

Estrategia de Comunicación del Programa Operativo FSE La Rioja 2014-2020



Versión Mayo 2016

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	3
2. SITUACIÓN DE PARTIDA: RESULTADOS DE LAS EVALUACIONES DEL PERIODO 2007-2013 Y LECCIONES APRENDIDAS	4
3. ALCANCE Y CONTENIDO DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	8
3.1. OBJETIVOS.....	8
3.2. GRUPOS DESTINATARIOS	9
3.3. CONTENIDO DE LAS MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD	9
3.4. ACTUACIONES A DESARROLLAR POR PARTE DE LOS BENEFICIARIOS Y FÓRMULAS PREVISTAS PARA AYUDAR A LOS MISMOS EN SUS ACTUACIONES DE COMUNICACIÓN	11
3.5. LAS HERRAMIENTAS A UTILIZAR.....	12
4. ORGANISMOS RESPONSABLES EN MATERIA DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN	13
4.1. CREACIÓN DE REDES E INTERCAMBIO DE BUENAS PRÁCTICAS	13
4.2. PERSONAS DE CONTACTO RESPONSABLES DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN.....	13
5. PRESUPUESTO INDICATIVO	14
6. SISTEMA DE SEGUIMIENTO DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	15
7. EVALUACIÓN DE LA ESTRATEGIA	16
8. ANEXO DE INDICADORES	17

1. INTRODUCCIÓN

El periodo de programación 2007-2013 generalizó una política de comunicación en la gestión de los fondos gracias a la elaboración de una estrategia de comunicación coordinada con todos los agentes involucrados en la aplicación de los Programas Operativos. La Estrategia de Comunicación de los Fondos Estructurales en España ha sido posible en un marco de colaboración en el que han intervenido las Autoridades de Gestión de los POs y las Comunidades Autónomas y que se ha instrumentado en el seno de las redes del GERIP (Grupo Español de Responsables en materia de Información y Publicidad) garantizando la homogeneidad de todas las estrategias de comunicación.

Muchos de los elementos que se recogen en el nuevo periodo de programación son continuistas respecto al periodo 2007-2013, si bien se han introducido cambios para garantizar una mayor transparencia, simplificación y mejor acceso a la información.

Para el periodo 2014-2020 se identifican los destinatarios y sus responsabilidades, se contemplan medidas de información y comunicación según cada uno de los grupos además del contenido mínimo que debe tener la estrategia con descripción del enfoque, responsables, presupuesto, seguimiento y evaluación.

Al igual que en el periodo anterior, se mantiene la obligación de informar a la ciudadanía en general y a los beneficiarios sobre el papel desempeñado por la Unión Europea a través de los fondos estructurales, los resultados obtenidos y las oportunidades de financiación que ofrecen los programas operativos.

Esta Estrategia de Comunicación ha sido elaborada atendiendo a las exigencias establecidas en los artículos 115, 116 y 117 además del Anexo XII del Reglamento (UE) Nº 1303/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo de 17 de diciembre de 2013 así como a las pautas e índice acordados en el marco del Grupo Español de Responsables en materia de Información y Publicidad (GERIP).

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

Las medidas de información y publicidad del Programa Operativo FSE 2007-2013 de La Rioja se establecieron en el documento *“Plan de Publicidad del Programa Operativo Competitividad Regional y Empleo FSE de La Rioja 2007-2013”*.

Las medidas de información y publicidad se desarrollaron desde una doble perspectiva:

- En primer lugar, difundir las actuaciones que se estaban desarrollando para fomentar la participación de los potenciales beneficiarios, remarcando la contribución comunitaria al desarrollo de éstas.
- En segundo lugar, informar a los beneficiarios de la financiación del FSE en las actuaciones en las que habían participado.

Las evaluaciones se realizaron por equipos evaluadores externos e independientes siguiendo lo establecido en la *“Guía metodológica de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER, Fondo de Cohesión y FSE 2007-2013”* elaborada en el GERIP como marco de referencia.

Los resultados de estas evaluaciones se presentaron en los informes de ejecución anual (2010 y 2013) en los Comités de Seguimiento correspondientes.

La **evaluación intermedia** (2010) del Plan de Comunicación del Programa Operativo FSE de La Rioja 2007-2013 tenía como objetivo analizar la evolución de la ejecución, resultados e impacto. Además, y teniendo en cuenta que se trataba de una evaluación intermedia, tenía la finalidad de estimar la idoneidad de la estrategia del Plan, los problemas derivados de la ejecución de las medidas, la adecuación de presupuesto en aras a lanzar las consideraciones y recomendaciones pertinentes que contribuyeran a mejorar la ejecución del Plan de Comunicación, vigente hasta el año 2013.

Entre las conclusiones y recomendaciones se recogía:

- La dificultad del análisis presupuestario y de su proporcionalidad, ya que los datos consultados en la aplicación informática aportaban montantes de gasto estimado que no reflejaban la realidad con exactitud. Esto supuso una reprogramación de las previsiones que se realizaron al principio del periodo del PO 2007-2013 en cuanto a indicadores y presupuesto que fueron presentados en el Comité de Seguimiento de 2012, valorada muy positivamente en la evaluación final.
- Respecto a los canales para transmitir la información, se sugirió intentar conseguir una mayor implicación en la difusión de noticias relacionadas con los Fondos Europeos y lograr transmitir el mensaje con un lenguaje más cercano a la ciudadanía, sin dejar de cumplir las obligaciones en materia de información y publicidad. En este sentido se mejoró la

contribución realizada por todos los agentes en cuanto a que los indicadores de “Difusión en medios de comunicación” o “Publicaciones realizadas” superaron los porcentajes establecidos al inicio del periodo de programación.

- La necesidad de un mayor esfuerzo por transmitir a los beneficiarios últimos la cofinanciación de las acciones de las que participaban para, de esta forma, concienciar de la importancia de los Fondos Europeos. En este sentido, se valoró positivamente el establecimiento de un plan anual de visitas in situ. Además, la evaluación final estableció, en su análisis de seguimiento y aplicación de las recomendaciones y conclusiones de la evaluación intermedia, que los aspectos de información y publicidad estaban cada vez más asentados en el día a día de todos los agentes intervinientes en el Plan de Comunicación.

La evaluación final de 2013 concluyó que se habían tenido en cuenta todas las recomendaciones realizadas en la evaluación intermedia de 2010, lo que reflejaba un esfuerzo considerable de mejora en el ámbito de la comunicación.

La evaluación final (2013) se centró en analizar la ejecución, resultado e impactos del Plan con la finalidad de estimar la idoneidad de la estrategia de los mismos en relación con los objetivos formulados.

- Con respecto al avance en el desarrollo de la estrategia de comunicación y en lo referido a la dotación de medios económicos, se recomendó que se revisara tanto la metodología de estimación de lo realmente gastado, como el presupuesto asignado para las medidas de información y publicidad para que reflejara más fielmente el montante necesario y fuera un importe más realista para poner en marcha las actuaciones que se pudieran prever en la Estrategia de Comunicación.
- En 2012 se crea la aplicación informática “INFOCO” para el seguimiento y la evaluación de los indicadores de información y publicidad con dificultades de aplicación para FSE contrarrestando aquella con una base de datos excell para el seguimiento de los indicadores. Está prevista la mejora y adaptación de la herramienta.
- Se concluyó que el Principio de Igualdad de Oportunidades se había considerado en la ejecución de las medidas de información y publicidad a pesar de no haber estado formulado de manera explícita en la estrategia del Plan de Comunicación. La aportación de la Red de Políticas de Igualdad y su participación en la misma facilitó la inclusión de la perspectiva de género. En la Estrategia de Comunicación para el periodo 2014-2020 se incluye la consideración del Principio de Igualdad de Oportunidades para un mejor seguimiento y evaluación de la aplicación del mismo tomando como consideración las recomendaciones realizadas en la *“Guía Práctica de Comunicación con perspectiva de género en los Fondos”* elaborada por el Instituto de la Mujer.
- Se han presentado 6 Buenas Prácticas en los diferentes Informes Anuales si bien se ha constatado la dificultad de identificación de BBPP adicionales.

- El nivel de ejecución alcanzado por los indicadores de realización y de resultado en materia de comunicación alcanzó valores que superaban los valores previstos en la práctica totalidad de los casos lo que evidenciaba que las expectativas formuladas a comienzo de periodo se han visto superadas.
- Se valoró positivamente la existencia de instrucciones, jornadas, manuales, documentación etc. a los órganos encargados de la gestión y ejecución de las actuaciones en materia de gestión, seguimiento, control, evaluación e información y publicidad. Este hecho redundó en el óptimo cumplimiento de las obligaciones en materia de publicidad y, por ende, en una mayor difusión de las actuaciones cofinanciadas por la UE.
- En cuanto al impacto alcanzado por las actuaciones de comunicación respecto al *“Grado de conocimiento de las obligaciones existentes en la programación, gestión, seguimiento, control evaluación e información y publicidad”* se obtuvo un porcentaje superior al 80% ¹, resultado que se pudo evaluar como muy positivo.

El resultado obtenido del 79,15%¹ a la hora de calcular la *“Tasa de satisfacción que indica la valoración de los beneficiarios, gestores y/o partícipes respecto a la información facilitada”* fue positivo en cuanto se consiguió incrementar en ocho puntos en las tres últimas anualidades.

Respecto al impacto alcanzado por las actuaciones de comunicación en el *“Grado de conocimiento del Fondo Social Europeo”* en la población en general, el resultado obtenido fue de un 74,15% ¹. Mientras el *“Grado de conocimiento del papel desempeñado por la Unión Europea”* alcanzó el 81,57% ¹.

En cualquier caso la evaluación final concluyó el esfuerzo considerable realizado para tener en cuenta las recomendaciones realizadas en la Evaluación Intermedia 2010.

Lecciones aprendidas

En cuanto a la reprogramación financiera del Plan de Comunicación, subsanando el problema de la estimación de los montantes económicos detectados en la Evaluación de 2010, se ha tenido en cuenta la metodología aplicada entonces para el periodo 2014-2020 y evitar, en la medida de lo posible, la revisión del montante de cara al final del periodo de programación. Lo mismo ocurre con los indicadores de realización y de resultado cuya ejecución sobrepasó la programación de los indicadores.

Se ha realizado una importante labor de concienciación sobre las medidas de comunicación y publicidad además de mejorar el sistema de seguimiento de las medidas que han permitido una adecuada recogida de los indicadores. En este sentido se ha alcanzado un importante grado de implicación por parte de los órganos gestores en esta materia, lo que ha facilitado la recogida y registro de las actuaciones y actos de comunicación.

¹ Evaluación Final del Plan de Comunicación del PO del FSE 2007-2013 de La Rioja.

La detección de Buenas Prácticas ha supuesto una importante herramienta de gestión y de intercambio de experiencias. El GERIP definió los criterios de buenas prácticas de actuaciones cofinanciadas para la identificación y presentación de las mismas. Sin embargo se ha plasmado la dificultad a la hora de identificarlas resultando necesario un mayor énfasis en las mismas en el nuevo periodo de programación.

3. ALCANCE Y CONTENIDO DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

Este capítulo constituye el punto central de la Estrategia de Comunicación. En él se establecen los grupos destinatarios, las medidas concretas para cada uno de ellos y herramientas a aplicar.

3.1 OBJETIVOS

Los principales objetivos que se pretenden alcanzar con la Estrategia de Comunicación son los siguientes:

- Proporcionar información sobre el contenido del Programa Operativo y sobre la contribución del FSE.
- Establecer las medidas adecuadas para llegar a las personas beneficiarias y beneficiarias potenciales de cada una de las acciones previstas en el Programa Operativo, así como al público en general.
- Conseguir que las actuaciones incluidas en el Programa Operativo se desarrollen con el mayor grado de transparencia, fomentando la libre concurrencia de las personas beneficiarias y beneficiarias potenciales.
- Garantizar la notoriedad de la actuación del FSE, del Gobierno de La Rioja y de las entidades colaboradoras.
- Informar a la opinión pública sobre el papel que desempeña la Unión Europea a favor de las actuaciones contempladas en el Programa Operativo.

En todas las actuaciones incluidas en esta Estrategia se tendrán en cuenta la aplicación del Principio de Igualdad de Oportunidades. Se utilizará para ello un lenguaje e imágenes inclusivas y no sexistas sin caer en estereotipos ni clichés.

Se presentarán **buenas prácticas de actuaciones** por los beneficiarios del FSE, conforme a los criterios señalados en la *“Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los PO FEDER, Fondo de Cohesión y FSE 2007-2013”* aprobada en el GERIP y de esta forma, se medirá el impacto cualitativo de las actuaciones de comunicación.

A través de GERIP se han adoptado unos criterios que faciliten la identificación y permitan la selección de buenas prácticas de entre las que se verifiquen los siguientes puntos:

1. La actuación ha sido convenientemente difundida entre los beneficiarios, beneficiarios potenciales y el público en general.
2. La actuación incorpora elementos innovadores.
3. Adecuación de los resultados obtenidos a los objetivos establecidos.

4. Contribución a la resolución de un problema o debilidad detectada en el ámbito territorial de ejecución.
5. Alto grado de cobertura sobre la población a la que va dirigida.
6. Consideración de los criterios horizontales de igualdad de oportunidades y no discriminación, así como responsabilidad social y de sostenibilidad ambiental.
7. Sinergias con otras políticas o instrumentos de intervención pública.

3.2 GRUPOS DE DESTINATARIOS

La presente Estrategia de Comunicación va enfocada a estos cuatro grupos de destinatarios:

Beneficiarios

El Reglamento UE 1303/2013 define el beneficiario como *“un organismo público o privado responsable de iniciar o de iniciar y ejecutar las operaciones”*. La Estrategia de Comunicación presenta medidas que tienen como finalidad facilitar la información para una gestión transparente, eficaz y eficiente.

Beneficiarios potenciales

Se incluyen a los organismos públicos o privados con competencias o interés en la gestión o ejecución de proyectos que puedan optar a las líneas de financiación en el marco del Programa Operativo.

La Estrategia contempla medidas con objeto de informar de las oportunidades de financiación que el Programa Operativo ofrece, además de los requisitos y obligaciones para optar a las ayudas.

Agentes difusores

Se trata de agentes, públicos o privados, que sin tener la consideración de beneficiarios o potenciales beneficiarios, sirven de apoyo para la difusión de medidas de información y comunicación, como las asociaciones sin ánimo de lucro, asociaciones sociales o empresariales, medios de comunicación etc.

Público en general

La ciudadanía, en su conjunto, y, en particular, la sociedad riojana con medidas destinadas a informar sobre la existencia del Programa Operativo, aumentando la visibilidad del papel que juega el FSE en el desarrollo económico y social de La Rioja.

3.3 CONTENIDO DE LAS MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

Este apartado resume las principales actuaciones en función de los distintos grupos destinatarios.

Medidas para los Beneficiarios:

1. La autoridad nacional de gestión elaborará una herramienta y directrices para descarga de todos los logotipos de escala comunitaria, nacional y autonómica en los formatos habituales, el diseño de placas (permanentes y definitivas), carteles, folletos y documentación de todo tipo.
2. Envío de comunicaciones/recordatorio de las obligaciones en materia de información y publicidad.
3. 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 tiene previsto cofinanciar por el Fondo Social Europeo (FSE).

“Esta resolución/adjudicación supone su aceptación a ser incluido en la lista pública que se recoge en el artículo 115, apartado 2 del Reglamento (UE) 1303/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo de 17 diciembre de 2013”.
4. Información y comunicación sobre la evolución, avance y procesos de evaluación de las actuaciones incluidas en el Programa Operativo a través de los Informes Anuales de Ejecución.
5. Presentación y difusión de Buenas Prácticas: en este periodo se impulsará la presentación de buenas prácticas como modo de mejorar la percepción del FSE.

Medidas para los Beneficiarios potenciales:

1. En las convocatorias de actuaciones que vayan a ser cofinanciadas mediante el Programa Operativo se incluirá el párrafo siguiente (u otro de similar contenido):

“Este proyecto se tiene previsto cofinanciar por el Fondo Social Europeo (FSE).
2. Velar porque en las convocatorias de actuaciones que se tenga previsto cofinanciar se incluya el párrafo siguiente (u otro de similar contenido):

“Si finalmente es aceptada su propuesta va a aparecer en la lista pública prevista en el artículo 115, apartado 2 del Reglamento (UE) 1303/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo de 17 diciembre de 2013”
3. 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 tiene previsto cofinanciar por el Fondo Social Europeo (FSE).

“Esta resolución/adjudicación supone su aceptación a ser incluido en la lista pública que se recoge en el artículo 115, apartado 2 del Reglamento (UE) 1303/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo de 17 diciembre de 2013”.
4. Publicación de las órdenes y/o convocatorias en los Boletines Oficiales y en el portal web.
5. Publicación de notas de prensa en la página web del Gobierno de La Rioja.
6. Difusión del Programa Operativo y la Estrategia de Comunicación a través de la web del Gobierno de La Rioja.

Medidas para el público en general:

1. La Autoridad de Gestión creará un sitio web único que recogerá la información sobre los diferentes programas operativos y en el que se incluirán los enlaces a todos los Organismos intermedios y beneficiarios públicos de España.
2. Publicación electrónica de la lista de operaciones tanto en la web de la autoridad nacional de gestión como en la web del Gobierno de La Rioja con arreglo a lo establecido en el Reglamento 1303/2013.
3. La autoridad nacional de gestión organizará un acto anual conjunto para todos los programas operativos, con participación de la Comisión, autoridades nacionales y regionales.
4. Presentación pública de la aprobación del Programa Operativo FSE de La Rioja 2014-2020.
5. Difusión del Programa Operativo FSE de La Rioja 2014-2020 y la Estrategia de Comunicación a través de la página web del Gobierno de La Rioja.

Medidas para Agentes difusores:

1. Notas, ruedas de prensa y comunicados relacionadas con la aprobación del Programa Operativo FSE de La Rioja 2014-2020, así como con su desarrollo.

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

El beneficiario se asegurará de que todas las partes intervinientes en la operación son informadas de la financiación procedente del FSE.

Logotipos y referencias al Fondo:

En todas las medidas de información y comunicación se insertará el emblema, según el artículo 115, apartado 4 del Reglamento 1303/2013 y una referencia a la Unión Europea.

Se realizará una referencia al Fondo que da apoyo a la operación.

Cualquier documento relacionado con la ejecución de la operación que se destine al público o a los participantes, deberán contener una mención expresa de que el Programa Operativo ha recibido apoyo del FSE.

Páginas web:

El beneficiario informará al público del apoyo obtenido de los Fondos a través de su página web, en caso de que la tuviera, en la que se incluirá una breve descripción de la operación, objetivos, resultados, y destacando el apoyo financiero de la Unión.

Carteles:

Se colocará un cartel con información sobre el proyecto (de un tamaño mínimo A3) en el que mencionará la ayuda financiera recibida en un lugar visible para el público.

En todos los carteles, sean temporales o permanentes, se incluirán los objetivos temáticos con arreglo a estas definiciones:

- OT 1. "Promover el desarrollo tecnológico, la innovación y una investigación de calidad"
- OT 2. "Garantizar un mejor uso de las tecnologías de información"
- OT 3. "Conseguir un tejido empresarial más competitivo"
- OT 4. "Conseguir una economía más limpia y sostenible"
- OT 5. "Frenar el cambio climático"
- OT 6. "Contribuir a la conservación del medio ambiente y el patrimonio cultural"
- OT 7. "Lograr un transporte sostenible"
- OT 8. "Conseguir formación y un empleo de calidad"
- OT 9. "Promover la igualdad, la salud y la inclusión social"
- OT 10. "Conseguir una educación de calidad".

Cuando se trate de beneficiarios privados, siempre y cuando estos no puedan cumplir de forma estricta las obligaciones recogidas en el Anexo XII del Reglamento (UE) 1303/2013, el Organismo Intermedio y/o Autoridad de Gestión buscarán vías para garantizar que el público conozca que el beneficiario ha recibido la ayuda de la Unión Europea a través del FSE. Éstas podrán ser alguna de las medidas recogidas en la Estrategia de Comunicación o bien con la ayuda del propio Organismo Intermedio y/o Autoridad de Gestión en la difusión de esa ayuda particular del beneficiario hacia el público en general.

3.5 HERRAMIENTAS A UTILIZAR

Las herramientas disponibles en materia de información y publicidad serán:

- Páginas web de la Dirección General de Formación y Empleo del Gobierno de La Rioja y de la Unidad Administradora del Fondo Social Europeo:

Estas páginas Web serán actualizadas periódicamente aprovechando la información generada mediante el sistema de seguimiento. Se trata no sólo de informar sobre aspectos financieros relativos al Programa Operativo, sino también sobre los resultados obtenidos con las actuaciones previstas. En la medida de lo posible se informará sobre buenas prácticas realizadas a través del Programa Operativo.

- Material elaborado en la materia en el marco del GERIP.
- Normativa europea, nacional y regional de referencia en materia de información y publicidad.
- Publicaciones: se publicarán en los sitios web los principales documentos de referencia sobre el PO, las normas de gestión y procedimientos, las evaluaciones de seguimiento, informes de ejecución, etc.

4. ORGANISMOS RESPONSABLES EN MATERIA DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

Son responsables de la aplicación de la Estrategia de Comunicación 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 FSE, representada por la Unidad Administradora del Fondo Social Europeo del Ministerio de Empleo y Seguridad Social
- El Organismo Intermedio regional del PO FSE, representado por la Dirección General de Formación y Empleo del Gobierno de La Rioja.

Así como en aquellas medidas que les competen:

- Los Beneficiarios del Gobierno de la Rioja responsables de la ejecución de uno o varios programas presupuestarios que puedan gestionar fondos del Programa Operativo.

4.1. CREACIÓN DE REDES E INTERCAMBIO DE BUENAS PRÁCTICAS

Los responsables a nivel de Autoridades de Gestión y de Organismos Intermedios forman parte del GERIP, en el que se han sentado las bases de la estrategia de comunicación de los fondos europeos y que se han plasmado en esta Estrategia de Comunicación.

Como redes, INFORM e INIO son las dos redes de comunicación a nivel europeo, para el FEDER y el FSE, respectivamente. En la red INIO 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.

4.2. PERSONAS DE CONTACTO RESPONSABLES DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

Las personas responsables de la presente Estrategia de Comunicación serán:

Por parte de la Autoridad de Gestión:

Unidad Administradora del Fondo Social Europeo (UAFSE)
Salvador Vargas Barba
Subdirector General Adjunto de Gestión de la Unidad Administradora del Fondo Social Europeo (UAFSE).
Ministerio de Empleo y Seguridad Social.
Tel. +34 91 363 19 89

Fax. + 34 91 363 20 36
Email: salvador.vargas@meyss.es

Por parte del Organismo Intermedio:

Cristina Salinas García
Directora de Empleo
Dirección General de Empleo
Consejería de Educación, Formación y Empleo
Tfno: 941-29 14 65
Fax: 941 29 16 42
Email: csalinas@larioja.org

5. PRESUPUESTO INDICATIVO

Los gastos de información y publicidad se contabilizarán dentro del Eje Prioritario 5: *Asistencia técnica*.

El presupuesto estimado para las medidas de información y publicidad será de **67.000€** para el periodo de programación 2014-2020.

Por su parte, las entidades colaboradoras contabilizarán los gastos de difusión y publicidad de cada actuación en su correspondiente presupuesto de gastos.

El Presupuesto indicativo que se presenta se adecua totalmente a los objetivos y los medios propuestos en la Estrategia de Comunicación así como a los resultados esperados de la puesta en práctica de la misma.

Es necesario tener en cuenta que se realizarán numerosas actuaciones de información y comunicación que no comportan ningún gasto al asumirse en el funcionamiento normal y habitual de los departamentos en los que se realizan.

6. SISTEMA DE SEGUIMIENTO DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

El sistema de seguimiento de las medidas de la Estrategia de Comunicación estará orientado a cumplir con lo establecido al respecto en los artículos 110, 111 y 116 del Reglamento (UE) Nº 1303/2013, 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.

La Autoridad de Gestión, transmitirá la Estrategia de Comunicación del Programa Operativo al Comité de Seguimiento para su aprobación, a más tardar seis meses después de la adopción del mismo.

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

- Comunicación de información a los Comités de Seguimiento.

Los Comités de Seguimiento del Programa Operativo del FSE de La Rioja FSE 2014-2020 recibirán información anual de la Autoridad de Gestión sobre:

- la Estrategia de Comunicación y los avances en su aplicación;
 - las actuaciones llevadas a cabo;
 - las buenas prácticas de actuaciones cofinanciadas realizadas;
 - el contenido de cualquier modificación importante de la Estrategia;
 - Se informará además de las actividades de comunicación que se tenga previsto llevar a cabo en el año siguiente que estarán 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;
- Inclusión de información en los informes anuales y final de ejecución de los Programas Operativos.
 - Estos informes contendrán un capítulo específico donde presentar los avances en la implantación de la Estrategia de Comunicación.

Además los Informes Anuales de Ejecución correspondientes a las anualidades 2018 y 2021 incluirán como anexo el informe de Evaluación de la misma.

7. EVALUACIÓN DE LA ESTRATEGIA

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

Está previsto realizar dos ejercicios de evaluación a lo largo del periodo, uno en el **primer semestre de 2018** y otro en el **primer semestre de 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 Europea.

Ambas evaluaciones se realizarán conforme a los criterios que se recogen en la Guía de Seguimiento y Evaluación elaborada para el período 2007-2013. Esta guía será modificada y actualizada, debatiéndose y aprobándose su contenido en el GERIP.

Las conclusiones de estas evaluaciones se presentarán en los siguientes informes relativos a los Programas:

- Informes de Evaluación de los Programas Operativos

Los informes de evaluación del Programa Operativo del FSE incluirán, como anexo, el último informe de evaluación de la Estrategia de Comunicación.

- Informes de Ejecución Anual del Programa Operativo (año 2018 y 2021)

Los informes de ejecución anual correspondientes a los años en que se evalúe la Estrategia (2018 y 2021) incluirán como anexo el informe de evaluación de la misma.

8. ANEXO DE INDICADORES

Las actuaciones de comunicación clasificadas por tipología se resumen en indicadores de realización, directamente relacionados con las actividades que se realizan, e indicadores de resultado que facilitan información relacionada con el progreso del Programa Operativo.

TIPOS DE ACTIVIDADES	INDICADORES DE REALIZACIÓN		INDICADORES DE RESULTADOS	
1. Actividades y actos públicos	(Nº) Eventos realizados	61	(Nº) Asistentes	379
2. Difusión en medios de comunicación	(Nº) Actos difusión	249		
3. Publicaciones realizadas	(Nº) Publicaciones externas	8.754	(%) Publicaciones distribuidas/ editadas	100%
			(Nº) Puntos de distribución	7
4. Información a través de páginas web	(Nº) Páginas web	4	(Nº) Promedio anual de visitas	100.000
5. Información a través de cualquier tipo de cartelería	(Nº) Soportes publicitarios	36.035		
6. Instrucciones emitidas hacia las personas participantes del Programa Operativo	(Nº) Documentación interna distribuida	49	(%) Organismos cubiertos	100%
7. Redes de información y publicidad	(Nº) Redes	1	(Nº) Asistentes	

Estos indicadores, que se caracterizan por ser comunes en todas las estrategias de comunicación de España, han sido consensuados y armonizados en el seno del GERIP.

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 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 de la Estrategia 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 (spot 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 Programa Operativo 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/s 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 las personas participantes del Programa Operativo

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 las distintas Estrategias 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.

9. ANEXO DE ACTUACIONES A DESARROLLAR EN LOS AÑOS 2015 Y 2016

Actuación	Público Objetivo	Momento de puesta en marcha (Fecha orientativa)
Acto Anual de Comunicación (2015)-	Beneficiarios potenciales Público en general	Diciembre 2015 o enero 2016 (elecciones y silencio electoral)
Acto Anual de Comunicación (2016)	Beneficiarios potenciales 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.
Publicación de la lista de operaciones en el portal web único de la Autoridad de Gestión	Beneficiario Público en general	Actualización cuando comience la puesta en marcha de las actuaciones
Acto de lanzamiento regional del Programa Operativo FSE.	Público en general	20 de Diciembre 2015
Publicación de la lista de operaciones en la web del Gobierno de La Rioja	Público en general	Actualización cuando comience la puesta en marcha de las actuaciones
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, medios y beneficiarios.	Actualización semestral, cuando comience la puesta en marcha de las actuaciones
Constitución del Comité de Seguimiento de FSE	Beneficiarios y agentes económicos y sociales.	Primer trimestre de 2016 (09/02/2016)
Publicación en el Boletín Oficial de La Rioja de las convocatorias susceptibles de cofinanciación.	Beneficiarios potenciales	13 de marzo de 2015
Actualización de la página web del Fondo Social Europeo del Gobierno de La Rioja	Público en general, agentes difusores, potenciales beneficiarios y beneficiarios	Actualización permanente.

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