreciendo información cualitativa y cuantitativa sobre:

- a) algunos ejemplos de las medidas de información y publicidad del programa operativo llevadas a cabo en el marco de la aplicación del plan de comunicación;
- b) los medios de comunicación utilizados.
- c) las disposiciones relativas a la publicación, electrónica o por otros medios, de la lista de beneficiarios, operaciones y fondos públicos asignados<sup>1</sup>;
- d) el grado de ejecución física y financiera de las medidas del Plan (indicadores de seguimiento).
- d) el contenido de cualquier modificación importante del plan de comunicación.

---

<sup>1</sup> La publicación, electrónica o por otros medios, de la lista de los beneficiarios, los nombres de las operaciones y la cantidad de fondos públicos asignada a las operaciones constituye un deber de la Autoridad de Gestión, recogido en el art.7.2.d) del Reglamento (CE) N° 1828/2006 y se plasmará en la publicación al menos en las páginas WEB de las autoridades de gestión. El presente Plan de Comunicación ha tenido en cuenta este imperativo de la normativa comunitaria, previendo la publicación de dicha lista en la medida 2.8



## SISTEMA PREVISTO DE EVALUACIÓN DEL PLAN

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.

Está previsto realizar dos ejercicios de evaluación a lo largo del periodo, en los años 2010 y 2013, que permitan comprobar si la aplicación del Plan ha logrado aumentar la visibilidad de los Fondos Estructurales, de los Programas Operativos y del papel desempeñado por la Unión. Ambas evaluaciones se realizarán en el marco de las evaluaciones generales de los Programas, presentándose como anexos a las mismas, cuando se haya llevado a cabo una evaluación general en dichos años o como una evaluación específica siguiendo la metodología de evaluación que se establezca en la guía metodológica que la autoridad de gestión elaborará a estos efectos, junto con la relativa a la evaluación general y que será objeto de consenso en el marco del grupo de responsables de comunicación constituido al efecto.

Los resultados de estas evaluaciones se presentarán en los siguientes informes relativos a los Programas:

- **Informes de Evaluación de los Programas Operativos.**

Los informes de evaluación del Programa Operativo del FEDER de Cantabria incluirá, como anexo, el último informe de evaluación del Plan de Comunicación.

- **Informes de Ejecución Anual de los Programas Operativos (año 2010 y 2013)**

Los informes de ejecución anual correspondientes a los años en que se evalúe el Plan de Comunicación (2010 y 2013) contendrán un capítulo que recoja los principales resultados de la evaluación del Plan de Comunicación, tal y como establece el art.4.2 del Reglamento (CE) N° 1828/2006.

## ANEXO DE INDICADORES

### INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN PLAN DE COMUNICACIÓN DE CANTABRIA (FEDER)

<b><u>TIPOS DE ACTIVIDADES</u></b>	<b><u>INDICADORES DE REALIZACIÓN</u></b>		<b><u>INDICADORES DE RESULTADOS</u></b>	
<b>1. ACTIVIDADES Y ACTOS PÚBLICOS</b>	<b><u>(Nº) EVENTOS REALIZADOS</u></b>	240	<b>(Nº) ASISTENTES</b>	25.600
<b>2. DIFUSIÓN EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN</b>	<b><u>(Nº) ACTOS DIFUSIÓN</u></b>	250		
<b>3. PUBLICACIONES REALIZADAS</b>	<b><u>(Nº) PUBLICACIONES EXTERNAS</u></b>	59	<b>(%) PUBLICACIONES DISTRIBUIDAS/EDITADAS</b>	100
			<b>(Nº) PUNTOS DE DISTRIBUCIÓN</b>	40
<b>4. INFORMACIÓN A TRAVÉS PÁGINAS WEB</b>	<b><u>(Nº) PÁGINAS WEB</u></b>	2	<b>(Nº) PROMEDIO ANUAL VISITAS</b>	85.000
<b>5. INFORMACIÓN A TRAVÉS DE CUALQUIER TIPO DE CARTELERA</b>	<b><u>(Nº) SOPORTES PUBLICITARIOS</u></b>	262		
<b>6. INSTRUCCIONES EMITIDAS HACIA LOS PARTICIPANTES EN LOS PROGRAMAS OPERATIVOS</b>	<b><u>(Nº) DOCUMENTACIÓN INTERNA DISTRIBUIDA</u></b>	160	<b>(%) ORGANISMOS CUBIERTOS</b>	100
<b>7. REDES DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD.</b>	<b><u>(Nº) REDES</u></b>	4	<b>(Nº) REUNIONES</b>	65
			<b>(Nº) ASISTENTES</b>	115

## **NOTA METODOLÓGICA SOBRE LOS INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN**

### **1. Actividades y actos públicos**

Se recogen el número de actos de lanzamiento del/los Programas Operativos para los que se elabora el Plan de Comunicación, los actos informativos importantes anuales, actos en torno del Día de Europa y cualquier otro evento contemplado para desarrollar las medidas del Plan o transmitir información acerca de la política comunitaria en España.

### **2. Difusión en medios de comunicación**

En este epígrafe se recogen distintos tipos de acciones de difusión realizadas en los medios (spots en TV, anuncios en prensa, cuñas en radio, “banner” en Internet, notas de prensa en teletipos...) utilizados de forma individual o formando parte de una campaña publicitaria con motivo de dar a conocer el Programa Operativo o alguna de sus actuaciones concretas, o la política regional europea, entre la ciudadanía.

### **3. Publicaciones realizadas**

Se recogen cualquier tipo de publicaciones editadas (en soporte papel o electrónico: libros, folletos, revistas, CD, DVD, videos...) dirigidos a la ciudadanía con la finalidad de dar a conocer el Programa Operativo o alguna de sus actuaciones concretas. Así como aquellas relacionadas con la política regional europea.

### **4. Información a través de páginas web**

Contabiliza las principales web utilizadas para la transmisión de información sobre el PO o algunas actuaciones en concreto, así como la relacionada con la política regional europea. En el caso de los Programas Regionales se contabilizan sólo las relativas a la/as autoridades de gestión y la/as de los Organismos Intermedios regionales responsables de la gestión de los Fondos en las distintas Administraciones regionales

### **5. Información a través de cualquier tipo de cartelera**

Se recogen los distintos soportes (pósteres, carteles, placas, expositores, stands y/o vallas) utilizados con fines publicitarios, con la finalidad de dar a conocer el Programa Operativo o alguna de sus actuaciones concretas entre la ciudadanía.

## 6. Instrucciones emitidas hacia los participantes de los programas operativos

Se incluye toda la documentación distribuida desde las autoridades de gestión y/o los Organismos intermedios a los Organismos Gestores de los Programas Operativos y/o potenciales beneficiarios/ beneficiarios de los Fondos Europeos aplicados a través de los distintos Programas Operativos, ( guías metodológicas, instrucciones, informes....).

Se trata de garantizar la transparencia de las actuaciones para conseguir la mayor excelencia en las actuaciones a cofinanciar a través de los fondos europeos y facilitar el cumplimiento de la normativa comunitaria

## 7. Redes de información y publicidad

Se recogen las redes de Comunicación establecidas para poner en marcha y llevar a la práctica la estrategia de comunicación plasmada en los distintos Planes de Comunicación

En la línea de especial sensibilización sobre el establecimiento de redes comunitarias, que permitan garantizar el intercambio de buenas prácticas y el intercambio de experiencias en materia de información y publicidad

En todo caso, hay que señalar que los indicadores propuestos se han diseñado respetando el criterio de proporcionalidad y la coherencia con el conjunto de las actuaciones recogidas en los distintos Programas Operativos.

Asimismo, se ha tratado de garantizar la transparencia en las actuaciones, para conseguir las mejores actuaciones posibles a cofinanciar a través de los fondos europeos y de concienciar a la ciudadanía del papel que la Unión Europea juega en el incremento de su calidad de vida, resaltando el papel que en ello pueden tener actuaciones concretas recogidas en los distintos Programas Operativos. Para ello se ha tenido muy en cuenta, en los casos que se ha visto necesario, aquellas actuaciones más novedosas y/o destacadas en el período de programación 2007-2013, como puedan ser las relacionadas con la I+D+i, las relativas al Jeremi, al nuevo Fondo para las Regiones Ultraperiféricas....

CONSEJERÍA DE ECONOMÍA Y HACIENDA  
DIRECCIÓN GENERAL DE ECONOMÍA



GOBIERNO  
de  
CANTABRIA



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE ECONOMÍA  
Y HACIENDA

SECRETARÍA DE ESTADO DE  
HACIENDA Y PRESUPUESTOS

SECRETARÍA GENERAL DE  
PRESUPUESTOS Y GASTOS

DIRECCIÓN GENERAL DE  
FONDOS COMUNITARIOS

**FEDER**



Fondo Europeo de  
Desarrollo Regional  
UNIÓN EUROPEA