



**Gobierno  
de La Rioja**



**“PLAN DE COMUNICACIÓN DEL  
PROGRAMA OPERATIVO  
COMPETITIVIDAD REGIONAL Y EMPLEO  
DE LA RIOJA FEDER 2007-2013”**



Unión Europea

**“Europa: Trabajamos juntos”**

## Índice

1. Presentación .....	3
2. Introducción .....	5
3. Contenido del plan .....	7
3.1.Objetivos y grupos destinatarios .....	7
3.1.1. Objetivos .....	7
3.1.2. Destinatarios .....	8
3.2.Estrategia y contenido de las medidas de información y publicidad .....	9
3.2.1. Actividades previstas .....	10
3.2.2. Medios de difusión .....	19
3.2.3. Características técnicas de las medidas de información y publicidad .....	19
3.3.Presupuesto .....	20
3.4.Organismos responsables de la aplicación del Plan .....	20
4. Sistema de seguimiento del Plan .....	22
5. Evaluación del Plan .....	23
6. Anexo de Indicadores .....	25

## 1. Presentación

El artículo 69 del Reglamento (CE) nº 1083/2006 del Consejo, de 11 de julio de 2006, por el que se establecen las disposiciones generales relativas al FEDER, al FSE y al Fondo de Cohesión establece que la Autoridad de Gestión será responsable de la publicidad del Programa Operativo.

Por su parte, el artículo 2 del Reglamento (CE) nº 1828/2006, de 8 de diciembre de 2006, por el que se establecen las disposiciones generales relativas al FEDER, al FSE y al Fondo de Cohesión señala que la Autoridad de gestión “redactará un plan de comunicación, así como toda modificación importante que se introduzca en él, para el programa operativo del que es responsable”.

El presente documento recoge el Plan de Comunicación del Programa Operativo FEDER de La Rioja 2007-2013

La normativa que se ha tomado en consideración para la elaboración del plan de comunicación son las disposiciones establecidas en los artículos 2 a 10 del Reglamento (CE) nº 1828/2006. Estos artículos hacen referencia a los siguientes aspectos:

- Contenido del plan de comunicación (artículo 2).
- Principios para el análisis de la conformidad del plan (artículo 3).
- Aplicación y seguimiento del Plan (artículo 4).
- Medidas de información para los beneficiarios potenciales (artículo 5).
- Medidas de información para los beneficiarios (artículo 6).
- Responsabilidad de la autoridad de gestión y entidades relacionadas con las actividades de información y publicidad (artículo 7).
- Responsabilidades de los beneficiarios en relación a las medidas de información y publicidad (artículo 8).
- Características técnicas de las medidas de información y publicidad (artículo 9).
- Redes e intercambio de experiencias (artículo 10)

Del mismo modo, se ha tomado en consideración las indicaciones establecidas en el artículo 7 letra d) del Reglamento (CE) nº 1828/2006 que señala que “la lista de beneficiarios, los

nombres de las operaciones y la cantidad de los fondos se publicará electrónicamente o mediante otros medios". En cualquier caso, conforme al artículo 37 apartado 4 del mismo Reglamento, dichos datos "únicamente podrán ser tratados con objeto de dar información y publicidad a las actividades desarrolladas".

El contenido de este plan de comunicación es el siguiente

- Capítulo 2. Introducción. En este apartado se realiza una evaluación de las medidas de información y publicidad realizadas durante el periodo de programación 2000-2006.
- Capítulo 3. Contenido del plan. Este capítulo constituye la parte central del plan, en la medida que establece las medidas concretas a aplicar, los colectivos y el presupuesto. El contenido de este capítulo es el siguiente:
  - Objetivos y grupos destinatarios del plan
  - Estrategia y contenido de las medidas de información y publicidad destinadas a los beneficiarios potenciales
  - Presupuesto indicativo
  - Organismo responsables de la aplicación de las medidas del plan de publicidad
  - Indicación del sistema de evaluación de las medidas de información y publicidad
- Capítulo 4. Sistema de seguimiento del plan. Este capítulo recoge las medidas establecidas para garantizar el seguimiento del plan de comunicación.
- Capítulo 5. Evaluación. Finalmente, en este epígrafe se presentan los mecanismos establecidos para la evaluación de las medidas de información y publicidad.

## 2. Introducción

Este capítulo tiene por objeto efectuar una breve evaluación de las actividades de información y publicidad realizadas durante el periodo de programación 2000-2006.

Para realizar esta valoración se ha tenido en cuenta la información recogida en los siguientes documentos:

- Plan de comunicación incluido en el Complemento de Programa del DOCUP Objetivo 2 de La Rioja 2000-2006.
- Informes anuales de Ejecución del DOCUP Objetivo 2 de La Rioja 2000-2006.
- Evaluación intermedia del DOCUP Objetivo 2 de La Rioja 2000-2006.
- Actualización de la evaluación intermedia del DOCUP Objetivo 2 de La Rioja 2000-2006.

Durante el periodo de programación 2000-2006 se realizaron diversas actuaciones de información y publicidad del DOCUP Objetivo 2 2000-2006 que fueron financiadas tanto a través del propio DOCUP (*medida 6.1. Asistencia técnica*) como a través de recursos propios tanto del Gobierno de La Rioja como de la Administración General del Estado.

Las medidas de información y publicidad que se realizaron fueron las siguientes:

- Se editaron folletos con fichas de información general sobre los Fondos Estructurales en La Rioja para el período 2000-2006.
- El Gobierno de La Rioja dispone de una página Web que presenta información actualizada sobre el DOCUP Objetivo 2 2000-2006, habiéndose publicado las diferentes versiones tanto del DOCUP como del Complemento de Programa.
- La Autoridad de Gestión -Dirección General de Fondos Comunitarios-, dispone de un Portal Web que recogió la información más relevante en lo relativo a la programación, gestión y evaluación de los fondos comunitarios y, en particular, del DOCUP de La Rioja.
- En lo relativo a las inversiones en infraestructuras cuyo coste total superó los 3 0296 millones de euros, se instalaron vallas informativas del tamaño y forma establecido en el Reglamento (CE) nº 1159/2000.

- En el caso de que las inversiones físicas realizadas en empresas, se colocaron placas conmemorativas durante al menos un año.
- En las líneas de ayuda cofinanciadas por el DOCUP Objetivo 2 2000-2006 se señaló de manera expresa la cofinanciación del FEDER.
- En la concesión de ayudas se comunicó a los beneficiarios la participación de la Unión Europea en las ayudas, señalando la cuantía de ayuda comunitaria o el porcentaje de ayuda.
- Los anuncios y publicaciones relativos a actuaciones cofinanciadas llevaron grabado el símbolo de la Unión Europea.
- Publicación de las líneas de ayuda y convocatorias en los medios habituales del Gobierno de La Rioja (Boletín Oficial de La Rioja, página Web del Gobierno de La Rioja, etc.). En todos estos medios se señaló que las operaciones se encontraban cofinanciadas por el FEDER.

Las medidas de información y publicidad desarrolladas han permitido alcanzar los siguientes objetivos:

- Garantizar el cumplimiento de la normativa comunitaria (artículo 34 y 36 del Reglamento (CE) nº 1260/1999 y Reglamento (CE) nº 1159/2000)
- Difundir entre los potenciales beneficiarios las operaciones que se estaban desarrollando con cargo al DOCUP Objetivo 2 2000-2006.
- Informar a los beneficiarios de las actuaciones de la financiación recibida por la Unión Europea.
- Divulgar entre la opinión pública y la población la contribución que la Unión Europea ha realizado a mejorar la competitividad de la economía riojana.

En definitiva, las medidas de información y publicidad adoptadas durante el periodo de programación 2000-2006 deben valorarse satisfactoriamente. Algunas de las actuaciones desarrolladas pueden considerarse como buenas prácticas (vg. página Web) que continuarán desarrollándose durante el periodo de programación 2007-2013.

### 3. Contenido del plan

En este capítulo se detallan de manera pormenorizada los requerimientos establecidos en el artículo 2 del Reglamento (CE) 1828/2006.

Los principales aspectos que se examinan en este capítulo son los siguientes

- Beneficiarios y colectivos destinatarios del plan de comunicación.
- Mecanismos y herramientas establecidos para la difusión y divulgación de las actividades del Programa
- Medidas adoptadas para garantizar el cumplimiento de la normativa comunitaria en la materia
- Presupuesto orientativo
- Organismos responsables de la aplicación de las medidas de información y publicidad
- Sistema de evaluación de las medidas de información y publicidad

#### 3.1. Objetivos y grupos destinatarios

En este epígrafe se detallan los objetivos que se persiguen con el plan de comunicación. Asimismo, se definen los destinatarios de las medidas de información y publicidad propuestas en el plan de comunicación.

##### 3.1.1. Objetivos

Los objetivos que se pretenden alcanzar con el desarrollo del plan de comunicación son los siguientes:

###### *Objetivos estratégicos*

- Difundir entre la opinión pública (ciudadanía, agentes económicos y sociales, ONGs, etc.) el papel desarrollado por la Unión Europea para favorecer el desarrollo económico y mejorar la competitividad de La Rioja
- Proporcionar notoriedad pública a las actuaciones cofinanciadas por el FEDER en La Rioja

- Informar sobre la utilización y destino de los fondos comunitarios utilizados, garantizando la transparencia de la ejecución del Programa.

#### *Objetivos operativos*

- En relación a la opinión pública
  - Favorecer que la población en general disponga de información sobre las actividades que se están desarrollando en el Programa.
  - Proporcionar información sobre el contenido del Programa y sobre la contribución de los Fondos Estructurales a los objetivos definidos en el mismo
  - Garantizar que los interlocutores económicos y sociales y otros agentes relevantes del tejido económico regional dispongan de información sobre las actividades desarrolladas con cargo al Programa.
  - Garantizar que se disponga de información sobre los beneficiarios y los fondos públicos destinados a las operaciones, facilitando la información pública de dicha información.
- En relación a los potenciales destinatarios
  - Favorecer que las actuaciones del Programa se desarrollen con el mayor grado de transparencia posible, fomentando la libre concurrencia de los potenciales beneficiarios
  - Establecer medidas apropiadas para asegurar que las actuaciones lleguen al mayor número posible de potenciales destinatarios
- En relación a los beneficiarios
  - Garantizar que los beneficiarios de las actuaciones sean conscientes del apoyo proporcionado por la Unión Europea a través del FEDER
  - Publicar la lista de beneficiarios para informar sobre la utilización y destino de los Fondos.

### **3.1.2. Destinatarios**

Conforme a los objetivos establecidos en el epígrafe anterior, los principales destinatarios de las actuaciones del plan de comunicación son la población en general.

En cualquier caso, en cada una de las operaciones que se desarrollen se tratará de informar, en primer lugar, a los destinatarios potenciales y, posteriormente, a los beneficiarios de las operaciones cofinanciadas.

Los principales destinatarios a los que se encontrarán dirigidas las actuaciones que se detallan en el presente plan de comunicación son los siguientes:

- Beneficiarios de las actuaciones, ya sean éstos personas físicas, o personas jurídicas.
- Asociaciones profesionales (empresariales, sectoriales, comerciales, etc.)
- Autoridades públicas tanto nacionales y regionales como locales y agencias de desarrollo
- Empresas, centros tecnológicos y centros de investigación
- Agentes económicos y sociales (sindicatos, patronal, etc.)
- Organizaciones no gubernamentales, sobre todo los organismos de promoción de la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres.
- Centros de información sobre Europa y oficinas de representación de la Comisión en los Estados miembros.
- Centros de enseñanza y/o Formación Profesional.
- Medios de comunicación.
- Público, en general.

Dada la amplia y variada tipología de destinatarios de las medidas de información y publicidad, éstas se adaptarán a las características, circunstancias e intereses de los diferentes destinatarios. En cualquier caso, todas las medidas estarán dirigidas a resaltar el papel que juega el FEDER en el desarrollo socioeconómico y en la mejora de la competitividad de la economía de La Rioja.

### **3.2. Estrategia y contenido de las medidas de información y publicidad**

Las medidas de información y publicidad desarrolladas durante el periodo de programación 2000-2006 han resultado adecuadas para informar a los beneficiarios y destinatarios de las

actuaciones cofinanciadas por la Unión Europea para contribuir a la cohesión económica y social de La Rioja.

En el presente periodo de programación se pretende ahondar en los resultados alcanzados durante el periodo de programación precedente, haciendo llegar a la ciudadanía el papel que la Unión Europea está desarrollando en la mejora de la competitividad económica de La Rioja.

En este sentido, las medidas adoptadas en este plan de comunicación están dirigidas a fomentar la transparencia de las actuaciones desarrolladas e incrementar el conocimiento de la población de la contribución que el FEDER está desarrollando para mejorar la competitividad de la economía regional. Por tanto, de esta estrategia deriva el lema elegido para el Programa Operativo “Europa: Trabajamos juntos”.

La estrategia del plan de actuación define las actividades a desarrollar para cumplir los objetivos señalados de manera precedente.

Las medidas de publicidad intentan alcanzar a los colectivos destinatarios señalados, si bien se adaptarán a las particularidades de cada uno de éstos.

En cualquier caso, la estrategia de actuación general está dirigida a utilizar las tecnologías de la información y la comunicación como instrumento principal para alcanzar al mayor número de personas.

Además, se emplearán los medios tradicionales del Gobierno de La Rioja (Boletín Oficial de La Rioja, jornadas de difusión, folletos, etc.) tanto a través de su difusión convencional como a través de medios telemáticos.

### **3.2.1. Actividades previstas**

Con objeto de cumplir los objetivos establecidos en el presente plan, así como de alcanzar a la totalidad de destinatarios de las medidas de información y publicidad, éstas se desarrollarán en tres fases:

- **Fase I. Puesta en funcionamiento del Programa Operativo.** Esta fase está dirigida fundamentalmente a divulgar entre la población en general y los potenciales beneficiarios de las operaciones el contenido del Programa.
- **Fase II. Ejecución del Programa.** En esta fase se informará sobre los resultados que se están desarrollando durante la ejecución de las operaciones.

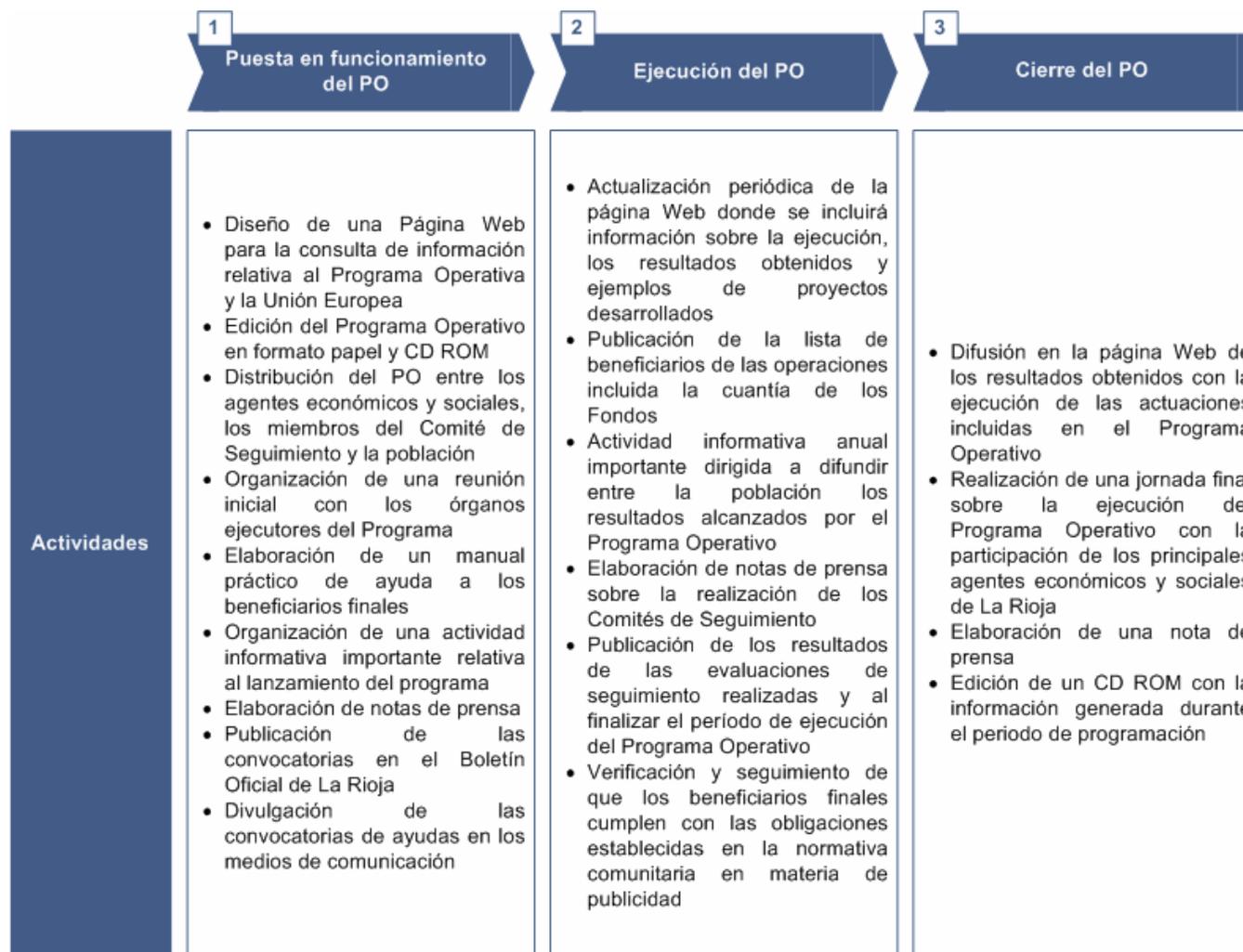
- **Fase III. Cierre del Programa.** Esta fase, que se desarrollará a la finalización del periodo de programación, tendrá por objeto difundir entre la sociedad los resultados finales y el impacto obtenido en el desarrollo de las intervenciones.

La diferenciación entre las diferentes fases mediante un calendario es una cuestión compleja, dado que coexisten en el tiempo. La primera fase abarcará los primeros tres años de ejecución del Programa. La segunda se iniciará una vez transcurrido el primer año. Finalmente la última se desarrollará durante el último año de ejecución del Programa.

A continuación, se presenta un calendario orientativo de las fases en las que se desarrollará el plan de comunicación.

Fases	Año	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
•Fase I. Puesta en funcionamiento del PO			█					
•Fase II. Ejecución del PO			█					
•Fase III. Cierre del PO								█

Del mismo modo, en la siguiente tabla se detallan las tareas que se prevé desarrollar en cada una de estas fases. Como puede comprobarse algunas de las tareas previstas se desarrollará en las tres fases del plan de comunicación.



### ***Fase I. Puesta en funcionamiento del PO***

El objeto de esta primera fase es divulgar el contenido del Programa Operativo tanto entre la población en general como a sus potenciales destinatarios.

Las actividades que se pretenden desarrollar son las siguientes:

- Organización por parte de la Autoridad de Gestión de una actividad anual conjunta para todos los Programas Operativos, con participación de la Comisión, representantes de las mismas y de los responsables regionales, que se llevará a cabo en distintos territorios y en la que se promocionarán los avances registrados en los POs, en particular los del PO Competitividad Regional y Empleo de La Rioja FEDER 2007-2013, y se darán a conocer aspectos relevantes de buenas prácticas en cada período.
- Definir una “imagen corporativa” del PO FEDER de La Rioja 2007-2013. Dicha “imagen corporativa” incluirá los siguientes elementos:
  - Logotipo
  - Imágenes y colores
  - Lema

Esta imagen se empleará en todo el material de comunicación que se realice del Programa Operativo.

Actualmente, este material se encuentra elaborado. A modo de ejemplo se muestra el logotipo elaborado para el PO FEDER La Rioja 2007-2013.



En cualquier caso, esta imagen siempre irá acompañada por la referencia a la cofinanciación del FEDER y al lema “Europa. Trabajamos Juntos”

- Diseño de una página Web en la que se podrá consultar el Programa Operativo. Esta página Web se actualizará periódicamente con los resultados que se obtengan durante la ejecución del Programa Operativo (fase II y fase III).

La información que estará disponible en la página Web será la siguiente:

- Marco Estratégico Nacional de Referencia
- Programa Operativo Competitividad Regional y Empleo
- Informes Anuales de Ejecución
- Evaluaciones operativas, si es el caso, y evaluaciones estratégicas.

La página Web dispondrá de una sección de noticias tanto sobre el Programa Operativo como sobre otras noticias relacionadas con la Unión Europea.

Asimismo, dispondrá de enlaces a las páginas Web de los órganos ejecutores, la Autoridad de Gestión (Dirección General de Fondos Comunitarios), la Comisión Europea y a otros organismos que dispongan de información relevante sobre la Unión Europea y/o los Fondos Estructurales.

En el Portal WEB de la Autoridad de gestión se recogerá también la información básica de la programación, gestión y evaluación del FEDER en La Rioja

- Edición del Programa Operativo tanto en formato CD-ROM como en formato papel. Esta información estará disponible en las dependencias de Consejería de Presidencia y Acción Exterior del Gobierno de La Rioja.

Adicionalmente, se remitirá esta información, entre otras, a las siguientes entidades:

- Miembros tanto permanente como consultivos del Comité de Seguimiento del Programa Operativo
  - Órganos Ejecutores del Programa Operativo
  - Interlocutores económicos y sociales (patronal y sindicatos)
  - Asociaciones sectoriales representativas
  - Cámara de Comercio e Industria de La Rioja
- Organización de una reunión inicial con los órganos ejecutores del Programa para informarles del presente plan de comunicación y de la obligatoriedad de adoptar medidas para su cumplimiento. En esta reunión se les transmitirá entre otra información la versión aprobada del Programa Operativo, el plan de comunicación y los Reglamentos comunitarios.

- Elaboración de un manual práctico de ayuda a los beneficiarios finales que disponga de información sobre los procesos de gestión del Programa: certificaciones, solicitudes de pago, presentación de informes, etc.
- La autoridad de gestión realizará un acto de firma de los distintos Programas Operativos. Este Acto contará con la presencia de altos representantes de la Comisión Europea, de las Administraciones regionales y de la Administración General del Estado
- Organización de una actividad informativa importante relativa al lanzamiento del programa donde se informe a los agentes económicos y sociales y al público interesado, el papel de los Fondos Estructurales en el desarrollo regional, sus objetivos específicos, la participación financiera en el Programa Operativo y su contribución a los objetivos prioritarios definidos en el mismo.

Esta actividad se concretaría en la realización de una jornada de presentación del Programa Operativo a la que se invitaría a los principales agentes económicos y sociales de La Rioja (sindicatos, patronal, Federación de Municipios de La Rioja, asociaciones empresariales y profesionales, Cámara de Comercio, Caja Rioja, etc.). Esta jornada estaría abierta a la población en general con objeto de dar a conocer en profundidad el Programa.

- Elaboración de notas de prensa que se facilitarán a los medios de comunicación sobre las actuaciones financiadas a través del Programa Operativo cuya difusión se considere de especial interés.
- Se vigilará que en las convocatorias de actuaciones que se tenga previsto cofinanciar se incluyan los párrafos siguientes (u otros de similar contenido):

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

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

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

“Este proyecto se cofinancia por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) dentro del PO FEDER de La Rioja 2007-2013”.

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

- Publicación de las convocatorias en el Boletín Oficial de La Rioja haciendo mención expresa de la participación del FEDER en las actuaciones.
- Divulgación de las convocatorias de ayudas en los medios de comunicación (prensa escrita) ofreciendo información sobre las actividades que se ponen en marcha y a qué instancias dirigirse.
- Publicación de folletos, trípticos y otros materiales de promoción

En lo que respecta a los destinatarios potenciales de las operaciones las medidas de información y publicidad le debe permitir recibir información referente a la cofinanciación que cubrirá de manera clara y detallada los siguientes aspectos:

- Las condiciones que han de cumplirse para poder acceder a la financiación en el marco del Programa Operativo.
- La descripción de los procedimientos de examen de las solicitudes de financiación y de los periodos de tiempo correspondientes.
- Los criterios de selección de las operaciones que se van a financiar.
- Los contactos a nivel nacional, regional o local que pueden facilitar información sobre el Programa Operativo.

### ***Fase II. Ejecución del PO***

En esta fase se procederá a proporcionar información a la opinión pública y a los beneficiarios sobre los resultados obtenidos por las operaciones incluidas en el Programa Operativo.

Las actividades previstas son las siguientes:

- Actualización periódica de la página Web donde se incluirá información sobre la ejecución, los resultados obtenidos y ejemplos de proyectos desarrollados. La información proporcionada por el sistema de seguimiento se empleará para dicha actualización. . De esta forma no sólo se informará sobre aspectos financieros relativos al Programa Operativo, sino también sobre los resultados obtenidos con las actuaciones previstas y de las buenas prácticas que se hayan realizado a través del

Programa Operativo, si fuera posible. Asimismo, se actualizará periódicamente el Portal Web de la Autoridad de gestión

- Publicación en la página web de la Autoridad de gestión, en concreto en la de la Dirección General de Fondos Comunitarios ([www.dgfc.sgpgg.meh.es](http://www.dgfc.sgpgg.meh.es)) de la lista de beneficiarios, los nombres de las operaciones y la cantidad de fondos públicos asignada a las operaciones (según ordena el art. 7 ap. d) del R(CE) 1828/2006). La página web del Organismo Intermedio tendrá un enlace a este sitio web.
- Organización por parte de la Autoridad de Gestión de una actividad anual conjunta para todos los POs, con participación de la Comisión, representantes de la misma y de los responsables regionales, que se llevará a cabo en distintos territorios y en la que se promocionarán los avances registrados en los POs , en particular los del Programa Operativo FEDER de La Rioja y se darán a conocer aspectos relevantes de buenas prácticas en cada período
- Asimismo, de manera anual se realizará una actividad informativa importante dirigida a difundir entre la población los resultados alcanzados por el Programa Operativo.

Esta actividad podría concretarse en la realización de una jornada durante la celebración del Comité de Seguimiento en que se expusiera a la opinión pública y a los medios de comunicación los resultados obtenidos por las diferentes operaciones, así como las expectativas sobre el futuro desarrollo del Programa.

- Elaboración de notas de prensa sobre la realización de los Comités de Seguimiento, así como de los resultados obtenidos por el Programa Operativo, para su difusión entre los medios de comunicación.
- Publicación de los resultados de las evaluaciones de seguimiento realizadas y al finalizar el período de ejecución del Programa Operativo se publicará un resumen de los aspectos más relevantes producidos a lo largo de su desarrollo.
- Verificación y seguimiento de que los beneficiarios finales cumplen con las obligaciones establecidas en la normativa comunitaria en materia de publicidad. Para ello, se mantendrá reuniones periódicas con los órganos ejecutores para informarles sobre las medidas de información y publicidad que deben adoptarse.
- La bandera de la Unión Europea será izada delante de la sede de la autoridad de gestión durante una semana, a partir del 9 de mayo. Asimismo, la autoridad de gestión organizará un evento el día de Europa, con motivo del izado de la bandera al que se convocará a los distintos medios de comunicación.

Durante la ejecución de las actuaciones, según las disposiciones establecidas en el artículo 8 del Reglamento (CE) nº 1828/2006, los beneficiarios son los responsables de informar al público sobre la ayuda obtenida de los Fondos.

### ***Fase III. Cierre del PO***

El objetivo de esta fase es la divulgación entre la población de los resultados finales alcanzados en la ejecución del Programa Operativo durante el periodo de programación 2007-2013, así como informar sobre el impacto que la contribución del FEDER ha generado sobre el tejido económico regional.

Las actividades que se prevé desarrollar son las siguientes:

- Difusión en la página Web de los resultados obtenidos con la ejecución de las actuaciones incluidas en el Programa Operativo. Se publicarán entre otras cuestiones los siguientes aspectos:
  - Proyectos desarrollados
  - Buenas prácticas identificadas
  - Listado definitivo de las operaciones incluida la cantidad de fondos asignados.
- Realización de una jornada final sobre la ejecución del Programa Operativo que contará con la participación de los principales agentes económicos y sociales de La Rioja. En esta jornada se dará cuenta de los resultados alcanzados durante el periodo de programación. La jornada estará abierta al público, así como a los medios de comunicación.
- Elaboración de una nota de prensa que se difundirá entre los medios de comunicación para dar a conocer los resultados obtenidos durante el periodo de programación 2007-2013.
- Edición de un CD ROM con la información generada durante el periodo de programación que recoja entre otras cuestiones: Programa Operativo, Informes Anuales de Ejecución, Evaluaciones estratégicas y operativas, así como cualquier otro material que se haya generado en la gestión del Programa, especialmente, aquellos estudios que se hayan desarrollado con cargo a la partida de asistencia técnica.

### **3.2.2. Medios de difusión**

Para cada una de las medidas de información propuestas con anterioridad se emplearán aquellos medios de comunicación que resulten más adecuados (prensa escrita, radio, TV, etc.).

En cualquier caso, se realizará especialmente las Tecnologías de la Información y la Comunicación en línea con el impulso que desde el Gobierno de La Rioja se está proporcionando a la administración electrónica.

Las páginas Web se constituirán en un instrumento principal de divulgación y transmisión de información tanto a los potenciales destinatarios como a la población en general.

Del mismo modo, también se emplearán los instrumentos institucionales propios de las Administraciones implicadas en este Plan de Comunicación: publicación de convocatorias en sus respectivos Boletines Oficiales, jornadas de difusión, folletos, etc.

Para la ejecución del Plan de comunicación se tratará de contar con el apoyo de los principales agentes económicos y sociales de La Rioja, especialmente, sindicatos, patronal, asociaciones profesionales, Federación de Municipios, etc.

Estas entidades emplearán los medios de los que dispongan para informar a la población sobre el Programa Operativo: carteles anunciadores, anuncios en prensa, revistas, etc.

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

### **3.2.3. Características técnicas de las medidas de información y publicidad**

Para la realización de las acciones de información y publicidad se emplearán los elementos detallados en el artículo 9 del Reglamento (CE) nº 1828/2006. Los elementos que se emplearán serán los siguientes:

- El emblema de la Unión Europea conforme a las normas gráficas recogidas en el anexo I del Reglamento 1828/2006, así como la referencia a la Unión Europea.
- La referencia en el caso del FEDER al “Fondo Europeo de Desarrollo Regional”.
- Una declaración elegida por la autoridad de gestión en la que se destaque el valor añadido de la intervención de la Comunidad. En principio esa declaración sería

*“Europa: Trabajamos Juntos”, aunque los Organismos de la AGE, con competencias en este Programa Operativo utilizarán con preferencia “Una manera de hacer Europa”.*

Estas disposiciones no serán de aplicación en artículo promocionales de pequeño tamaño.

### **3.3. Presupuesto**

Los gastos de información y publicidad del Programa Operativo se contabilizarán dentro del *eje 5. Asistencia técnica* del propio Plan Operativo.

La asignación prevista por parte de la Dirección General de Acción Exterior del Gobierno de La Rioja para la realización de estas tareas estará entorno a los 20.000 euros para el período 2007-2013, con una cofinanciación del FEDER del 50%.

Por su parte, los organismos ejecutores financiarán con su propio presupuesto ciertos gastos de difusión y publicidad realizados por ellos con cargo a cada actuación de acuerdo con lo establecido en la normativa comunitaria.

El Presupuesto indicativo que se presenta se adecua totalmente a los objetivos y los medios propuestos en el Plan, así como a los resultados esperados de la puesta en práctica del mismo. Asimismo, a la hora de elaborar el presupuesto de las acciones de información y publicidad en este Plan de Comunicación, existe una coherencia global entre el presupuesto total del mismo y la dotación de asistencia técnica asociada a los Programas Operativos, puesto que ésta se ha previsto incluyendo el montante destinado a la comunicación junto a otras actuaciones ligadas con la evaluación e incluso con el propio seguimiento de los Programas Operativos y, en su caso, con gastos de las propias Administraciones y/o con otros gastos en otros ejes

### **3.4. Organismos responsables de la aplicación del Plan**

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

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

Así como en aquellas medidas que les competen

- Aquellos Organismos Intermedios que aparecen en el Programa Operativo del FEDER, designados por la AGE
- Los órganos ejecutores del Gobierno de La Rioja encargados de la ejecución de las diferentes operaciones.
- Los beneficiarios

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

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

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

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

- En lo que respecta a la coordinación de las acciones de este Plan de Comunicación la asumirán, en estrecha colaboración con la responsable en materia de información y publicidad de la autoridad de gestión, D<sup>a</sup> Ángeles Gayoso, el representante elegido por el Organismo Intermedio del Programa Operativo del FEDER de La Rioja para formar parte del grupo constituido al efecto con las representantes de las autoridades de gestión y los de los organismos intermedios de las distintas Administraciones Regionales, D<sup>a</sup> Cristina Salinas García, por lo que éstas serán las personas de contacto responsables del Plan.

D<sup>a</sup> Ángeles Gayoso Rico

Vocal Asesora

Dirección General Fondos Comunitarios

Ministerio de Economía y Hacienda

Tfno 34-91.583.76.43

Email [agayoso@sgpg.meh.es](mailto:agayoso@sgpg.meh.es)

D<sup>a</sup> Cristina Salinas García

Directora General de Acción Exterior

Dirección de Acción Exterior

Consejería de Presidencia (Gobierno de La Rioja)

Tfno : 941291758

Fax : 941291773

Email [rebeca.fernandez@larioja.org](mailto:rebeca.fernandez@larioja.org)

## 4. Sistema de seguimiento del Plan

El sistema de seguimiento de las medidas del Plan de Comunicación estará orientado a cumplir con lo establecido en el artículo 4 del Reglamento (CE) N° 1828/2006, por lo que su principal objetivo será garantizar que se dispone en todo momento de la información necesaria para atender los requerimientos de la normativa comunitaria.

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

- [Comunicación de información a los Comités de Seguimiento.](#)

Los Comités de Seguimiento del Programa Operativo FEDER de La Rioja recibirá información anual de la Autoridad de Gestión sobre:

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

- Las medidas del Plan llevadas a cabo;
  - Los medios de comunicación utilizados;
  - El grado de ejecución física y financiera del Plan (indicadores de seguimiento);
  - El contenido de cualquier modificación importante del Plan.
- **Inclusión de información en los informes anuales y final de ejecución de los Programas Operativos**

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

- Las medidas de información y publicidad llevadas a cabo en el marco del Plan de Comunicación;
- Los medios de comunicación utilizados;
- Las disposiciones relativas a la publicación, electrónica o por otros medios, de la lista de beneficiarios, operaciones y fondos públicos asignados<sup>1</sup>;
- El grado de ejecución física y financiera de las medidas del Plan (indicadores de seguimiento);
- El contenido de cualquier modificación importante del Plan de Comunicación.

## 5. Evaluación del Plan

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

---

<sup>1</sup> La publicación, electrónica o por otros medios, de la lista de los beneficiarios, los nombres de las operaciones y la cantidad de fondos públicos asignada a las operaciones constituye un deber de la Autoridad de Gestión, recogido en el art.7.2.d) del Reglamento (CE) Nº 1828/2006 y se plasmará en la publicación al menos en las páginas Web de las autoridades de gestión. El presente Plan de Comunicación ha tenido en cuenta este imperativo de la normativa comunitaria, previendo la publicación de dicha lista como una medida de esta Plan de Comunicación

Está previsto realizar **dos ejercicios** de evaluación a lo largo del periodo, en los años 2010 y 2013, que permitan comprobar si la aplicación del Plan ha logrado aumentar la visibilidad de los Fondos Estructurales, de los Programas Operativos y del papel desempeñado por la Unión.

Ambas evaluaciones se realizarán en el marco de las evaluaciones generales de los Programas, presentándose como anexos a las mismas, cuando se haya llevado a cabo una evaluación general en dichos años o como una evaluación específica siguiendo la **metodología de evaluación** que se establezca en la guía metodológica que la Autoridad de Gestión elaborará a estos efectos, junto con la relativa a la evaluación general y que será objeto de consenso en el marco del grupo de responsables de comunicación constituido al efecto.

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

- **Informes de Evaluación del Programa Operativo**

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

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

Los informes de ejecución anual correspondientes a los años en que se evalúe el Plan de Comunicación (2010 y 2013) contendrán un capítulo que recoja los principales resultados de la evaluación del Plan de Comunicación, tal y como establece el art 4.2 del Reglamento (CE) Nº 1828/2006.

## 6. Anexo de Indicadores

INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN				
PLAN DE COMUNICACIÓN DE LA RIOJA (FEDER)				
TIPOS DE ACTIVIDADES	INDICADORES DE REALIZACIÓN		INDICADORES DE RESULTADOS	
1. ACTIVIDADES Y ACTOS PÚBLICOS	<u>(Nº) EVENTOS REALIZADOS</u>	125	(Nº) ASISTENTES	8.125
2. DIFUSIÓN EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN	<u>(Nº) ACTOS DIFUSIÓN</u>	41		
3. PUBLICACIONES REALIZADAS	<u>(Nº) PUBLICACIONES EXTERNAS</u>	52	(%) PUBLICACIONES DISTRIBUIDAS/EDITADAS	95
			(Nº) PUNTOS DE DISTRIBUCIÓN	28
4. INFORMACIÓN A TRAVÉS PÁGINAS WEB	<u>(Nº) PÁGINAS WEB</u>	2	(Nº) PROMEDIO ANUAL VISITAS	85.000
5. INFORMACIÓN A TRAVÉS DE CUALQUIER TIPO DE CARTELERA	<u>(Nº) SOPORTES PUBLICITARIOS</u>	131		
6. INSTRUCCIONES EMITIDAS HACIA LOS PARTICIPANTES EN LOS PROGRAMAS OPERATIVOS	<u>(Nº) DOCUMENTACIÓN INTERNA DISTRIBUIDA</u>	26	(%) ORGANISMOS CUBIERTOS	100
7. REDES DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD.	<u>(Nº) REDES</u>	2	(Nº) REUNIONES	37
			(Nº) ASISTENTES	91

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

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

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

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

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

### **3. Publicaciones realizadas**

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

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

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

5. Información a través de cualquier tipo de cartelera

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

6. Instrucciones emitidas hacia los participantes de los programas operativos

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

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

7. Redes de información y publicidad

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

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

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

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