



PAUTAS INDICATIVAS PARA LA ELABORACIÓN DE LOS PLANES DE COMUNICACIÓN (TANTO SI ES UN PLAN MONOFONDO COMO PLURIFONDO)

1. **Una presentación** que debe señalar como mínimo que se trata de un plan de publicidad del Programa operativo regional que corresponda, que cumple las exigencias de los Reglamentos 1083/2006 y 1828/2006 y si es un plan monofondo o plurifondo.
2. **Una introducción**, en la que se presenten los resultados de evaluación de las medidas de información y publicidad del anterior periodo 2000-2006 para enmarcar las líneas de actuación del presente Plan. Si no se dispone de una evaluación externa se partirá de una evaluación propia de lo que se ha ido presentando en materia de información y publicidad en los distintos Comités de Seguimiento y en los informes anuales o de aquello que se tenga constancia fehaciente que se ha venido desarrollando en esta materia durante el período de programación 2007-2013
3. **El contenido que va tener el Plan.** Éste debe desarrollar al menos los cinco puntos requeridos por el art. 2 del Reg. 1828/2006:
 - Los objetivos y los grupos destinatarios;
 - la estrategia y el contenido de la medidas de información y publicidad destinadas a los beneficiarios potenciales, beneficiarios y público en general;
 - el presupuesto indicativo para la aplicación del Plan;
 - los organismos responsables de la aplicación de las medidas de información y publicidad;
 - la indicación del sistema de evaluación de las medidas de información y publicidad.

Dado que éste es el punto central del Plan, se deberá desarrollar lo más ampliamente posible, estableciendo medidas y herramientas concretas a aplicar, indicando los colectivos a los que van dirigidas y el presupuesto asignado al mismo.

4. **El sistema de seguimiento:** a través del rendimiento de cuentas y resultados en los Comités de Seguimiento y los Informes anuales y final, siguiendo lo recogido en el artículo 4 del Reglamento 1828/2006.
5. **El sistema previsto de evaluación del Plan.** En este apartado se indicará que se va a realizar en el marco de la evaluación general de programa en los años 2010 y 2013, presentándose como un anexo a la evaluación general del Programa, siguiendo lo recogido en una guía metodológica que se elaborará junto con la general de la evaluación y que debe recoger al menos el grado de visibilidad y concienciación de los Programas Operativos y el papel desempeñado por la Comunidad.
6. **Deben incluirse también** otros aspectos como:
 - Organismos con los que se tiene previsto colaborar para la difusión de medidas de información .
 - La designación de la/as personas de contacto responsables de la información y publicidad y la sensibilización en el establecimiento de redes comunitarias para garantizar el intercambio de buenas prácticas e intercambio de experiencias en materia de información y publicidad

Madrid 25 Mayo 2006