

Una manera de hacer Europa

**Estrategia de Comunicación
de los Programas Operativos del
Fondo Europeo de Desarrollo Regional
y del Fondo Social Europeo de Extremadura
2014-2020**

BORRADOR



UNIÓN EUROPEA



JUNTA DE EXTREMADURA

INDICE

1. INTRODUCCIÓN	2 -
2. SITUACIÓN DE PARTIDA: RESULTADOS DE LAS EVALUACIONES DEL PERIODO 2007-2013 Y LECCIONES APRENDIDAS	5 -
3. ALCANCE Y OBJETIVOS DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	13 -
3.1. Objetivos	14 -
3.2. Grupos Destinatarios.....	16 -
3.3. Contenidos de las medidas de información y comunicación	19 -
3.4. Actuaciones a desarrollar por parte de los Beneficiarios y fórmulas previstas para ayudar a los mismos en sus actuaciones de comunicación	31 -
3.5. Las herramientas a utilizar	33 -
4. ORGANISMOS RESPONSABLES EN MATERIA DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN	38 -
4.1. Creación de redes e intercambio de Buenas Prácticas	38 -
4.2. Personas de contacto responsables de la información y comunicación	40 -
5. PRESUPUESTO INDICATIVO	44 -
6. SISTEMA DE SEGUIMIENTO DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	45 -
7. EVALUACIÓN DE LA ESTRATEGIA	48 -
8. ANEXOS	50 -
8.1. Anexo de Indicadores.....	50 -
8.2. Plan de Actuaciones para los años 2015 y 2016	55 -



1. INTRODUCCIÓN

La Unión Europea, con el objetivo de impulsar la creación de empleo, la competitividad empresarial, el crecimiento económico, el desarrollo sostenible y la mejora en la calidad de vida de sus ciudadanos en todas las regiones y ciudades de la Unión, ha definido la Política de Cohesión como el instrumento clave de su estrategia de desarrollo futuro.

La nueva Estrategia Europa 2020 fija unas metas que deben ser desarrolladas en el entorno estratégico y en el marco de inversión que se ha construido alrededor de la Política de Cohesión. La articulación de dicha Estrategia basa su desarrollo en cinco objetivos específicos en materia de empleo, innovación, educación, inclusión social y clima y energía, siendo cada Estado miembro responsable de establecer sus propias metas.

Las tareas de información y publicidad han ido ganando progresivamente una mayor relevancia en la aplicación de la Política de Cohesión. De hecho, la Comisión Europea así lo ha puesto de manifiesto a través del interés mostrado en la implementación de este tipo de actividades.

De esta forma, **tal y como se afirma en el considerando 101 del Reglamento (UE) nº 1303/2013¹**, “es importante dar a conocer al público en general los logros de los Fondos, así como concienciar sobre los objetivos de la Política de Cohesión”. Para ello, se busca disminuir la brecha existente a nivel de comunicación entre la Unión Europea y la ciudadanía, tal y como se destaca en el “Libro Blanco sobre una política europea de comunicación” y en la propia reglamentación comunitaria (**artículo 115 del Reglamento (UE) Nº 1303/2013**).



¹ Reglamento (UE) Nº 1303/2013 del Parlamento Europeo y del consejo de 17 de diciembre de 2013, por el que se establecen disposiciones comunes relativas al Fondo Social Europeo, al Fondo de Cohesión, al Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural y al Fondo Europeo Marítimo y de la Pesca, por el que se establecen disposiciones generales relativas al Fondo Europeo de Desarrollo Regional, al Fondo Social Europeo, al Fondo de Cohesión y al Fondo Europeo Marítimo y de la Pesca.

Todo ello ha derivado en la transformación de la gestión de las actividades de información y publicidad en los Programas Operativos (PO) en una obligación jurídica (**artículo 115-117 y Anexo XXII del Reglamento (UE) Nº 1303/2013**), que sitúa a la **Autoridad de Gestión, los organismos intermedios de los PO y a los beneficiarios** como responsables principales de la ejecución de las dichas actuaciones. Con todo ello, informar y comunicar los objetivos, las oportunidades de financiación, así como los resultados de los Programas y proyectos cofinanciados se convierte en una tarea de vital importancia para las Autoridades de Gestión, **los organismos intermedios** y los beneficiarios de los Fondos Estructurales y de Inversión Europeos (Fondos EIE).

La comunicación de los Programas Operativos (PO) 2014-2020 basa su desarrollo en una Estrategia que determina de forma concisa tanto el enfoque, como el presupuesto destinado para las actividades de información y publicidad, siendo los principios fundamentales sobre los que se diseña la simplificación y la transparencia.

En España las nuevas Estrategias de Comunicación de los Programas Operativos en el período 2014-2020 han sido consensuadas en torno a una línea, fundamentalmente, continuista. El objetivo es aprovechar la experiencia generada en los períodos de programación previos, cimentando las nuevas Estrategias sobre las lecciones extraídas del pasado, así como los procedimientos establecidos en el período de programación 2007-2013. Esta consolidación de la comunicación como un área de responsabilidad más en la gestión de los Fondos Estructurales, se complementa con la voluntad de los agentes implicados en la Comunidad Autónoma de Extremadura de ir más allá de los requisitos establecidos reglamentariamente.

De esta forma, la Estrategia de Comunicación se convierte en una herramienta esencial de cara a:

- Informar a los posibles beneficiarios sobre las oportunidades de financiación, como un aspecto primordial en la gestión de los programas.
- Hacer llegar al mayor número posible de beneficiarios potenciales la información de que la Política de Cohesión invierte en los proyectos más apropiados e innovadores.
- Demostrar a la ciudadanía, así como a los medios de comunicación y a la clase política a todos los niveles los resultados de estas inversiones.

En la búsqueda permanente de una mayor eficiencia en la gestión, seguimiento y evaluación de la Estrategia de Comunicación, algo inherente a todo uso de recursos públicos, así como con el objetivo de aprovechar la generación de economías de escala y sinergias, la política de comunicación de los Fondos Estructurales en la Comunidad

Autónoma de Extremadura adopta como enfoque una estrategia conjunta y plurifondo para los Programas Operativos FEDER y FSE 2014-2020.

Uno de los principios básicos a la hora de diseñar iniciativas europeas, ya recogido en el [artículo 5 del Tratado de la Unión Europea](#), hace referencia a la proporcionalidad de toda actuación. Dicho principio, es incorporado al [Reglamento \(UE\) Nº 1303/2013 en el considerando 103 y en el artículo 116](#) referido al desarrollo de la Estrategia de Comunicación. En este sentido, toda actuación desarrollada en el ámbito de la información y la comunicación, así como las asignaciones presupuestarias asociadas a las mismas y la recopilación de buenas prácticas de actuaciones cofinanciadas, deben dar satisfacción a dicho principio.

En términos generales, dichas actuaciones de comunicación deben tomar en consideración, además, la tipología de operaciones a las que dan cobertura los Programas Operativos FEDER y FSE, de forma que se adapten en cada caso al tipo de actuación que se pretende comunicar por haber sido objeto de cofinanciación.

2. SITUACIÓN DE PARTIDA: RESULTADOS DE LAS EVALUACIONES DEL PERIODO 2007-2013 Y LECCIONES APRENDIDAS

El presente período de programación 2014-2020 es testigo de la consolidación definitiva de la **“cultura de la comunicación”** como un elemento básico en el proceso de gestión de los Fondos EIE. En el periodo 2007-2013, se pudo comprobar como los planes de comunicación decidieron elaborarse de forma coordinada con todos los agentes involucrados en la aplicación de los Programas Operativos. De esta forma, se buscaba garantizar una correcta utilización del dinero público, así como de la ayuda percibida por la Comunidad Autónoma de Extremadura tanto a través del FEDER, como del FSE.

El período de programación 2007-2013, así como todos los trabajos e iniciativas desarrolladas durante dicho período han permitido a los agentes involucrados adquirir un enorme *“know-how”* y, en definitiva una experiencia fundamental, tal y como evidencian los **importantes resultados conseguidos en materia de comunicación**.

Durante el período de programación 2007-2013, los planes de comunicación se diseñaron con un enfoque centrado en la definición de un esquema de objetivos como base de estrategia. La adopción de este punto de vista ha permitido consolidar un marco de actuación en el que la publicidad de las intervenciones, la transparencia de su ejecución, así como la información puntual de los avances producidos en las mismas se han convertido en prioridades básicas.

Este diseño encontró el caldo de cultivo adecuado para su desarrollo en un entorno de cooperación, en el que Autoridades de Gestión de los Programas Operativos y todas las Comunidades Autónomas han trabajado de forma conjunta en el seno de la red del Grupo Español de Responsables de Información y Publicidad (GERIP), así como en el seno del GRECO-AGE para los organismos de la Administración General del Estado (AGE) de FEDER y Fondo de Cohesión.



Los requisitos normativos en el ámbito de la comunicación han registrado un amplio cumplimiento, poniendo de manifiesto la **conciencia creciente sobre la necesidad de dar cumplimiento a la normativa de información y publicidad**.

A lo largo del período de programación 2007-2013, se llevaron a cabo **dos ejercicios de evaluación**, a saber, la Evaluación Intermedia y la Evaluación Final del Plan de Comunicación de los Programas Operativos FEDER y FSE de la Comunidad Autónoma de Extremadura, que se finalizaron en los años 2010 y 2014 respectivamente. Dichos

procesos de evaluación permitieron identificar los ámbitos de mejora de cara a la implementación de la nueva Estrategia de Comunicación, extrayéndose de los mismos una serie de recomendaciones de cara al futuro.

Por este motivo, la revisión de las recomendaciones derivadas de los procesos de Evaluación Intermedia y Final del Plan de Comunicación de los Programas Operativos FEDER y FSE 2007-2013 se presenta como un elemento clave para establecer los principios que fundamentarán la Estrategia de Comunicación para el período 2014-2020.

Las siguientes páginas prestarán especial atención a las medidas que se adoptaron con el objetivo dar respuesta a las recomendaciones efectuadas en dichas evaluaciones. En el año 2010 se llevó a cabo el primero de los dos procesos de evaluación del Plan de Comunicación de los Programas Operativos FEDER y FSE de la Comunidad Autónoma de Extremadura 2007-2013.

El objetivo del ejercicio de Evaluación Intermedia era analizar la ejecución y los primeros impactos y resultados conseguidos hasta el primer trimestre de 2010 para, de esta forma, poder ayudar en la mejora de la aplicación del Plan. El proceso de Evaluación desembocó en la elaboración de un conjunto de conclusiones que evidenciaban la pertinencia y relevancia de la estrategia de comunicación de los Fondos Estructurales en la Comunidad Autónoma de Extremadura. Este análisis permitió identificar aquellos aspectos en los que la política de comunicación era susceptible de mejora. Dichas recomendaciones se organizaron alrededor de tres criterios temáticos:

- Estrategia de comunicación del Plan de Comunicación.
- Calidad de la ejecución de las medidas y el seguimiento.
- Expectativas de cumplimiento de la planificación realizada.

Un aspecto sobre el que es necesario incidir es el referido **al papel jugado por las redes de comunicación GERIP y GRECO-AGE, las cuales han contribuido a impulsar una mayor eficiencia y coordinación de las actuaciones de información y publicidad en relación a la Política de Cohesión**. En este sentido, las mejoras en estos ámbitos han sido impulsadas por el **perfeccionamiento registrado en los órganos de gestión y seguimiento** de las actuaciones de comunicación desarrolladas. A este respecto, cabe destacar la implantación y la mejora de la aplicación INFOCO, la cual está destinada a la recopilación



de las acciones de información y comunicación para facilitar el seguimiento de las estrategias; el establecimiento de pautas para la imputación del gasto asociado a la comunicación o el acuerdo para el establecimiento de criterios de identificación de buenas prácticas de comunicación.

Entrando en mayor detalle en el análisis de las recomendaciones efectuadas en los ejercicios de evaluación, éstas se presentan a continuación clasificadas en función de los criterios temáticos anteriormente expuestos.

a) Estrategia de comunicación

En el ejercicio de Evaluación Intermedia, llevado a cabo en el año 2010, se aportaron dos recomendaciones asociadas a este ámbito, en las que se hacía hincapié en dos aspectos primordiales.

En primer lugar, se subrayó la necesidad de **elaborar unas instrucciones claras para facilitar a los beneficiarios privados de las ayudas informar al público en general del apoyo recibido por los fondos**. A este respecto, la Evaluación Intermedia sugería la necesidad de que la Secretaría General de Presupuestos y Financiación colaborase con los órganos gestores de subvenciones a empresas y otras entidades privadas en aras de diseñar aquellos mecanismos oportunos que posibiliten una adecuada comunicación desde aquellas al conjunto de la ciudadanía. El informe de Evaluación Final ponía de manifiesto que el Manual de Información y Publicidad que se proporcionó a los órganos gestores, exponía las obligaciones que debían cumplir en lo relativo a esta materia. En el caso concreto de los beneficiarios privados, señalaba, de hecho, que en las bases reguladoras y las convocatorias de ayudas deben constar referencias a la ayuda recibida de los Fondos.

Un segundo aspecto sobre el que la Evaluación Intermedia llamaba la atención era el relativo a la necesidad de **asociar la Medida 5** (publicación y distribución de los Programas Operativos) **a los beneficiarios potenciales y la Medida 10** (identificación y visualización de la actuación comunitaria gracias a la inclusión del emblema, así como la referencia al Fondo y al lema) **al conjunto de la población extremeña**. Este hecho buscaba mejorar la identificación de cada Medida con su grupo destinatario. De esta forma su contenido se podría adaptar mejor a las necesidades de información mostradas por cada uno de los grupos destinatarios.

El ejercicio de Evaluación Final puso de manifiesto que, de una u otra forma, esta recomendación se había venido implementado debido a la propia lógica interna de las medidas y el Plan.

b) Calidad de la ejecución de las Medidas y el seguimiento

En lo que respecta a las recomendaciones efectuadas en referencia a la calidad de la ejecución de las Medidas y el seguimiento, la Evaluación Intermedia identificó 6 recomendaciones orientadas a reforzar estos aspectos.

Una primera cuestión sobre la que se reclamaba atención estaba relacionada con la necesidad de **acelerar la puesta en marcha de actividades de información y publicidad en el caso de aquellos gestores que no han tenido ejecución en algunos de los indicadores de comunicación**. A este respecto, aunque el informe detallaba una elevada eficacia, derivada de los indicadores de seguimiento, el avance en la ejecución no fue homogéneo entre todos los Órganos Gestores involucrados.

- Con el objetivo de impulsar la ejecución en dichos organismos, en las reuniones celebradas en el marco de las diversas redes de comunicación se instó a los agentes intervinientes a llevar a cabo todo tipo de actuaciones de información y publicidad en las que se resaltase la importancia y relevancia que poseen para la consecución de los objetivos del Plan de Comunicación.
- Adicionalmente, se realizó una segunda recomendación muy vinculada al seguimiento y en las que se especificaba la necesidad de **realizar un estrecho seguimiento de aquellos indicadores que podrían ser objeto de posible revisión en un futuro por estar muy próximos a los valores objetivo**. A este respecto, la Evaluación Final del Plan de Comunicación observó una mayor profundización en el seguimiento de la ejecución de las medidas, incluyéndose información de carácter más exhaustivo en los Informes Anuales de Ejecución, así como a través de la evaluación continua de los Programas Operativos, lo que derivó en una reprogramación de los indicadores.
- Otro de los aspectos sobre los que se atrajo la atención en la Evaluación Intermedia estuvo relacionado con la diversidad de las actuaciones llevadas a cabo por los órganos de la Junta de Extremadura. En concreto, se sugirió a dichos órganos la **inclusión de otras acciones de difusión distintas de los anuncios en los Boletines Oficiales, haciendo un seguimiento de las noticias de prensa que destacan la contribución de los Fondos en la región**. La Evaluación Final puso de relieve el cumplimiento de esta recomendación al verificar que en la carga de indicadores se apreciaban distintas acciones de difusión, más allá de los Boletines oficiales. Cabe destacar a este respecto, las notas de prensa, los banners de Internet, las cuñas publicitarias o la publicación en diversas páginas web.

- Aunque los procedimientos de gestión fueron considerados razonablemente efectivos, se hizo hincapié en **reforzar los mecanismos de recopilación de la información relacionada con la ejecución de las medidas de información y publicidad por parte del Organismo Intermedio de la Junta de Extremadura**. A este respecto, la Evaluación Final pudo constatar la utilización de una base de datos para la petición de la información a los Organismos Gestores sobre los indicadores de información y publicidad. Dicha base de datos permitía identificar y buscar cualquier actividad llevada a cabo por cualquier gestor.
- En lo referente a la recomendación vinculada a la **integración, por parte de la Autoridad de Gestión, de la aplicación informática “Indicadores de Publicidad” dentro de la herramienta para la gestión global de las ayudas comunitarias “Fondos 2007” e introducir mejoras en su funcionamiento, como puede ser la carga de información o la capacidad de reporte de forma ágil**, no se encontró ninguna medida puesta en marcha. La Evaluación Intermedia entendió que la Autoridad de Gestión consideraba que la herramienta funcionaba ya de forma adecuada, por lo que no era necesaria mejora alguna. A pesar de ello, en las recomendaciones realizadas en la Evaluación Final de cara al nuevo período de programación se continuó insistiendo en este aspecto.
- Si bien la realización del Plan de Comunicación tuvo en consideración la aplicación de un enfoque de género no sólo por los objetivos establecidos, sino también por los grupos de destinatarios entre los que se encuentran los organismos de promoción de la igualdad, se detectaron ciertos aspectos relacionados con el lenguaje en los que se estimaba una posible mejora. Por ello, una de las recomendaciones efectuadas aconsejaba **rectificar expresiones muy puntuales en el Plan de Comunicación que usan de forma inclusiva el género masculino**. A este respecto, el informe de Evaluación Final señaló que, dado que el texto del Plan de Comunicación no sufrió modificación alguna, dichas expresiones no fueron modificadas en modo alguno.

c) Expectativas de cumplimiento de la planificación realizada

La Evaluación Intermedia puso de manifiesto la importancia de la celebración de jornadas sobre las actividades de información y publicidad de las actuaciones cofinanciadas, algo que se evidenció por el nivel de conocimiento de la normativa europea por parte de los Órganos Gestores de los Programas Operativos FEDER y FSE de Extremadura. No obstante, se consideró pertinente que para **maximizar la utilidad de seminarios y jornadas de información, el contenido de los mismos debía presentar un carácter muy práctico y su duración no ser excesiva**. A este respecto, la Evaluación Final no identificó la puesta en

marcha de medidas, si bien se puso de manifiesto a partir de las entrevistas realizadas que estos aspectos son objeto de debate entre los organizadores de dichos actos para poder mejorar el impacto y utilidad de los mismos.

En lo que respecta a las actividades de comunicación, se **consideró necesario aumentar el nivel de percepción de la ciudadanía, por lo que se recomendó realizar acciones de publicidad en el exterior**, entre ellas, la elaboración de todo tipo de carcerería y soportes publicitarios. La elección de este tipo de acciones estuvo justificada por la evidencia que demuestra que es uno de los medios más eficaces, según lo extraído de las encuestas realizadas a la población. Este tipo de actuaciones constituyen un buen recordatorio de los mensajes lanzados en otros soportes, así como un refuerzo de los mismos. Su influencia se desarrolla durante las veinticuatro horas del día, durante los siete días de la semana y con un coste inferior a otras opciones. Particularmente, resultaba interesante por su capacidad para llegar a ciertos segmentos poblacionales que, de otra forma, son difíciles de alcanzar, tales como jóvenes, trabajadores que pasan mucho tiempo fuera de casa, etc.

En última instancia, **se animaba a los responsables públicos de cada órgano gestor a destacar, no sólo la gestión de los fondos y los resultados de los proyectos ejecutados, sino también el origen de los mismos, situando la cofinanciación como un valor más a comunicar**. En lo que respecta a esta recomendación, la Evaluación Intermedia detectó que en los cursos y jornadas relativos a información y publicidad se hizo especial hincapié en este aspecto.

Un repaso sucinto a las recomendaciones efectuadas en la Evaluación Intermedia permite observar que todas ellas han sido tenidas en cuenta, lo que refleja un encomiable esfuerzo por mejorar y reforzar las actividades de comunicación.

d) Principales recomendaciones de cara el período de programación 2014-2020

A lo largo del documento de Evaluación Final del Plan de Comunicación de los Programas Operativos 2007-2013, se realizaron una serie de recomendaciones orientadas a mejorar la estrategia de comunicación para el nuevo período de programación 2014-2020.

En relación al proceso de evaluación que debe acompañar a la nueva Estrategia de Comunicación, se instaba a que **la Evaluación Final se lleve a cabo una vez se haya concluido el período de programación**. Esta recomendación encontraba su raíz en la necesidad de poseer una visión completa y global de las actividades realizadas y que, en otro caso, no es posible tener. De acuerdo con el consenso alcanzado en GERIP, la Evaluación Final de la Estrategia de Comunicación se realizará en el ejercicio 2021, lo que permitirá valorar la ejecución para el global del período 2014-2020.

Otra de las observaciones al Plan de Comunicación anterior hacía referencia a los cambios y la evolución del mismo a medida que los Programas Operativos se iban desarrollando. En este sentido, la propia naturaleza cambiante del contexto, junto a un entorno tecnológico cada vez más dinámico dejaron obsoletos algunos de los aspectos y medidas del Plan inicial. Por ello, en el nuevo periodo de programación se recomendaba **tener en consideración la posibilidad de llevar a cabo una actualización de la Estrategia de Comunicación en un momento intermedio del próximo período de programación**. De esta forma, la Estrategia podría dar una mejor respuesta a un entorno de naturaleza dinámica, adaptándose a aquellos cambios que puedan ir surgiendo. Aunque no existe constancia efectiva de esta posibilidad en la nueva Estrategia, tras los ejercicios de evaluación previstos se podrán introducir modificaciones en la misma, siempre y cuando se encuentren debidamente justificados.

Otra de las recomendaciones que surgen de la Evaluación Final del Plan de Comunicación, tenía que ver con la **consideración del Principio de Igualdad de Oportunidades para un mejor seguimiento y evaluación de la aplicación del mismo**. Es necesario subrayar el hecho de que este principio se encuentra recogido de forma horizontal en la Estrategia a través de su consideración tanto en el ámbito de los objetivos, como de los colectivos destinatarios y la programación de las actuaciones. No obstante, tras los debates surgidos a este respecto en GERIP se ha optado por no recoger el mismo a través de una desagregación por género de los indicadores por las dificultades de seguimiento existentes en los mismos.

Por otro lado, en un contexto en el que las nuevas tecnologías han adquirido un papel fundamental como herramientas para la comunicación, se recomendaba **contemplar nuevos canales basados en las oportunidades que ofrecen las redes sociales e internet**. Este tipo de canales poseen una serie de ventajas muy claras, especialmente en términos de ahorro de costes, así como de la capacidad de llegada hacia el público objetivo.

En este sentido, se recomendaba optar por publicaciones de carácter electrónico, que contribuyen no sólo a reducir el coste de las mismas, sino también su impacto ambiental. Este aspecto ha sido especialmente considerado en el nuevo diseño de las medidas que incorpora la Estrategia de Comunicación.

En cuanto a la elaboración de **buenas prácticas**, los procesos de evaluación desarrollados destacaron su capacidad para ser un referente y poder ser replicadas. Por ello, se recomendaba no quedarse únicamente en la mera difusión de las mismas, sino dar un paso más allá y **potenciar su efecto imitador**.

En este sentido, en el nuevo período de programación las buenas prácticas de actuaciones cofinanciadas han adquirido una nueva dimensión, llegando a ser uno de los ejes fundamentales de la estrategia de comunicación en España para el período 2014-2020. De acuerdo con las instrucciones impartidas en el seno del GERIP, las buenas prácticas

representarán un porcentaje sobre la ayuda total de los Programas Operativos para todo el período de programación.

En última instancia, la Evaluación Final formuló unas recomendaciones de carácter general basadas en el nuevo reglamento en materia de Información y Comunicación, entre ellas, la formulación de las nuevas medidas de comunicación en función del tipo de destinatario al que se encuentren orientadas.

Se insistía además en la necesidad de **continuar trabajando para hacer llegar al público la información sobre las operaciones cofinanciadas**, de acuerdo con lo expuesto en el Reglamento (UE) N° 1303/2013.

Para ello, tanto desde la Autoridad de Gestión, como desde el Organismo Intermedio, se pondrán en marcha vías de apoyo a los Beneficiarios en el cumplimiento de sus obligaciones en materia de Información y Publicidad que ayuden a reforzar este aspecto gracias a su participación en la comunicación de las actuaciones. La presente Estrategia deja constancia del protagonismo creciente de los beneficiarios en el desarrollo de las tareas de comunicación, el cual trasciende el mero cumplimiento de los requisitos de los Reglamentos.

Cabe señalar en última instancia que el contenido de la Estrategia de Comunicación ha sido consensuado en GERIP con la finalidad de dar cobertura a los requisitos reglamentarios.

3. ALCANCE Y OBJETIVOS DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

El diseño de una estrategia de comunicación completa debe dar cobertura a tres aspectos clave:

- En primer lugar, se debe establecer una serie de **objetivos de comunicación** claros y basados en un trabajo de partenariat, los cuales determinan el alcance de la estrategia en términos de visibilidad, difusión y transparencia.
- En segundo lugar, deben identificarse los **grupos destinatarios** a los que se dirige la propia Estrategia. Este hecho permite orientar las medidas de comunicación a las necesidades de cada uno de ellos, elevando, así, la eficacia y el impacto esperado.
- En última instancia, hay que definir las **medidas de información y publicidad** de forma coherente con los objetivos definidos y los grupos destinatarios de la Estrategia.

Estos tres elementos contribuyen a otorgar a la Estrategia un enfoque de intervención en el que todos los componentes de la misma mantienen una relación lógica, de acuerdo con la coherencia interna de la propia Estrategia. En este sentido, las necesidades de información de los destinatarios marcan los objetivos de la Estrategia, y por tanto, las propias medidas de comunicación que son consecuencia racional del intento de dar respuesta a dichos objetivos.

La Estrategia de Comunicación busca poner en valor los resultados generados por la Política de Cohesión en la Comunidad Autónoma de Extremadura desde dos puntos de vista distintos, pero complementarios. Por un lado, desde un punto de vista cuantitativo, tal y como se manifiesta en la orientación a resultados y los objetivos previstos a través de los indicadores de comunicación, realización y resultado. Por otro lado, desde una perspectiva cualitativa, recogida en las buenas prácticas de actuaciones cofinanciadas, las cuales representan la principal vía para dar visibilidad desde un enfoque cualitativo.

Todos los organismos públicos que reciban fondos procedentes de la Política de Cohesión en cada Programa Operativo deberán presentar al menos una buena práctica por año. Esta obligación se hace extensible a aquellos Organismos Públicos que gestionan líneas de ayuda a empresas, que en este caso deberán presentar Buenas Prácticas que impliquen a alguna o algunas de las empresas que hayan sido beneficiarias de las ayudas de una determinada convocatoria. En todo caso, se intentará que el montante global que supongan las Buenas Prácticas en el total del período supere al menos el 50% del montante total asignado.

3.1. OBJETIVOS

La Estrategia de Comunicación de los Programas Operativos para el período 2014-2020 debe mostrar un discurso en sintonía con el camino iniciado en el período 2007-2013. De esta forma, será posible consolidar los resultados logrados en su momento. Pero la nueva Estrategia no debe quedarse únicamente en lo logrado en el pasado, sino que debe constituirse como una ventana hacia un nuevo escenario de futuro por el que seguir avanzando.

Los objetivos definidos en la Estrategia de Comunicación deben ser formulados de forma que sean **relevantes** a la hora de incrementar la visibilidad de la participación comunitaria; **pertinentes** por la forma en que se adecúen a la realidad de la región; y **coherentes** con las orientaciones comunitarias.

En este sentido, los preceptos establecidos tanto en el *“Libro Blanco sobre una Política de Comunicación”*², como en la ficha informativa de la Comisión Europea *“Garantizar la visibilidad de la Política de Cohesión: normas de información y comunicación 2014-2020”* representan un punto de partida para establecer los cimientos sobre los que articular y desarrollar la nueva Estrategia, además de recoger las diferencias más significativas en materia de comunicación respecto al anterior período de programación. Principalmente, el período 2014-2020 debe incorporar una simplificación de los aspectos normativos referidos a la gestión y seguimiento desde un punto de vista financiero, al igual que es necesaria una mayor transparencia de la información relacionada con la Política de Cohesión.

De acuerdo con estas premisas, los objetivos de la Estrategia de Comunicación se aglutinan en torno a dos grandes objetivos finales:

- **Objetivo Final 1 (OF1) – Visibilidad:** Garantizar la visibilidad de la UE y la Política de Cohesión, además de optimizar la absorción financiera y fomentar el uso eficiente de los fondos.
- **Objetivo Final 2 (OF2) - Transparencia:** Garantizar una gestión transparente y eficaz de la programación, así como sensibilizar a la opinión pública sobre el papel desempeñado por la UE en aras de la cohesión económica, social y territorial.

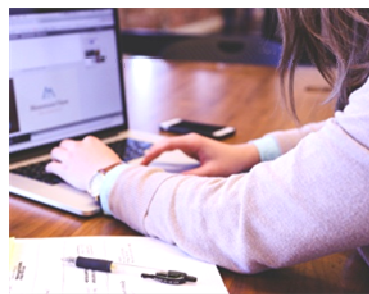
² Comunicación de la Comisión, de 1 de febrero de 2006, «Libro Blanco sobre una política europea de comunicación» [COM (2006) 35 final].

Adicionalmente, se especifican una serie de Objetivos Operativos, cada uno de los cuales se encuentra asociado a cada uno de los grupos de destinatarios de la propia Estrategia:

- **Objetivo Operativo 1 (OP1) – Dejar constancia de la procedencia comunitaria de los Fondos en las actuaciones cofinanciadas:** Asociado al público en general, busca transmitir al mismo el papel que los Fondos Europeos están desempeñando en las actuaciones que se llevan a cabo y en su contribución al desarrollo de la región.
- **Objetivo Operativo 2 (OP2) - Generar y difundir la información necesaria para asegurar el mejor uso posible de los fondos disponibles:** Dirigido a los beneficiarios de las ayudas, busca optimizar el uso que estos puedan hacer de los fondos percibidos.
- **Objetivo Operativo 3 (OP3) - Facilitar y potenciar los procesos de información, concurrencia, competencia, participación, cooperación y partenariado:** Vinculado a los beneficiarios potenciales, pretende maximizar la llegada de las convocatorias y la participación en las mismas.
- **Objetivo Operativo 4 (OP4) - Divulgar y difundir los logros alcanzados y los beneficios derivados de la programación:** Destinado a los agentes difusores, busca incrementar la comunicación de los beneficios generados por las actuaciones enmarcadas en cada uno de los Programas Operativos.

3.2. GRUPOS DESTINATARIOS

En todo proceso de planificación de comunicación un aspecto absolutamente relevante es el relacionado con el público objetivo al que se quiere llegar. Sólo con una definición exacta y precisa de los destinatarios de la comunicación, será posible maximizar el impacto de la estrategia, así como de las acciones de información y publicidad.



Por todo ello y en respuesta a las orientaciones realizadas en el apartado 4.a) del Anexo XII del Reglamento (UE) Nº 1303/2013, se han identificado cuatro grupos de destinatarios diferenciados, con características y necesidades particulares y que, por tanto, requieren de diferentes fórmulas y vías de información y comunicación: beneficiarios potenciales, beneficiarios, el público en general y medios de comunicación social o agentes difusores.

a) Beneficiarios potenciales

Todos aquellos agentes que, cumpliendo con las condiciones necesarias para ser posibles destinatarios de las ayudas, puedan estar interesados en tener acceso a las oportunidades de financiación de la programación, serán considerados como **beneficiarios potenciales**. Entre estos, cabe destacar:

- Actores públicos, ayuntamientos y otras entidades públicas.
- Las empresas extremeñas, en particular las PYMEs, posibles receptoras de ayudas.
- Organismos investigadores (Organismos públicos de investigación, comunidad investigadora de Universidades Públicas y privadas).
- Operadores de telecomunicaciones.
- Personas demandantes de empleo, en riesgo de exclusión social y jóvenes.
- Otros interlocutores económicos y sociales.

El hecho de que los beneficiarios potenciales tengan la capacidad de acceder a la información sobre las posibilidades de los Programas Operativos es un elemento esencial para garantizar la transparencia en el desarrollo de los Programas.

Se hace necesario señalar el potencial que poseen aquellas entidades que pertenecen a las esferas de los ámbitos administrativo, asociativo y representativo, los cuales poseen una mayor capacidad de interlocución tanto económica, como social. Este hecho les da una nueva relevancia como posibles agentes difusores de las posibilidades de los Programas Operativos, pudiendo convertirse en amplificadores entre la población o aquellas entidades que formen parte de su ámbito.

b) Beneficiarios

Aquellos organismos, ya sean de carácter público o privado, responsables de poner en marcha y ejecutar las operaciones son considerados como **beneficiarios**. En función de su propio origen, los beneficiarios pueden dividirse en dos subgrupos:

- Beneficiarios públicos con la consideración de Órganos Gestores en el ámbito de la Administración Pública, como entidades encargadas de gestionar eficientemente las operaciones cofinanciadas.
- Los beneficiarios privados de regímenes de ayuda de Estado como perceptores directos de los fondos. En este sentido, es preciso destacar la mayor relevancia que en el nuevo periodo se atribuye al papel de los beneficiarios privados y el reto al que se enfrentan para satisfacer los requisitos normativos de información y publicidad.

Las necesidades de información de los beneficiarios difieren significativamente de las mostradas por los beneficiarios potenciales, en tanto en cuanto requieren de una información más completa y detallada, dada la necesidad de asegurar una participación eficaz y eficiente en el Programa, así como el grado de cumplimiento de las obligaciones que conlleva la percepción de las ayudas.

c) Público en general

El **público en general** es uno de los principales grupos destinatarios de las medidas de información y publicidad de la Estrategia de Comunicación, siendo especialmente relevante dotar a la misma de capacidad de llegada a aquellos colectivos menos sensibilizados con la Política Regional Europea, prestando especial atención a colectivos con discapacidad o en riesgo de exclusión social y aquellos otros colectivos identificados en los programas operativos.

Hay que señalar que la sensibilización entre el público en general ha experimentado un incremento de diez puntos porcentuales entre el momento de realización de la Evaluación Intermedia y el de la Evaluación Final. No obstante, aún persiste la necesidad de seguir trabajando para fomentar el conocimiento entre la opinión pública, de la que todavía existe una proporción que desconoce o conoce sólo de modo marginal la contribución de la ayuda FEDER y FSE a la mejora de la vida cotidiana de la ciudadanía.



En términos generales, los mensajes destinados a este colectivo deben estar presididos por la sencillez y la claridad para, de esta forma, poder incrementar su impacto real y facilitar su comprensión.

d) Medios de comunicación social

En casos como el presente, en los que el colectivo de destinatarios de la Estrategia de Comunicación es muy amplio, los **medios de comunicación social o agentes difusores** se convierten en una herramienta de gran utilidad y eficiencia, dado que, en su papel de difusores de la información, son capaces de amplificar su alcance, maximizando su impacto.

Enmarcados en este grupo de destinatarios, se encuentran los medios de comunicación masiva, los gabinetes de prensa, los Europe Direct (centros de información europea repartidos por toda la geografía española que tienen como misión ayudar a entender y resolver preguntas sobre la Unión Europea), así como las representaciones de la UE en Madrid y Barcelona entre otros.



A este respecto, también podrán ser considerados agentes difusores aquellos beneficiarios potenciales que, tal y como se ha comentado, caigan en el ámbito administrativo, asociativo y representativo y, por tanto, puedan tener una capacidad importante de interlocución social.

En la línea de lo sugerido para el conjunto de la ciudadanía, el mensaje destinado a este colectivo debe ser sencillo y claro, así como directo y de fácil comprensión, con el fin de facilitar la canalización de la información de una forma más eficiente hacia el público en general y, en su caso, hacia los beneficiarios potenciales.

3.3. CONTENIDOS DE LAS MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

La definición de las actuaciones previstas para el período 2014-2020 adopta una doble fundamentación en su concepción:

- De una parte, considerando los resultados del período anterior se pretende establecer una línea de continuidad con las actuaciones más exitosas, de forma que la nueva Estrategia de Comunicación pueda beneficiarse de las **lecciones de la experiencia**, manteniendo un hilo conductor común que dote de coherencia y vertebré las actuaciones dentro del marco de la Política de Cohesión Europea.
- De otra parte, la propia evolución de la Política de Cohesión ha derivado en una serie de novedades tanto en lo relativo a la tipología de proyectos cofinanciados, como en lo referente a la política de comunicación. Esta evolución ha generado nuevas necesidades asociadas al proceso comunicativo, generando **cambios en los requisitos de información y comunicación de la Política de Cohesión**, lo que necesariamente se ha considerado para la definición y diseño de las nuevas actuaciones.

De la conjunción de esta doble fundamentación, se ha procedido a realizar un estudio de las necesidades de información asociadas a cada uno de los colectivos a los que va dirigida la Estrategia de Comunicación, lo que ha generado las medidas propuestas a continuación.

A pesar de lo propuesto a continuación, los contextos dinámicos y evolutivos en los que esta Estrategia debe hacerse valer, obligan a considerar la política de comunicación como un ente vivo y en constante evolución. Por este motivo, será necesario mantener un espíritu abierto y flexible que permita a la Estrategia adaptarse a las diferentes fases de desarrollo de los Programas Operativos, así como a los requerimientos que surjan a lo largo de la vida de los mismos. Por todo ello, el compendio de actuaciones propuesto a continuación debe ser considerado como un listado abierto en el que tendrán cabida las actuaciones que pudieran llevar a cabo tanto las Autoridades de Gestión y/o el Organismo Intermedio de los PO, como los beneficiarios de la ayuda FEDER o FSE y gestores.

a) Medidas de información y comunicación para beneficiarios potenciales

Las medidas orientadas a los beneficiarios potenciales atienden los requisitos del Anexo XII.3 del Reglamento (UE) Nº 1303/2013, aportando instrumentos para disponer de una información clara y detallada.

a.1) Actuaciones a realizar por parte del Organismo Intermedio -

- **MEDIDA 1.1. Publicación y distribución de los Programas Operativos.** Se procederá a publicar los Programas Operativos en las páginas web del Servicio de Gestión de Fondos Europeos de la Junta de Extremadura.
- **MEDIDA 1.2. Actualización del banco de buenas prácticas en la web del Organismo Intermedio.** Se continuará mejorando el espacio dedicado en la web del Organismo Intermedio al banco de buenas prácticas. Dicho banco recogerá información a partir de una petición lanzada a todos los Órganos Gestores sobre la información relativa a la presentación de sus actuaciones en base a los criterios de selección de buenas prácticas. La difusión de este tipo de buenas prácticas puede inspirar futuras operaciones entre los beneficiarios potenciales, así como aumentar la visibilidad de la Política de Cohesión.

a.2) Actuaciones a realizar por parte de los Órganos Gestores

- **MEDIDA 1.3. Difundir y divulgar las exigencias, requisitos y criterios de selección de operaciones en los Regímenes de Ayuda, así como de las obligaciones y compromisos que se adquieren.** A través de las convocatorias de ayudas y las publicaciones en las páginas web de los Órganos Gestores se dará difusión a todos los requisitos exigidos por los Regímenes de Ayuda.
- **MEDIDA 1.4. Información, divulgación y difusión de la naturaleza, objetivos y prioridades de las operaciones elegibles a los efectos de los Regímenes de Ayuda.** Las páginas web de los Órganos Gestores serán las principales herramientas utilizadas para dar difusión a la naturaleza, objetivos y prioridades de los Regímenes de Ayuda, sin perjuicio de otros medios como puedan ser las propias convocatorias.
- **MEDIDA 1.5. Publicaciones oficiales destinadas a los beneficiarios de las ayudas.** El objetivo de esta medida es el de dar la mayor difusión posible a las convocatorias, con el fin de garantizar su transparencia y accesibilidad por parte de los colectivos interesados en acceder a las mismas. Para ello se publicarán en los Boletines y Diarios Oficiales correspondientes.


MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN PARA BENEFICIARIOS POTENCIALES	
Organismo Intermedio	MEDIDA 1.1. Publicación y distribución de los Programas Operativos.
	MEDIDA 1.2. Actualización del banco de buenas prácticas en la web del Organismo Intermedio.
Órganos gestores	MEDIDA 1.3. Difundir y divulgar las exigencias, requisitos y criterios de selección de operaciones en los Regímenes de Ayuda, así como de las obligaciones y compromisos que se adquieren.
	MEDIDA 1.4. Información, divulgación y difusión de la naturaleza, objetivos y prioridades de las operaciones elegibles a los efectos de los Regímenes de Ayuda.
	MEDIDA 1.5. Publicaciones oficiales destinadas a los beneficiarios de las ayudas.

b) *Medidas de información y comunicación para beneficiarios*

b.1) *Actuaciones a realizar por parte de la Autoridad de Gestión -*

- **MEDIDA 2.1. Creación de un asistente virtual para la generación de placas, carteles, etc.** La Autoridad de Gestión facilitará una herramienta informática que se descargará del portal único, mediante la cual los beneficiarios, si lo estiman oportuno, podrán elaborar sus elementos de comunicación tales como placas o carteles, la información para poner en los documentos, etc., acordes con las exigencias reglamentarias.

b.2) Actuaciones a realizar por parte del Organismo Intermedio -

- **MEDIDA 2.2. Difundir y divulgar las exigencias, requisitos y criterios de selección de las operaciones elegibles a los efectos de Regímenes de Ayuda.** Se procederá a difundir todos aquellos aspectos que serán tenidos en cuenta en la selección de operaciones de cara a los Regímenes de Ayuda. Para ello, se podrán utilizar diversas herramientas como las páginas web del Servicio de Gestión de Fondos Europeos de la Junta de Extremadura, de los Órganos Gestores y los Órganos de Contratación, pero también las resoluciones de las ayudas y la celebración de jornadas técnicas en el comienzo del inicio de programación.
- 
- **MEDIDA 2.3. Difundir las obligaciones en relación con la identificación visual sobre el terreno de los proyectos de infraestructura y construcción cofinanciados.** El proceso de difusión de las obligaciones adquiridas, en lo que respecta a la identidad visual sobre el terreno de los proyectos de infraestructura y construcción cofinanciados podrá servirse de herramientas como las resoluciones de aprobación de la concesión, de ayudas y las operaciones de contratación, así como de las páginas web del Organismo Intermedio y de los Órganos Gestores.
 - **MEDIDA 2.4. Elaboración de una “Guía de Identidad Gráfica de Comunicación de los Fondos Europeos en Extremadura 2014-2020”.** Elaboración y puesta a disposición de los beneficiarios de una “Guía de Identidad Gráfica de Comunicación de los Fondos Europeos en Extremadura 2014-2020” que establezca las directrices y sobre las que se debe trabajar en materia de comunicación. La guía será publicada en la web del Servicio de Gestión de Fondos Europeos de la Junta de Extremadura.
 - **MEDIDA 2.5. Establecimiento de una línea de asesoramiento permanente** para el adecuado cumplimiento de los requisitos de comunicación y la resolución de dudas por parte de los órganos gestores, ya sea plurifondo o particularizada para cada uno de los Programas Operativos. El asesoramiento permanente a todos los órganos gestores se llevará a cabo mediante la elaboración de instrucciones, manuales y distribución de comunicaciones, además de la atención a consultas que puedan ser realizadas a través de medios como el correo electrónico o el teléfono.

- **MEDIDA 2.6. Jornadas sobre la comunicación en los Fondos Europeos.** De cara a los beneficiarios y beneficiarios potenciales, se desarrollarán jornadas en las que se recordarán las obligaciones asumidas con la recepción de la ayuda y los instrumentos que el Organismo Intermedio y la Autoridad de Gestión ponen a su disposición para responder a tales requisitos.

b.3) Actuaciones a realizar por los Órganos Gestores

- **MEDIDA 2.7. Solicitud a los concurrentes a convocatorias de la inclusión de Planes de Comunicación de la cofinanciación europea en las ofertas presentadas.** En el marco de las convocatorias que se vayan a realizar, se pueden dar dos opciones en lo referente a los Planes de Comunicación de la cofinanciación europea a incluir en las ofertas:
 - Se especificará la necesidad de incluir en las ofertas un Plan de Comunicación relativo a la cofinanciación procedente de la Unión Europea.
 - O alternativamente, la existencia de un Plan de Comunicación definido en la oferta se considerará simplemente como un elemento más a puntuar.
- **MEDIDA 2.8. Inclusión de párrafos en las resoluciones o adjudicaciones de las operaciones cofinanciadas.** Se incluirán párrafos en las resoluciones aprobatorias de las bases reguladoras o en las de convocatorias de ayudas o subvenciones, en los pliegos de cláusulas administrativas de contratación y en las resoluciones de encomiendas de gestión de las operaciones cofinanciadas, en los que se reflejen las implicaciones de la percepción de una ayuda comunitaria (información sobre publicación de una lista de operaciones en caso de resultar beneficiarios, información sobre obligaciones en materia de comunicación, entre otros).

Así, en las resoluciones aprobatorias de las bases reguladoras y/o en las de convocatorias de ayudas o subvenciones, en los pliegos de cláusulas administrativas de contratación y en las resoluciones de encomiendas de gestión de actuaciones que vayan a ser cofinanciadas se incluirá el párrafo siguiente u otro de similar contenido:

“Este proyecto podrá ser cofinanciado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)”.

Además, en las resoluciones aprobatorias de las bases reguladoras o en las de convocatorias de ayudas o subvenciones se recogerá el siguiente párrafo:

“La aceptación de la subvención, y por tanto de la financiación del Fondo Europeo de Desarrollo Regional, conllevará el consentimiento de las empresas para su inclusión en la lista de proyectos a publicar vía Internet, a que se refiere el artículo 115 apartado 2 del Reglamento (UE) n.º 1303/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo de 17 de diciembre de 2013”.

- **MEDIDA 2.9. Información a los beneficiarios sobre cambios en la normativa aplicable.** Los gestores comunicarán por escrito a las personas beneficiarias los cambios que se produzcan a lo largo del periodo en la normativa comunitaria o en los procedimientos de gestión que les afecten directa o indirectamente. Igualmente, el organismo intermedio del Programa Operativo informará a los órganos gestores de posibles cambios producidos en la normativa comunitaria que puedan afectar a sus procedimientos de gestión.

MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN PARA BENEFICIARIOS	
Autoridad de Gestión	MEDIDA 2.1. Creación de un asistente virtual para la generación de placas, carteles, etc.
Organismo Intermedio	MEDIDA 2.2. Difundir y divulgar las exigencias, requisitos y criterios de selección de las operaciones elegibles a los efectos de Regímenes de Ayuda.
	MEDIDA 2.3. Difundir las obligaciones en relación con la identificación visual sobre el terreno de los proyectos de infraestructura y construcción cofinanciados.
	MEDIDA 2.4. Elaboración de una “Guía de Identidad Gráfica de Comunicación de los Fondos Europeos en Extremadura 2014-2020”.
	MEDIDA 2.5. Establecimiento de una línea de asesoramiento permanente para el adecuado cumplimiento de los requisitos de comunicación y la resolución de dudas por parte de los órganos gestores, ya sea plurifondo o particularizada para cada uno de los Programas Operativos.
Órganos gestores	MEDIDA 2.6. Jornadas sobre la comunicación en los Fondos Europeos.
	MEDIDA 2.7. Solicitud a los concurrentes a convocatorias de la inclusión de Planes de Comunicación de la cofinanciación europea en las ofertas presentadas.
	MEDIDA 2.8. Inclusión de párrafos en las resoluciones o adjudicaciones de las operaciones cofinanciadas.
	MEDIDA 2.9. Información a los beneficiarios sobre cambios en la normativa aplicable.

c) **Medidas de información y comunicación dirigidas al público**

c.1) **Actuaciones a realizar por la Autoridad de Gestión -**

- **MEDIDA 3.1. Actividad anual conjunta.** La Autoridad de Gestión organizará una actividad informativa importante anual en la que se promoverán las oportunidades de financiación y se promocionarán los avances registrados en los distintos Programas Operativos. Adicionalmente, se darán a conocer aspectos relevantes de buenas prácticas en cada período.

Este acto anual será una actividad conjunta para todos los Programas Operativos de aplicación en España, con la participación de la Comisión, de representantes de las Autoridades Regionales y de responsables regionales, que se llevará a cabo en la ubicación decidida por las Autoridades de Gestión.

- **MEDIDA 3.2. Actividades para la celebración del Día de Europa.** Dichas actividades tendrán por objeto, en línea con lo que ha venido realizando la Autoridad de Gestión en los últimos años, aproximar el papel de la Unión Europea a la ciudadanía. Entre las actuaciones previstas, se llevará a cabo el izamiento de la bandera de la Unión Europea cada año a partir del 9 de mayo y permanecerá izada por un período de una semana en conmemoración del Día de Europa.



- **MEDIDA 3.3. Publicación de la lista de beneficiarios, operaciones y fondos públicos asignados a cada operación para conocimiento general.** Para ello, la Secretaría General de Presupuestos y Financiación publicará en versión electrónica, a través de su página Web, un listado con los nombres de las operaciones ejecutadas en el marco del Programa Operativo, los nombres de los beneficiarios, de acuerdo con la normativa aplicable a cada Fondo, beneficiarias y la cuantía de fondos públicos asignada a cada operación, tal y como establece el artículo 115.2 del Reglamento (UE) nº 1303/2013.

Por su parte, la Junta de Extremadura habilitará un enlace a dicho listado en su página web. De esta forma, se garantiza la transparencia en el desarrollo del Programa Operativo.

- **MEDIDA 3.4. Consolidación de la base de datos de buenas prácticas de actuaciones cofinanciadas.** En lo relativo a FEDER, fue creada por la Autoridad de Gestión en el período anterior y se encuentra disponible en la web de la política Regional y sus Instrumentos (<http://www.dgfc.spgg.meh.es/sitios/DGFC/es-ES>).

Su presentación se hará a través de un informe de buenas prácticas, en el que se aportarán los argumentos necesarios para justificar el cumplimiento de los criterios establecidos, así como cuanta documentación gráfica y documental de apoyo se considere oportuna, el importe de la ayuda y el gasto total al que asciende la operación en cuestión, y el impacto de la misma en términos de desarrollo económico y empleo.

Igualmente, se mantendrá la base de datos de buenas prácticas cofinanciadas por el FSE disponible en la web de la Unidad Administradora del Fondo Social Europeo <http://www.empleo.gob.es/uafse/es/comunicando/buenosEjemplos/index.html>).

Desde las páginas web del Organismo Intermedio se habilitará un acceso directo a las bases de datos de buenas prácticas.

- **MEDIDA 3.5. Consolidación del sitio web único de la Autoridad de Gestión.**

Consolidación del sitio web único de las Autoridades de Gestión en el que se recoge información actualizada sobre los propios Programas Operativos, la gestión y seguimiento de los mismos, así como ejemplos de proyectos cofinanciados, las evaluaciones realizadas y la



política de comunicación de los Fondos Estructurales en España, incluyendo vínculos a todos los beneficiarios públicos de los Fondos Estructurales en España en el período 2014-2020, incluyendo los de los Programas FEDER y FSE de Extremadura y a los Programas Operativos de anteriores períodos de programación. El sitio web único incluirá también links a todos los apartados específicos sobre Fondos Estructurales de los distintos beneficiarios públicos de la Administración regional.

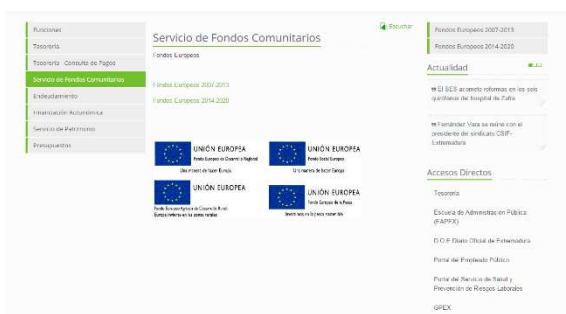
En el caso del FEDER, este sitio web es la página de La Política Regional y sus Instrumentos de la Dirección General de Fondos Comunitarios, Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas:(<http://www.dgfc.sggp.meh.es/sitios/DGFC/es-ES/Paginas/inicio.aspx>). En el caso del FSE, este sitio es la página web de la UAFSE del Ministerio de Empleo y Seguridad Social (<http://www.empleo.gob.es/uafse/es/index.html>).

Al mismo tiempo, los propios Programas Operativos del FSE y del FEDER de Extremadura, cuentan con una web de libre acceso en la que la ciudadanía dispone de información actualizada sobre las posibilidades y resultados de los PO y los proyectos cofinanciados: <http://www.gobex.es/ddgg002/45>

Ambos sitios web estarán vinculados entre sí a través de un link.

c.2) Actuaciones a realizar por el Organismo Intermedio

- **MEDIDA 3.6. Identificación y visualización de la actuación comunitaria.** Todos los materiales, herramientas e instrumentos de comunicación y difusión empleados deberán incorporar los elementos de identidad de la Unión Europea. A este respecto, se incluirá el emblema comunitario, así como una referencia al Fondo en cuestión y al lema.
- **MEDIDA 3.7. Espacio en la Web de la Junta de Extremadura con la actualidad de la Unión Europea.** Mantenimiento y actualización del portal web del Organismo Intermedio, esto es, el Servicio de Gestión de Fondos Europeos de la Junta de Extremadura (<http://www.gobex.es/ddgg002/45>). Esta web contiene información sobre Europa con contenidos especialmente dedicados a los Fondos Estructurales, y permitirá continuar dando una amplia cobertura informativa sobre el desarrollo de los Programas Operativos en Extremadura y el desarrollo de acciones de información y publicidad.
- **MEDIDA 3.8. Difusión de las convocatorias y las actas de los Comités de Seguimiento,** una vez hayan sido aprobadas estas últimas por la Comisión Europea, en la web del Servicio de Gestión de Fondos Europeos de la Junta de Extremadura.



- **MEDIDA 3.9. Difusión de las operaciones más relevantes llevadas a cabo.** Exponer a través de la página web del Servicio de Gestión de Fondos Europeos de la Junta de Extremadura las operaciones más relevantes en relación los objetivos estratégicos de la programación.
- **MEDIDA 3.10. Participación en foros y eventos directamente relacionados con la Política de Cohesión y el Desarrollo Regional.** Presentación de comunicaciones, ponencias u otros elementos de participación, asistencia y representación institucional, si procede, en los foros y eventos considerados de interés.
- **MEDIDA 3.11. Distribución de información relativa a la Unión Europea, Programas Operativos y/o acciones cofinanciadas a través de canales de difusión tales como asociaciones de mujeres, organizaciones empresariales, etc.** Esta medida incrementa sensiblemente la accesibilidad de colectivos como la población femenina a la información y, por ende, a los recursos comunitarios.
- **MEDIDA 3.12. Formación a los beneficiarios potenciales y/o técnicos gestores de Fondos Estructurales.** A estos efectos, se prevén, entre otros posibles que variarán en función de las necesidades manifestadas por los destinatarios, cursos informativos sobre el nuevo período de programación, cambios acontecidos en la normativa, o información acerca de los sistemas de gestión y control, incluyendo la información y comunicación.

La adecuada implementación de esta medida facilitará la implicación creciente de los beneficiarios en las tareas de difusión de la contribución comunitaria en los proyectos cofinanciados, actuando como elemento dinamizador.

c.3) Actuaciones a realizar por los beneficiarios

La Estrategia de Comunicación recoge un compromiso creciente de los beneficiarios en las tareas de difusión de las propias actuaciones cofinanciadas. Si bien estas actuaciones dependerán en gran medida de las actuaciones que en última instancia se lleve a la práctica, pueden adelantarse algunas medidas de carácter general, tales como:

- **MEDIDA 3.13. Colocación de elementos informativos en el transcurso de operaciones sujetas a determinadas condiciones.** Durante la realización de la operación, el beneficiario asume la responsabilidad de informar al conjunto de la ciudadanía de la recepción de la cofinanciación, para lo cual recurrirá a las siguientes vías:

Cuando se trata de beneficiarios privados, la incorporación en la página web o sitio de Internet, si lo tuviera, de una breve descripción de la operación con sus objetivos y resultados, y destacando el apoyo financiero de la Unión.

Por su parte, todos los beneficiarios públicos deberán disponer en su página web de un apartado específico relativo a los Fondos Estructurales, en el que se incluirá un link al sitio único descrito en la medida 3.5, al tiempo que esté tendrá, asimismo, un link directo al sitio web de los beneficiarios. Dicho espacio deberá contener, como mínimo, todas las convocatorias cofinanciadas con Fondos Estructurales y la información relevante en torno a las mismas.

La colocación de un cartel temporal de tamaño significativo en un lugar bien visible para el público en el caso de obras de infraestructura o construcción con una ayuda FEDER superior a los 500.000 euros.

Una declaración que informe sobre la cofinanciación recibida por la operación en todos los documentos destinados al público o participantes con la finalidad de informar a los participantes en la misma. Este recurso resulta especialmente relevante en las operaciones cofinanciadas por el FSE.

En el resto de operaciones, la colocación, al menos, de un cartel con información sobre el proyecto (de un tamaño mínimo A3), en el que se mencionará la ayuda financiera de la Unión, en un lugar bien visible para el público, como por ejemplo la entrada de un edificio.

Adicionalmente, podrán realizarse actuaciones complementarias tales como merchandising (bolígrafos, USB, carteles desplegados, etc.) o participación en redes sociales (Facebook, Twitter, etc.).

- **MEDIDA 3.14. Colocación de elementos explicativos permanentes, visibles y de gran tamaño a la conclusión de las operaciones.** Una vez finalizada la operación, cuando ésta cuente con una contribución pública de más de 500.000 euros y consista en la compra de un objeto físico, la financiación de una infraestructura o un trabajo de construcción, el beneficiario colocará una placa o cartel permanente de tamaño significativo en un lugar visible.
- **MEDIDA 3.15. Fomento de la actividad de difusión de la participación comunitaria en los proyectos cofinanciados.** Se fomentará la realización de actuaciones de información y comunicación por parte de los beneficiarios de los principales resultados obtenidos de las actuaciones cofinanciadas a través, por ejemplo, de la incorporación de los requerimientos pertinentes en las bases de las ayudas o pliegos de contratación.

MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN PARA PÚBLICO EN GENERAL	
Autoridad de Gestión	MEDIDA 3.1. Actividad anual conjunta.
	MEDIDA 3.2. Actividades para la celebración del Día de Europa.
	MEDIDA 3.3. Publicación de la lista de beneficiarios, operaciones y fondos públicos asignados a cada operación para conocimiento general.
	MEDIDA 3.4. Consolidación de la base de datos de buenas prácticas de actuaciones cofinanciadas.
	MEDIDA 3.5. Consolidación del sitio web único de la Autoridad de Gestión.
Organismo Intermedio	MEDIDA 3.6. Identificación y visualización de la actuación comunitaria.
	MEDIDA 3.7. Espacio en la Web de la Junta de Extremadura con la actualidad de la Unión Europea.
	MEDIDA 3.8. Difusión de las convocatorias y las actas de los Comités de Seguimiento.
	MEDIDA 3.9. Difusión de las operaciones más relevantes llevadas a cabo.
	MEDIDA 3.10. Participación en foros y eventos directamente relacionados con la Política de Cohesión y el Desarrollo Regional.
	MEDIDA 3.11. Distribución de información relativa a la Unión Europea, Programas Operativos y/o acciones cofinanciadas a través de canales de difusión tales como asociaciones de mujeres, organizaciones empresariales, etc.
	MEDIDA 3.12. Formación a los beneficiarios potenciales y/o técnicos gestores de Fondos Estructurales.
Beneficiarios	MEDIDA 3.13. Colocación de elementos informativos en el transcurso de operaciones sujetas a determinadas condiciones.
	MEDIDA 3.14. Colocación de elementos explicativos permanentes, visibles y de gran tamaño a la conclusión de las operaciones.
	MEDIDA 3.15. Fomento de la actividad de difusión de la participación comunitaria en los proyectos cofinanciados

d) **Medidas de información y comunicación dirigidas a agentes difusores**

- **MEDIDA 4.1. Difusión en medios de comunicación.** Potenciar la presencia en los medios de comunicación a través de intervenciones, notas de prensa o comunicados oficiales con el objetivo de destacar tanto la aprobación del Programa Operativo, como su desarrollo, el inicio, puesta en marcha y obtención de resultados de los proyectos cofinanciados por los Fondos y, en definitiva, la importancia de la cofinanciación de los Fondos Europeos en complementariedad con el esfuerzo inversor nacional y regional.



MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN PARA PÚBLICO EN GENERAL

Organismo Intermedio

MEDIDA 4.1. Difusión en medios de comunicación.

3.4. ACTUACIONES A DESARROLLAR POR PARTE DE LOS BENEFICIARIOS Y FÓRMULAS PREVISTAS PARA AYUDAR A LOS MISMOS EN SUS ACTUACIONES DE COMUNICACIÓN

De acuerdo al apartado 2.2.2 del Anexo XII del Reglamento (UE) nº 1303/2013, las obligaciones en materia de información y publicidad a las que tendrán que responder los beneficiarios serán las siguientes:

- En todas las medidas de información y comunicación que lleve a cabo, el beneficiario deberá reconocer el apoyo del FEDER o FSE a la operación mostrando:

- ✦ El emblema de la Unión Europea, de conformidad con las características técnicas establecidas en el Reglamento de Ejecución (UE) Nº 821/2014.
- ✦ En este sentido, dicho emblema deberá figurar en color en los sitios Web. En todos los demás medios de comunicación, el color se utilizará siempre que sea posible, pudiéndose utilizar una versión monocroma únicamente en casos justificados.
- ✦ Además, el emblema ha de estar claramente visible y ocupar un lugar destacado. Su posición y tamaño deben ser los adecuados a la escala del material o documento utilizados.
- ✦ Si se exhiben otros logotipos, además del emblema de la Unión, este tendrá como mínimo el mismo tamaño, medido en altura y anchura, que el mayor de los demás logotipos.
- ✦ Una referencia a la Unión Europea, la cual siempre aparecerá sin abreviar.
- ✦ Una referencia al Fondo Europeo correspondiente, como instrumento financiero que da apoyo a la operación.

Sólo en el caso de pequeños artículos de promoción (USB o bolígrafos, por ejemplo) no será obligatorio hacer referencia al Fondo, de acuerdo con el artículo 4.2 del Reglamento de Ejecución (UE) Nº 821/2014.

En relación con el emblema de la Unión, el texto se compondrá de manera que no interfiera en modo alguno con dicho emblema. Por consiguiente, el reconocimiento del apoyo de los Fondos Europeos a la operación cofinanciada tratará de incorporar en los diferentes soportes y herramientas de comunicación empleadas los elementos antes referidos.

El compromiso de los beneficiarios públicos y privados en el desarrollo de las actuaciones de información y comunicación ha experimentado en los últimos años una conciencia creciente que ha llevado a la utilización de instrumentos de comunicación no obligatorios.

En el periodo 2014-2020 se han establecido una serie de medidas orientadas a facilitar a los beneficiarios tanto la información necesaria acerca de las obligaciones mencionadas como receptores de la ayuda, como los instrumentos necesarios para facilitar su cumplimiento, maximizando así la eficiencia en la consecución de los Objetivos del Programa.

Para ello, entre las actuaciones a desarrollar por los beneficiarios, cabe destacar la responsabilidad de informar durante la realización de las operaciones y a la finalización de las mismas sobre el papel de la Unión Europea y la cofinanciación de las operaciones,

utilizando para ello diversas herramientas. Estos aspectos se encuentran recogidos en las Medidas 3.13. y 3.14.

Por su parte, la Junta de Extremadura a través del Servicio de Gestión de Fondos Europeos empleará su propia página web para llevar a cabo acciones de difusión de los proyectos, dejando, de esta forma, constancia de la cofinanciación de los mismos.

Asimismo, en el caso de ayudas, se recurrirá, en el caso de FEDER, a la fórmula siguiente o a otra de contenido similar:

La aceptación de esta ayuda supone su permiso a que el Organismo que la concede publique en su página web su conformidad con el texto que se adjunta:

“Soy conocedor de que esta actuación está cofinanciada con fondos europeos y me comprometo a indicarlo así siempre que deba hacer referencia a la misma, frente a terceros o a la propia ciudadanía. Por la importancia que considero tienen este tipo de ayudas para nuestra empresa, es por ello que valoro muy positivamente la contribución del FEDER, principal fondo de la política de cohesión europea, por lo que supone de impulso a nuestro trabajo y en consecuencia al crecimiento económico y la creación de empleo de esta región y de España en su conjunto”.

Finalmente, el beneficiario deberá conservar constancia gráfica del cumplimiento de los requisitos reglamentarios en materia de información y comunicación. Ello significa, en la práctica:

- Cumplimentar y conservar toda la información relativa al cumplimiento de los requisitos en materia de información y publicidad a la Autoridad de Gestión u Organismo Intermedio, para la verificación previa a la certificación de gastos.
- Disponer de toda la documentación e información gráfica que facilite el control acerca de la aplicación de todas las medidas en materia de información y publicidad que estuviese obligado a llevar a cabo.

3.5. LAS HERRAMIENTAS A UTILIZAR

Un aspecto muy importante es el de “**dar la mejor forma posible a la información**”. Para ello, la Estrategia de Comunicación contempla una amplia variedad de instrumentos de comunicación. Este aspecto redundará en una mayor eficacia comunicativa en el momento de implementar la Estrategia.

La articulación de las medidas de información y comunicación ha adoptado como base un compendio de herramientas cuya utilización dependerá, en cada caso, de la naturaleza del

mensaje que se pretenda transmitir o de las características de los destinatarios a los que vaya dirigido. Adicionalmente, hay que subrayar que, en el actual período de programación, cobran una mayor relevancia las actuaciones vinculadas a los proyectos cofinanciados, frente a aquellas que adoptan una perspectiva más generalista. Por consiguiente, las herramientas a emplear estarán condicionadas, en gran medida, por la tipología de actuaciones diseñadas en cada una de las Prioridades de Inversión de los PO FEDER y FSE de Extremadura 2014-2020.

La batería de instrumentos a emplear posibilitará que la comunicación se realice de dos formas complementarias, en función de la naturaleza de la actividad y los objetivos en cada caso:

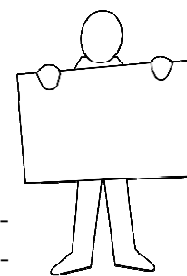
- La **comunicación interna**, es decir, la que se produce dentro de los organismos que participan de la gestión directa de los Programas Operativos, desde las Autoridades de Gestión o el Organismo Intermedio de los mismos hacia los gestores, o a la inversa, intercambiando datos e información a través de instrucciones, oficios, etc.
- La **comunicación externa**, es decir, hacia destinatarios externos, como, por ejemplo, la que llega a los beneficiarios potenciales de los Programas Operativos o a la ciudadanía de Extremadura. Este tipo de comunicación podrá ser:
 - + ***Directa***: El emisor se comunica directamente con el receptor, sin ningún tipo de intermediario. Este tipo de comunicación será empleada para la difusión de contenidos audiovisuales, folletos y documentos divulgativos generados, y para la celebración de los eventos y jornadas programadas.
 - + ***Indirecta***: El emisor decide comunicar el mensaje mediante intermediarios: los medios de comunicación (radio, televisión, prensa, etc.), las asociaciones, los interlocutores económicos y sociales, las redes especializadas en información o cualquier otro organismo al que se le haya confiado el contenido. Este tipo de comunicación externa será la utilizada en la publicación de anuncios y noticias en medios de comunicación y boletines oficiales.
- La **comunicación mixta**, es decir, la llevada a cabo mediante una combinación de formas que utiliza diversos canales. Este tipo de comunicación será la empleada en el caso de la difusión de buenas prácticas de comunicación, que se desarrollará a través de las páginas web de las Autoridades de Gestión, el Organismo Intermedio de los Programas Operativos y de los propios beneficiarios.

Para implementar este tipo de actuaciones, así como aquellas que deben acompañar el desarrollo de los proyectos por parte de los beneficiarios, de acuerdo al Anexo XII del

Reglamento (UE) nº 1303/2013, se contemplan los siguientes soportes específicos que incluirán la siguiente información sobre la ayuda comunitaria:

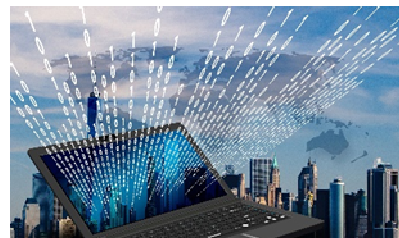
- **Actos públicos:** Se contempla la celebración de actos destinados al lanzamiento de los Programas Operativos.
- **Carteles/Vallas/Placas:** Se contempla la utilización de pósteres, carteles, placas, expositores, stands y vallas con fines publicitarios, para dar a conocer los Programas Operativos, o alguna de sus actuaciones concretas entre la ciudadanía.

Tradicionalmente este tipo de soportes ha contado con una importante capacidad de difusión, situándose únicamente por detrás de los medios de comunicación en lo que se refiere al impacto, particularmente entre las personas más jóvenes y con mayores niveles formativos. -



Dentro de estos soportes se incluirá (junto con el emblema de la Unión y una referencia a la Unión Europea, una referencia al Fondo) un lema (“Una manera de hacer Europa”) y un logo capaz de sintetizar la actuación de los Fondos Europeos en Extremadura.

- **Nuevas tecnologías de la información:** Tratando de aprovechar el amplio potencial que suponen las TIC, particularmente entre la población más joven, se ha tratado de dar un mayor protagonismo a las páginas web de las Autoridades de Gestión y del Organismo Intermedio de los Programas Operativos, así como de los beneficiarios públicos y privados de las actuaciones cofinanciadas por los Programas. Tal y como se ha recogido a lo largo de la presente estrategia, en ellas se tendrá en cuenta, como mínimo:



- ✓ Mencionar la participación de la Unión Europea y de los Fondos Estructurales en las páginas de presentación de las Autoridades de Gestión y en la Web de Fondos Europeos de Extremadura, así como recoger la información detallada de los Programas Operativos y las listas de operaciones.
- ✓ Crear un vínculo a las páginas Web de la Comisión relativas a los Fondos Estructurales y a aquellas otras que resulten de interés.
- ✓ La integración de una breve descripción de la operación cofinanciada y una referencia explícita a la cofinanciación recibida.

- **Publicaciones:** Se publicarán, de forma prioritaria en los sitios web, los principales documentos de referencia sobre los Programas Operativos.
- **Actividades informativas:** Se organizarán jornadas y seminarios de difusión sobre los Fondos Europeos. Adicionalmente, se continuará con los cursos de formación financiados por la Unión Europea, que se han venido manteniendo como vía de comunicación de la contribución de los Fondos Estructurales al bienestar de la población.
- **Medios de comunicación:** El recurso a los medios de comunicación resulta una herramienta de gran eficiencia y en torno a ella se propone la consolidación de actuaciones puestas en marcha en períodos previos (como la publicación de notas de prensa, ruedas de prensa, noticias en prensa escrita), así como la promoción de actividades particulares en el ámbito de las actuaciones cofinanciadas. -



Mención especial merece el “**recurso tecnológico**”, que aparece como el medio idóneo para llegar a los públicos de interés más reticentes a aceptar los mensajes distribuidos por canales tradicionales. La utilización de estos nuevos soportes, que facilitan una comunicación digital y concisa, es una manera amigable de llegar a los destinatarios, utilizando un código cada vez más común. En este sentido, la capacidad multimedia de Internet, que permite utilizar audio, video, fotografías y animaciones, entre otras opciones, hacen más atractivos los mensajes, lo cual resulta especialmente necesario en temas complejos como pueden ser algunos de los relacionados con las políticas y las instituciones comunitarias.

Finalmente, respondiendo a las determinaciones establecidas en el Reglamento (UE) Nº 1303/2013 en cuanto a los **materiales que se pondrán a disposición en formatos accesibles para las personas con discapacidad**, se emplearán subtítulos en los audiovisuales que se elaboren y en todas las medidas que se basen en emisión de imágenes. Asimismo, se adaptarán los productos digitales a los distintos tamaños de pantalla, para que se pueda leer el contenido con independencia del dispositivo que se elija o que se necesite utilizar. Se podrá utilizar además para las publicaciones electrónicas tipos de letra que estén concebidas para lectores con discapacidad visual, y en la medida de lo posible, se emplearán programas de lectura de texto (TTS) que permitan convertir el texto digital a voz sintetizada a través del programa informático adecuado.

Como referencia a la hora de garantizar la accesibilidad a los contenidos digitales, y con el fin de ayudar y facilitar el acceso a la información, es necesario considerar la Resolución

de 3 de septiembre de 2012, de la Dirección General de Industria y de la Pequeña y Mediana Empresa. Dicha Resolución establece la relación de normas UNE aprobadas por AENOR durante el mes de julio de 2012, especificando que la norma UNE 139803:2012 ha sustituido a la norma UNE 139803:2004.

Por todo ello y tomando como base el Real Decreto 1494/2007 en el que se aprueba el Reglamento sobre las condiciones básicas para el acceso de las personas con discapacidad a la sociedad de la información, las administraciones públicas deben cumplir los Criterios de Conformidad de nivel A y AA de las WCAG 2.0 para, de esta forma, poder asegurar que la mayor parte de los usuarios podrán acceder a la información publicada.

4. ORGANISMOS RESPONSABLES EN MATERIA DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

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 de los Programas Operativos de Extremadura 2014-2020, representada por la Subdirección General de Administración del FEDER de la Dirección General de Fondos Comunitarios del Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas y por la Subdirección de Gestión de la Unidad Administradora del Fondos Social Europeo del Ministerio de Empleo y Seguridad Social.
- El Organismo Intermedio de los Programas Operativos, representado por el Servicio de Gestión de Fondos Europeos de la Junta de Extremadura.

Así como, en aquellas medidas que les competen, los beneficiarios.

4.1. CREACIÓN DE REDES E INTERCAMBIO DE BUENAS PRÁCTICAS

Dada la utilidad de las redes de información y publicidad constituidas en el periodo de programación 2007-2013 a nivel nacional, GERIP y GRECO-AGE, y a nivel Europeo, INFORM e INIO, se continuará con la participación en las mismas, así como con la distribución de su contenido por medio de todos los canales de comunicación disponibles.

Las **redes de comunicación GERIP y GRECO-AGE** reúnen a las personas designadas responsables en materia de información y publicidad en España con relación a los Fondos Estructurales. Su funcionamiento reside en el mantenimiento de una fluida comunicación con todos los colectivos implicados en la gestión de los Fondos Europeos y con los potenciales beneficiarios y beneficiarios de los mismos, para garantizar que se cuenta con los mejores proyectos a cofinanciar con dichos fondos, así como de la generación de mecanismos de información al público en general, para que la ciudadanía española esté mejor informada acerca del papel que los fondos procedentes de la Política Regional Europea juegan en la mejora de su calidad de vida.

En **GERIP** participan, bajo la presidencia de las Autoridades de Gestión, los responsables de comunicación de cada uno de los Planes de Comunicación regionales. Su objetivo fundamental es el establecimiento de una Estrategia de Comunicación conjunta, la coordinación de sus participantes a la hora de aplicar esta estrategia, el intercambio de

ideas, la creación de un foro de discusión y la plataforma para la toma de decisiones y orientaciones consensuadas en beneficio de las funciones que los representantes de comunicación de los planes tienen que desarrollar. Asimismo, establece un puente informativo entre los participantes de la red española y la red europea de la Comisión INFORM.

Las redes **INFORM** e **INIO** son las dos redes de comunicación a nivel europeo, para el FEDER y el FSE, respectivamente. En esta última cada estado miembro está representado sólo por las respectivas Autoridades de Gestión. En el caso de la red INFORM a cada reunión están invitadas además de la persona responsable de comunicación de la Autoridad de Gestión, una representación de los responsables de comunicación en las correspondientes redes nacionales (en España, GERIP). Esta representación se asumirá, en principio, de forma rotatoria por las distintas CCAA, que deberán acompañar a la persona de la Autoridad de gestión, cuando les corresponda. No obstante, aquellas regiones que destinen un mayor montante financiero de fondos a la comunicación podrán solicitar su participación en la misma con una asiduidad superior a la que viniese dada por dicha rotación.

La existencia de esta red, junto con **GRECO-AGE** (en la que intervienen los responsables de comunicación de los organismos gestores del FEDER de la Administración General del Estado), ha dado lugar a una mayor toma de conciencia de la importancia de la comunicación entre los diversos participantes de los Programas Operativos. Así, la gestión global de la comunicación de los mismos se caracteriza por la formación de un amplio marco de consideraciones que aglutina a los representantes de todas las instancias de la Administración Nacional (Central, Regional y Local).

Adicionalmente, el responsable de comunicación participará en las redes creadas por la Unión Europea, a fin de garantizar el intercambio de información sobre los resultados de la aplicación de las estrategias de comunicación, el intercambio de experiencia en la aplicación de las medidas de información y comunicación y el intercambio de buenas prácticas, en los términos recogidos en el artículo 117 del Reglamento (UE) Nº 1303/2013.

La importante participación a través de las redes ha representado un elemento muy fructífero para garantizar la pertinencia de las estrategias seguidas y la eficacia del sistema de seguimiento para las mismas, al implicar el compromiso de los diferentes organismos en la utilización de las herramientas diseñadas y los mecanismos de funcionamiento creados. Por ello, se sigue planteando como esencial para la buena marcha de la Estrategia de Comunicación 2014-2020.

4.2. PERSONAS DE CONTACTO RESPONSABLES DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

En lo que respecta a la coordinación de las acciones de esta Estrategia de Comunicación la responsabilidad recae sobre los correspondientes miembros del GERIP.

En concreto, éstas serán asumidas en estrecha colaboración con la responsable en materia de Información y Publicidad de la Autoridad de Gestión, Ángeles Gayoso y el representante elegido por el Organismo Intermedio del Programa Operativo del FEDER de Extremadura 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, por lo que éstas serán las personas de contacto responsables del Plan.

Datos de los representantes de la Autoridad de Gestión y el Organismo Intermedio del PO FEDER y del PO FSE de Extremadura 2014-2020:

Ángeles Gayoso Rico

Vocal Asesora.
Dirección General de Fondos Comunitarios.
Ministerio de Economía y Hacienda.
Pº Castellana, 162 - Plta. 18
Teléfono: 91.583.76.43/44
Fax: 91.583.56.96
Correo-e: Agayoso@sgpg.meh.es

Salvador Vargas Barba

Subdirector General Adjunto de Gestión de la Unidad Administradora del Fondo Social Europeo (UAFSE).
Ministerio de Trabajo e Inmigración.
Tfno.: 91 363 18 00
Fax: 91 363 20 36
Correo-e: uafse@meys.es

Javier Aza Donoso

Servicio de Gestión de Fondos Europeos.
Secretaría General de Presupuestos y Financiación.
Consejería de Hacienda y Administración Pública.
Teléfono: 924 00 57 22
Fax: 924 00 54 18
Correo-e: javier.aza@gobex.es

Datos de los responsables de comunicación de los organismos de los PO FEDER y del PO FSE de Extremadura 2014-2020:

Carmen Zapata Mena

Consejería de Hacienda y Administración Pública.

Teléfono: 924 00 51 63

Correo-e: carmen.zapata@gobex.es

José María Campos Vivas

Consejería de Medio Ambiente, Desarrollo Rural y Políticas Agrarias y Territorial.

Tfno.: 924 00 24 90

Correo-e: josemaria.vivas@gobex.es

Guadalupe Santiago Merino

Área de Educación.

Consejería de Educación y Empleo.

Teléfono: 924 00 77 60

Correo-e: guadalupe.santiago@gobex.es

Juan Francisco García Meleno

Servicio Extremeño Público de Empleo (SEXPE).

Consejería de Educación y Empleo.

Teléfono: 924 02 73 05

Correo-e: juanfrancisco.garcia@extremaduratrabaja.net

Isabel Gutiérrez de la Barreda Mena

Área de Infraestructuras.

Consejería de Economía e Infraestructuras.

Teléfono: 924 33 22 38

Correo-e: Isabel.gutierrezm@gobex.es

Montserrat García García

Área de Economía.

Consejería de Economía e Infraestructuras.

Teléfono: 924 00 55 10

Correo-e: montserrat.garcia@gobex.es

Ricardo Claver Misas

Área de Patrimonio Cultural.
Consejería de Presidencia.
Teléfono: 924 00 85 87
Correo-e: ricardo.claver@gobex.es

Isabel Méndez Sánchez

Instituto de la Mujer de Extremadura (IMEX):
Consejería de Presidencia.
Tfno.: 924 93 05 10
Correo-e: isabel.mendez@gobex.es

Francisca Molano Pérez

Área de Salud.
Consejería de Salud y Política Social.
Teléfono: 924 00 42 42
Correo-e: francisca.molano@gobex.es

Ramona Macías Rico

Servicio Extremeño de Salud (SES)
Consejería de Salud y Política Social.
Teléfono: 924 38 26 67
Correo-e: ramona.macias@salud-juntaex.es

Miguel Simón Expósito

Servicio Extremeño de Promoción de la Autonomía y Atención a la Dependencia (SEPAD).
Consejería de Salud y Política Social.
Teléfono: 924 00 85 35
Correo-e: miguel.simon@gobex.es

Rosa María Alonso Pérez

Área de Política Social.
Consejería de Salud y Política Social.
Teléfono: 924 00 88 31
Correo-e: rosa.alonso@gobex.es

5. PRESUPUESTO INDICATIVO

El montante del presupuesto indicativo recoge el gasto total previsto destinado a la comunicación del FEDER y el FSE, así como del papel de la Unión Europea en Extremadura por parte de todos los Organismos que participan en los Programas Operativos para los que se elabora la Estrategia de Comunicación, independientemente de que los mismos sean o no cofinanciados con Fondos Estructurales, es decir incluyendo en el mismo el recurso a fondos propios.

La cantidad estimada a destinar a comunicación asciende, bajo estos criterios, a un total de **2.833.722 euros**, de los que el 72% (2.040.280 €) se corresponde con FEDER y el 28% (793.442 €) con FSE. Dicho presupuesto corresponde a las actuaciones en materia de comunicación llevadas a cabo por todos los participantes en los Programas.

La elaboración de una Estrategia de Comunicación conjunta para FEDER y FSE y el aprovechamiento de recursos propios, permite aprovechar la generación de economías de escala y sinergias positivas, mejorando la eficiencia del gasto realizado.

6. SISTEMA DE SEGUIMIENTO DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

El sistema de seguimiento de la Estrategia de Comunicación está orientado a cumplir con lo establecido al respecto en los artículos 110, 111 y 116 del Reglamento (UE) Nº 1303/2013. Su objetivo es garantizar que se dispone en todo momento de la información necesaria para atender los requerimientos de la normativa comunitaria.

De acuerdo con ello, el seguimiento se instrumentará a través de tres tipos de actuaciones: los indicadores de comunicación, la información de la evolución de la Estrategia al Comité de Seguimiento y el análisis de dicha evolución realizado en los informes anuales de ejecución de 2016 y 2018 (presentados a su vez al Comité de Seguimiento en las anualidades 2017 y 2019).

- La Autoridad de Gestión, transmitirá al Comité de Seguimiento para su aprobación, a más tardar seis meses después de la adopción de los Programas Operativos FEDER y FSE de Extremadura 2014-2020, la Estrategia de Comunicación de los mismos.

Asimismo, **al menos una vez al año, informará al Comité de Seguimiento acerca de los avances en la aplicación de la Estrategia** (artículo 116.3 del Reglamento (UE) Nº 1303/2013), las actuaciones que haya llevado a cabo en virtud de sus obligaciones reglamentarias, así como de las Buenas Prácticas de actuaciones cofinanciadas llevadas a cabo en ese año en el ámbito de los Programas Operativos. Adicionalmente, respecto a las actividades de comunicación que se tenga previsto llevar a cabo en el año siguiente, éstas serán siempre aquellas que estén ligadas con el avance en la aplicación de los fondos de ese Programa Operativo y la presentación de las buenas prácticas, así como las obligadas para la Autoridad de Gestión.

En todo caso, cada año se presentará un listado de aquellas actuaciones que van más allá de las ligadas a las Buenas Prácticas. Estas últimas se añadirán después de la reunión del Comité del año siguiente. Como ejemplo de lo que deberá aparecer en este listado, estarán las actuaciones obligadas para la Autoridad de Gestión y aquellas otras actuaciones de comunicación como actos generales, videos genéricos, etc., que no están directamente relacionados con la presentación de las Buenas Prácticas de actuaciones cofinanciadas, eje central de esta estrategia. En este listado se recogerá una fecha orientativa para llevar a cabo la actuación que se recoja. El resto de información, como montante, asistentes, en su caso, etc., se recogerá en los correspondientes indicadores de realización y resultados, que se

incluyen en la propia estrategia. Este listado de actuaciones se incluirá como Anexo a la Estrategia en cada año y se completará a posteriori con las correspondientes actuaciones de comunicación ligadas con las Buenas Prácticas presentadas.

En resumen, la información a presentar al Comité de Seguimiento, tras la aprobación de la Estrategia, con carácter anual se concreta en tres elementos esenciales:

- ✦ Las actividades de información y comunicación llevadas a cabo en la anualidad previa.
- ✦ Las operaciones o proyectos que puedan catalogarse como Buenas Prácticas de actuaciones cofinanciadas llevadas a cabo en cada anualidad en el ámbito de los Programas Operativos FSE o FEDER de Extremadura 2014-2020.
- ✦ Las conclusiones y recomendaciones derivadas de los posibles análisis de los resultados que se hayan llevado a cabo. De forma particular en los Comités de Seguimiento de las anualidades 2017 y 2019 se presentarán los informes de ejecución anuales que expondrán y evaluarán los resultados de las medidas de información y comunicación de los Fondos aplicadas conforme a la Estrategia de Comunicación (artículo 111.4.b) del Reglamento (UE) Nº 1303/2013).
- ✦ Las actividades de información y de comunicación que se prevea efectuar el siguiente año. En el caso de considerarse oportuno, el Comité de Seguimiento podrá emitir un dictamen sobre tales actividades.

- Los **Informes Anuales de Ejecución correspondientes a las anualidades 2016 y 2018 (que se presentarán, como se ha referido anteriormente en los Comités de Seguimiento de 2017 y 2019)** recogerán un análisis de la evolución de la Estrategia de Comunicación más detallado cuya elaboración corresponderá al Organismo Intermedio de los Programas Operativos responsables, con la colaboración pertinente de los beneficiarios y las Autoridades de Gestión.
- El **seguimiento de los indicadores de comunicación**. En respuesta a lo establecido en el Anexo XII del Reglamento (UE) Nº 1303/2013, en el Anexo de Indicadores de la presente Estrategia de Comunicación aparecen cuantificadas las previsiones para 2020 en lo que respecta a los indicadores de realización y resultados en materia de información y comunicación.

A estos indicadores habrá que darles cumplimiento a lo largo de la ejecución de los Programas Operativos para alcanzar el reto de incrementar sustancialmente el nivel de conocimiento por parte de la ciudadanía de la política regional implementada a través del FEDER y del FSE.

7. EVALUACIÓN DE LA ESTRATEGIA

El proceso de **evaluación** de la Estrategia de Comunicación tiene la finalidad de valorar el grado de consecución de los objetivos del mismo, es decir, aportar una medida y una valoración de la eficacia e impacto de las medidas de comunicación emprendidas.

Está previsto realizar **dos ejercicios de evaluación** a lo largo del periodo, en el primer semestre de los años **2018** y **2021**, que permitan comprobar si la aplicación de la Estrategia ha logrado aumentar la visibilidad de los Fondos Estructurales, de los Programas Operativos y del papel desempeñado por la Unión, así como valorar la calidad de las acciones desarrolladas.

Dichas evaluaciones serán realizadas por expertos externos funcionalmente independientes de las autoridades responsables de la ejecución de las operaciones cofinanciadas y las actuaciones de información y comunicación.

Las evaluaciones deberán ser presentadas y aprobadas en los correspondientes Comités de Seguimiento de cada uno de los Programas Operativos involucrados, esto es, FEDER y FSE.

Desde un punto de vista **metodológico**, los procesos se adecuarán a los métodos y procedimientos que, a tales efectos, se establezcan en la guía metodológica elaborada por las Autoridades de Gestión. Dicha Guía será el resultado de la revisión y actualización de la *“Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los Programas Operativos FEDER, Fondo de Cohesión y FSE 2007-2013”*, que contará con la participación de los miembros del Grupo de Responsables de Comunicación (GERIP).

La metodología se sustentará, en todo caso, en los **indicadores de evaluación o impacto** definidos para el período 2007-2013, que permitan medir los efectos o consecuencias más a largo plazo de las actuaciones en materia de información y comunicación, y si esos efectos son atribuibles a dichas intervenciones.

- Grado de conocimiento de las obligaciones existentes en la programación, gestión, seguimiento, control, evaluación e información y comunicación; unidad de medida: porcentaje (%). La previsión para el año 2020 es del 80%, partiendo de un nivel del 75% en 2013.
- Tasa de satisfacción, que indique la valoración de los beneficiarios/Organismos Intermedios y/o gestores o partícipes respecto a la información facilitada; unidad de medida: porcentaje (%). La previsión para el año 2020 es del 80%, lo que supone una mejora en relación con el 75,8% observado en 2013.

- Tasa de utilidad de las actuaciones; unidad de medida: porcentaje (%). La previsión para el año 2020 es del 85%, a partir de un nivel considerablemente elevado (82,5%) en 2013.

Asimismo en los que miden el efecto de la visibilidad del FEDER/FSE y de la propia unión europea en la ciudadanía extremeña.

- Grado de conocimiento de los fondos de la Política de Cohesión (FEDER, FSE). La previsión para el año 2020 es del 80% para FEDER (lo que supone un incremento del 7,3% desde 2013, con un valor de base de 74,59%) y 85% para FSE (donde el valor de base es de 80,40%).
- Grado de conocimiento del papel desempeñado por la Unión Europea (%). La previsión para el año 2020 es del 87%, consolidando los valorables resultados obtenidos en 2013 con un incremento del 3,2% a partir de un valor del 84,33%.

Adicionalmente se recogerá en el informe un análisis de las buenas prácticas presentadas hasta el momento, así como de su representatividad sobre el total de la ayuda percibida en el marco de los Programas Operativos.

Los resultados de estas evaluaciones se presentarán en los siguientes informes relativos al Programa Operativo:

- Informes de Evaluación de los programas operativos, cuando estos existan, incluirán como Anexo el último informe de Evaluación de la Estrategia de Comunicación.

Informes de Ejecución Anual de los Programas. Los correspondientes a los años 2018 y 2021 en los que se va a evaluar la Estrategia de Comunicación, contendrán un Anexo con la Evaluación correspondiente.

8. ANEXOS

8.1. ANEXO DE INDICADORES

Los indicadores de seguimiento, elaborados en el seno del GERIP en el período de programación anterior atendiendo a las actividades de información y comunicación incluidas en las diferentes estrategias, constituyen un referente fundamental del seguimiento de la estrategia de comunicación en el período 2014-2020.

Tales indicadores, que se dividen en indicadores de realización y de resultado, gozan, como se desprende de las evaluaciones realizadas del Plan de Comunicación, de un notable nivel de calidad y adecuación para llevar a cabo las tareas de seguimiento. Aspectos que, además, se han visto reforzados tras la superación de las dificultades iniciales, a través del trabajo de concreción metodológica realizado por el propio GERIP y de formación puesto en marcha por el Organismo Intermedio de los PO.

- **ACTIVIDADES Y ACTOS PÚBLICOS.** Se recogen el número de actos de lanzamiento del/los Programas Operativos para los que se elabora la Estrategia 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 Regional Comunitaria en España y Extremadura.

Por lo tanto, dentro de esta categoría se considerarían los seminarios, jornadas, actos de presentación o inauguración de operaciones cofinanciadas, etc., siempre que todo o parte del contenido a tratar en los mismos estuviese referido a cualquier aspecto relacionado con los Fondos Estructurales o la Política de Cohesión.

Los indicadores a cumplimentar relativo a este grupo de acciones son dos:

- (Nº) EVENTOS REALIZADOS.
- (Nº) ASISTENTES A DICHOS EVENTOS. En el caso de grandes eventos en los que se participe (aquellos con una duración extensa de varios días y con una programación amplia y diversa en la que la temática de los Fondos constituya sólo una parte de los contenidos del evento, como es el caso, por ejemplo, de ferias) los asistentes a considerar no deberían ser todos los correspondiente a dicho evento, sino que se estimarán teniendo en cuenta únicamente aquellos que hayan accedido a los contenidos e información proporcionada sobre los fondos.

- **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, noticias y “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.

Es necesario tener especial cuidado en la diferenciación entre nota de prensa, noticia en prensa y anuncio en prensa. En el caso de las notas de prensa emitidas que pasen posteriormente a ser noticias de prensa incluidas en cualquier medio de comunicación, se computará solamente la noticia, teniéndose que eliminar el registro inicial de la nota en la aplicación INFOCO para evitar la doble contabilización.

Asimismo, aquí se incluirán también las publicaciones de licitaciones, bases reguladoras y órdenes de ayuda, convenios, etc. tanto en prensa, como en los diarios oficiales correspondientes, de las operaciones cofinanciables por los POs.

En este grupo de acciones hay que cumplimentar un único indicador:

→ (Nº) ACTOS DIFUSIÓN

- **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 los POs o alguna de sus actuaciones concretas, así como aquellas relacionadas con la Política Regional Europea.

Los indicadores a cumplimentar relativo a este grupo de acciones son tres:

- (Nº) PUBLICACIONES EXTERNAS: computará para cada ejercicio la publicación en sí, y no el número de ejemplares de la misma. La fecha que se señalará sería la correspondiente a la primera de cada anualidad.
- (%) PUBLICACIONES DISTRIBUIDAS/EDITADAS: se señalará el porcentaje de ejemplares que se han distribuido respecto a los editados. En el caso de publicaciones que se puedan descargar, de forma abierta, electrónicamente, este porcentaje será necesariamente del 100%.

- ✦ (Nº) PUNTOS DE DISTRIBUCIÓN: este indicador cuantifica los puntos a los que se distribuye las publicaciones por tipo de destinatario, no el número de puntos dentro de cada uno (por ejemplo: 1. Universidades, 2. Comunidades Autónomas, 3. Cámaras de Comercio, ... y así tantos como se disponga en cada organismo). También se considera, como un punto de distribución más, la difusión electrónica (si se puede descargar la publicación por internet o el envío directo masivo por correo electrónico).
- ✦ Este número es muy estable en el tiempo y es el mismo para todas las actuaciones diferentes. No obstante, en caso de que fuese necesario modificarlo se mantendría el inicial hasta el momento de producirse el cambio, sustituyéndose por el nuevo a partir de esa fecha.
- **INFORMACIÓN A TRAVÉS DE PÁGINAS WEB.** Contabiliza las principales Web utilizadas para la transmisión de información sobre los POs 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 del Organismo Intermedio de los PO regionales responsables de la gestión de los Fondos en las distintas Administraciones regionales, y las correspondientes a beneficiarios públicos.

Es condición necesaria que dichas Web tengan una página específica dedicada a los Fondos Estructurales, en la que se ofrezca información sobre la Política de Cohesión, el Programa Operativo o las actuaciones de dichos Programas Operativos.

Los indicadores a cumplimentar relativo a este grupo de acciones son dos:

- ✦ (Nº) PÁGINAS WEB
- ✦ (Nº) VISITAS

Estos indicadores se cumplimentarán para cada una de las anualidades del período de programación, fechándose la actuación el 31 de diciembre del año en curso.

- **INFORMACIÓN A TRAVÉS DE CUALQUIER TIPO DE CARTELERÍA.** Se recogen los distintos soportes (pósteres, carteles, placas, expositores, stands y/o vallas) utilizados con fines publicitarios, con la finalidad de dar a conocer los Programas Operativos o alguna de sus actuaciones concretas entre la ciudadanía. También se incluirá el material promocional realizado (bolígrafos, carpetas, camisetas, pen-drives, etc.).

En este grupo de acciones hay que cumplimentar un único indicador:

→ (Nº) SOPORTES PUBLICITARIOS

- **INSTRUCCIONES EMITIDAS HACIA LOS PARTICIPANTES DE LOS PROGRAMAS OPERATIVOS.** Se incluye toda la documentación distribuida desde las Autoridades de Gestión y/o el Organismo Intermedio de los PO 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. También se incluyen las emitidas por los gestores.

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.

Tales instrucciones deben entenderse en sentido amplio y podrán consistir en guías metodológicas, indicaciones, informes, correos electrónicos enviados que tengan por objeto aclarar temas o resolver cuestiones relacionadas con la gestión y aplicación de los fondos, etc.

Los indicadores a cumplimentar relativo a este grupo de acciones son dos:

→ (Nº) DOCUMENTACIÓN INTERNA DISTRIBUIDA

→ (%) ORGANISMOS CUBIERTOS. Este indicador mide el porcentaje, respecto al total de entidades afectadas por la documentación, al que se ha distribuido la misma.

- **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 la Estrategia 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.

Los indicadores a cumplimentar relativo a este grupo de acciones son dos:

→ (Nº) REDES FORMALMENTE ESTABLECIDAS PARA PONER EN MARCHA Y LLEVAR A LA PRÁCTICA LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PLASMADA EN LOS DISTINTOS PLANES DE COMUNICACIÓN.

→ (Nº) REUNIONES QUE SE HAN LLEVADO A CABO.

→ (Nº) ASISTENTES A TALES REUNIONES.

En relación con la estimación de los valores a alcanzar por cada uno de los indicadores se ha consensado que se realice a 2020 y se consideren las actividades ejecutadas por los

responsables de las Estrategias de Comunicación y por el Organismo Intermedio de los PO, así como gestores de los Programas Operativos. Dicha cuantificación queda sujeta al principio de proporcionalidad y responde a los objetivos señalados en la tabla adjunta:

Tal y como se ha señalado en el capítulo 6, los indicadores se volcarán en la aplicación INFOCO2014 de la forma más continuada posible, a poder ser cuando se realicen las actuaciones de comunicación.

Tipo Actividad	Indicadores de REALIZACIÓN	Programado	Indicadores de RESULTADO	Programado
1	Actividades y Actos Públicos	386	Asistentes	83.450
2	Acciones de Difusión	608		
3	Publicaciones Externas Realizadas	110	Distribución	100%
			Puntos Distribución	143
4	Páginas Web	3	Visitas	112.000
5	Soportes Publicitarios	1.550		
6	Documentación Interna Distribuida	220	% Organismos Cubiertos	100%
7	Redes de Información y Publicidad	3	Reuniones	84
			Asistentes	34

8.2. PLAN DE ACTUACIONES PARA LOS AÑOS 2015 Y 2016

En respuesta al requisito establecido en el artículo 116.2. del Reglamento (UE) Nº1303/2013, el presente Anexo recoge las actividades de información y de comunicación se prevea efectuar en el siguiente año (2015 y 2016).

Actuación	Público Objetivo	Momento de puesta en marcha. Fecha orientativa
Acto lanzamiento Programa Operativo FEDER	Público en general	17/11/15
Acto lanzamiento Programa Operativo FSE	Público en general	15/03/16
Acto Anual de Comunicación (2015)	Beneficiarios potenciales y público en General	Diciembre 2015 o enero 2016 (elecciones y silencio electoral)
Acto Anual de Comunicación (2016)	Beneficiarios potenciales y público en General	Diciembre 2016
Revista de Investigaciones regionales (años 2015 y 2016) Artículo sobre Fondos Europeos y Política regional en cada uno de los números publicados	Universitarios y público en general	Tres al año en febrero, junio y noviembre
Revista Infondo de difusión de la política regional en España	Público en general	La del año anterior en los primeros meses del año inmediatamente posterior
Creatividad en prensa de la propia Autoridad de Gestión	Público en general	A finales del año 2016
Publicación de la lista de operaciones en el portal web único de la Autoridad de Gestión	Público en general, media y beneficiarios	Actualización semanal, cuando comience la puesta en marcha de las actuaciones
Actualización de la base de datos de Buenas Prácticas de Actuaciones cofinanciadas en el apartado específico de la Web de la Autoridad de Gestión	Público en general	Cuando se vayan presentando por parte de los beneficiarios

Actuación	Público Objetivo	Momento de puesta en marcha. Fecha orientativa
Formación sobre el nuevo período de Programación	Beneficiarios potenciales y técnicos de gestión	Septiembre de 2015 - Mayo 2016

Más adelante se añadirán aquellas actuaciones (actos, videos, difusión en prensa, etc) que se hayan relacionado con las Buenas Prácticas de actuaciones Cofinanciadas presentadas en el año correspondiente.

