

# MAC 2014-2020

## Cooperación Territorial

# Estrategia de Comunicación

Programa INTERREG V-A MAC 2014-2020

## INDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	3
2. ANTECEDENTES: ACCIONES DE COMUNICACIÓN DESARROLLADAS Y RESULTADOS DE LAS EVALUACIONES DEL PERIODO 2007-2013.....	4
3. OBJETIVOS Y GRUPOS DESTINATARIOS DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN.....	8
4. ESTRATEGIA Y CONTENIDO DE LAS MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD.....	10
5. ORGANISMOS RESPONSABLES EN MATERIA DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN.....	19
6. SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DE LAS MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD.....	21
7. PRESUPUESTO INDICATIVO.....	22
8. PLAN ANUAL DE COMUNICACIÓN.....	23

## 1. INTRODUCCIÓN

La Comisión Europea ha destacado, en el Reglamento (UE) Nº 1303/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo, la importancia de “dar a conocer al público en general los logros de los Fondos de la Unión, así como concienciar sobre los objetivos de las políticas de cohesión. Los ciudadanos han de tener derecho a saber cómo se invierten los recursos financieros de la Unión”.

En este sentido, a fin de lograr una difusión amplia de la información sobre los logros de los Fondos y del papel de la Unión Europea, y para informar a los beneficiarios potenciales de las oportunidades de financiación existentes, deben definirse las medidas de información y comunicación.

El capítulo II de dicho reglamento, “Información y comunicación”, establece en su art. 115.1 que los Estados Miembros y las Autoridades de Gestión serán responsables de:

- a) Elaborar estrategias de comunicación;
- b) Velar por el establecimiento de un sitio o un portal de Internet único que proporcione información sobre todos los programas operativos de ese Estado miembro y acceso a los mismos, incluida la información sobre el calendario de ejecución de los programas y todos los procesos de consulta pública relacionados;
- c) Informar a los beneficiarios potenciales sobre las oportunidades de financiación conforme a los programas operativos;
- d) Dar a conocer a los ciudadanos de la Unión el papel y los logros de la política de cohesión y de los Fondos por medio de acciones de información y comunicación acerca de los resultados y el impacto de los acuerdos de asociación, los programas operativos y las operaciones.

En relación a la estrategia de comunicación, el art. 116 establece que tendrá en cuenta la magnitud del programa en cuestión, de acuerdo con el principio de proporcionalidad, y que será aprobada en el seno del Comité de Seguimiento del Programa.

El Anexo XII, sección 4, del reglamento mencionado, recoge los elementos que deberá incluir la estrategia de comunicación:

- a) una descripción del enfoque adoptado, con inclusión de las principales medidas de información y comunicación destinadas a los beneficiarios potenciales, los beneficiarios, los agentes difusores y el público en general (recogido en el apartado 4 del presente documento);
- b) una descripción de los materiales que se pondrán a disposición en formatos accesibles para las personas con discapacidad (recogido en el punto 4.1.3 del presente documento);

- c) una descripción de la forma en que se ayudará a los beneficiarios en sus actividades de comunicación (apartados 4.1.2, 4.2.1, 4.2.2 y 4.2.3);
- d) el presupuesto indicativo de la ejecución de la estrategia (apartado 7 del documento);
- e) una descripción de los organismos administrativos, con sus recursos de personal, responsables de la ejecución de las medidas de información y comunicación (apartado 5 del documento);
- f) las disposiciones relativas a las medidas de información y comunicación contempladas en el punto 2 (Lista de operaciones), con inclusión del sitio o el portal de Internet en los que pueden encontrarse esos datos (apartado 4.2.1 del documento);
- g) una indicación de la forma en que se evaluarán las medidas de información y comunicación por lo que respecta a la visibilidad y difusión de la política, los programas operativos y las operaciones, así como del papel desempeñado por los fondos y la unión (apartado 6.2);
- h) en su caso, una descripción de la utilización de los principales resultados del programa operativo anterior (apartados 2.1, 2.2 y 2.3);
- i) una actualización anual en la que se expongan las actividades de información y comunicación que se llevarán a cabo en el año siguiente (apartado 6.1).

Tal y como establece el artículo 116 del reglamento, la Autoridad de Gestión informará al Comité de Seguimiento por lo menos una vez al año acerca de los avances en la aplicación de la estrategia de comunicación y del análisis que haga de los resultados, así como de las actividades de información y de comunicación que se prevea efectuar el siguiente año. El Comité de Seguimiento emitirá, si lo considera conveniente, un dictamen sobre las actividades previstas para el siguiente año.

## **2. ANTECEDENTES: ACCIONES DE COMUNICACIÓN DESARROLLADAS Y RESULTADOS DE LAS EVALUACIONES DEL PERIODO 2007-2013**

El Plan de Comunicación del Programa MAC 2007-2013 recogía una serie de actuaciones encaminadas a:

1. Garantizar la transparencia de los procedimientos de ejecución y gestión del Programa.
2. Informar a la opinión pública sobre el papel que desempeña la Unión Europea en colaboración con los Estados Miembros y las regiones, en favor de las intervenciones que se desarrollen en el marco del Programa y de los resultados de éstas.
3. Obtener el mayor grado de participación posible facilitando la información precisa a los beneficiarios potenciales y finales, todo tipo de entidades y público en general.

4. Informar a los beneficiarios sobre sus responsabilidades relativas a las medidas de información y publicidad destinadas al público, así como de la correcta utilización de las disponibilidades financieras asignadas.

La Evaluación Intermedia del Plan de comunicación del PCT-MAC 2007-2013 valoró, por un lado, la calidad de la estrategia de información y publicidad formulada y la ejecución de las medidas previstas en este sentido de acuerdo con la normativa comunitaria. Por otro lado, procuró hacer una aproximación al impacto de dicho Plan, su alcance real y los logros alcanzados en términos del reconocimiento del papel que la Política Regional Comunitaria está desempeñando en esta zona de cooperación.

## 2.1. PRINCIPALES CONCLUSIONES

- A) Sobre el diseño y elaboración del Plan y los sistemas de gestión de la comunicación.-
- ✓ La estrategia de comunicación es eficaz: la adecuada lógica de intervención definida en el Plan quedaba de manifiesto en que las medidas previstas eran coherentes para la consecución de los objetivos, ofreciendo una amplia cobertura y alcance a las necesidades de los colectivos destinatarios.
  - ✓ La definición del Plan de Comunicación desde una perspectiva tanto estratégica como operativa se apoyó en una sólida articulación institucional con una delimitación clara de responsabilidades.
  - ✓ Los procedimientos instaurados resultaban eficaces para garantizar la correcta difusión de una imagen homogénea y clara en las acciones de información y publicidad de todas las actuaciones cofinanciadas por el FEDER en el espacio de cooperación.
- B) Sobre la calidad, eficacia y la eficiencia en la ejecución de las acciones de comunicación.-
- ✓ Las medidas de información y publicidad puestas en marcha posibilitaron dotar de transparencia a la intervención y movilizar la participación de los beneficiarios potenciales en las diferentes convocatorias realizadas. Se destacaba la celebración de seminarios y jornadas, la elaboración de guías y manuales y la Web del Programa.
  - ✓ A nivel de proyectos se observó una importante implicación de los beneficiarios en la política de comunicación del Programa, destacándose la celebración de eventos de difusión de proyectos, la elaboración de cartelería y publicaciones, las apariciones en medios de comunicación y las propias Webs de los proyectos.
  - ✓ Los niveles de eficiencia se consideraron muy adecuados: el gasto realizado en información y publicidad permitió obtener resultados muy positivos.
- C) Sobre el impacto estimado del Plan.-
- ✓ Adecuada difusión de las oportunidades que ofrecía el Programa entre los beneficiarios potenciales y otras entidades susceptibles de financiación.
  - ✓ Los beneficiarios y promotores de proyectos mostraron un alto grado de conocimiento de la normativa comunitaria en materia de información y publicidad de los Fondos Estructurales.

- ✓ El objetivo de informar a la opinión pública sobre el papel que desempeña la UE presentaba un alto grado de avance.

## 2.2. PRINCIPALES RECOMENDACIONES Y PROPUESTAS DE MEJORA

### A) Para la mejora de la gestión, seguimiento y control de las actuaciones de comunicación.-

- ✓ Incidir en el seguimiento de aquellos beneficiarios que han mantenido un menor ritmo de ejecución de las responsabilidades de información y publicidad tratando de potenciar la realización de actuaciones más allá de las reglamentarias.
- ✓ Continuar avanzando en la mejora de la disponibilidad para la información cuantitativa de la ejecución de las actuaciones de comunicación; para ello, sería conveniente establecer una relación directa y unívoca entre los diferentes indicadores definidos y cada una de las medidas de comunicación planteadas.
- ✓ Reforzar las actuaciones destinadas a la búsqueda de socios en la zona de cooperación. Para ello puede resultar un instrumento de interés la creación de una bolsa de proyectos o de socios interesados en la participación de convocatorias futuras que podría incorporarse en la web del programa.

### B) Para la mejora del desempeño de las medidas de comunicación.-

- ✓ Incidir en el ámbito de la celebración de sesiones de formación para los beneficiarios ya que esta medida ha permitido obtener unos niveles de conocimientos muy elevados.
- ✓ Dotar de mayor visibilidad a los proyectos cofinanciados tanto en la celebración de las jornadas y seminarios como en la propia Web del Programa, por ejemplo a través de la inclusión de fichas que describan sus objetivos, actuaciones y resultados. Ello contribuiría a una mayor capitalización de las experiencias cofinanciadas así como a un incremento de la visibilidad de los resultados para el conjunto de la población.
- ✓ Dar continuidad a la publicación periódica de los boletines de noticias que permita tanto a los beneficiarios como a los beneficiarios potenciales y a la población en general contar con información detallada de la evolución del Programa de Cooperación.
- ✓ Otra posible mejora que acercaría el Programa a la población sería la creación en la WEB de una página propia de Facebook, o de un foro, que permita interactuar a todas las personas interesadas.

### C) Para aumentar los impactos esperados y la visibilidad de la Cooperación Territorial de la Macaronesia.-

- ✓ Dadas las mayores dificultades para dirigir las actuaciones hacia el público en general, se estima oportuno contemplar la realización, por parte de los servicios de la Comisión y/o de las Administraciones de los Estados miembros, con la ayuda de INTERACT, de una campaña de comunicación sobre el objetivo de la Cooperación Territorial.

- ✓ Animar a los responsables públicos 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 un valor más a resaltar; en definitiva dar prioridad a la participación de la UE en el discurso político.

### 2.3. EJEMPLOS DE BUENAS PRÁCTICAS

Los evaluadores del Plan de Comunicación del PCT-MAC 2007-2013 seleccionaron algunos casos de buenas prácticas para ilustrar, con ejemplos representativos, el comportamiento que favorece la mejora de la visibilidad de los resultados de la Política Regional en el área de cooperación y la transparencia de la gestión del FEDER.

Las actuaciones destacadas como buenas prácticas por un volumen significativo de los beneficiarios del Programa fueron:

- 1º. La edición de publicaciones (61,76%)
- 2º. La creación de páginas web (58,82%)
- 3º. La publicación de notas/noticias en prensa (41,18%).

Web del Programa:



The screenshot shows the website for the MAC 2014-2020 program. It features a navigation menu on the left with links for 'PROGRAMA MAC 2007-2013', 'CONVOCATORIAS Y PROYECTOS', 'ÁREA DE PROYECTOS APROBADOS', 'PROYECTOS APROBADOS', and 'PROGRAMA MAC 2014-2020'. The main content area is titled 'NOTICIAS' and lists various news items with dates, such as '14/10/2015 CONSULTA DE LA COMISIÓN EUROPEA SOBRE LA SUPERACIÓN DE OBSTÁCULOS EN REGIONES FRONTERIZAS'. On the right side, there is a search bar, a 'CALENDARIO DE EVENTOS' for October, and a 'BOLETINES ANTERIORES' section with thumbnail images of previous newsletters.

Publicaciones de proyectos:



Publicación de noticias:



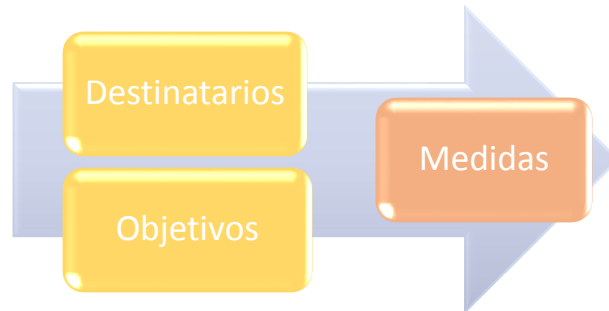
**3. OBJETIVOS Y GRUPOS DESTINATARIOS DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN**

El libro Blanco sobre una Política Europea de Comunicación establece los elementos que deberían tenerse en cuenta para definir los objetivos de las estrategias de comunicación:

- El grado de conocimiento actual que tiene la población en general sobre la Política de Cohesión y los Fondos Estructurales.
- Los beneficiarios últimos de las inversiones previstas en los programas.
- El grado de transparencia alcanzado en la gestión y ejecución de las actuaciones cofinanciadas.
- Los nuevos métodos de comunicación para difundir los mensajes a transmitir con relación a la UE y la Política Regional.
- Las prioridades que la UE promueve con mayor intensidad, como el refuerzo de la comunicación con el conjunto de la ciudadanía.

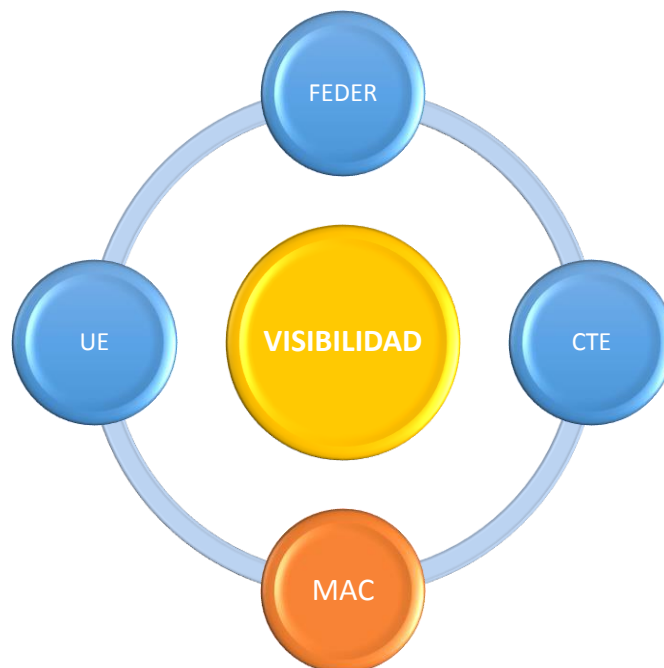


Las necesidades de información que precisan cada uno de los destinatarios a los que va dirigida la estrategia deben estar presentes en el diseño de los objetivos y las medidas de comunicación, de forma que se puedan garantizar la coherencia entre destinatarios, objetivos y actuaciones.



### 3.1 OBJETIVOS

El principal objetivo de la Estrategia de Comunicación del Programa será el de dotar de mayor VISIBILIDAD a la aplicación de los Fondos Estructurales de la UE en general y del FEDER en particular, con especial atención a la mejora de la visibilidad de la Cooperación Territorial Europea y, en particular, de la cooperación desarrollada entre las regiones europeas de Madeira-Azores-Canarias y entre éstas y los terceros países de Cabo Verde, Mauritania y Senegal.



En este sentido, las medidas de información y publicidad previstas en esta Estrategia de Comunicación tienen por objeto:

1. Garantizar la transparencia relativa a la implementación y la gestión de la ayuda FEDER así como de los procedimientos de ejecución y gestión del Programa.

2. Facilitar a los beneficiarios y al público en general el acceso a información completa, precisa y actualizada sobre el contenido del Programa y sus logros.
3. Obtener el mayor grado de participación posible proporcionando la información necesaria a las potenciales entidades beneficiarias, al público en general y al resto de destinatarios de la estrategia.
4. Informar a las entidades beneficiarias sobre sus responsabilidades relativas a las medidas de información y publicidad destinadas al público, así como de la correcta utilización de las disponibilidades financieras asignadas.

De esta forma, el Programa podrá contribuir a crear conciencia sobre el valor añadido de la cooperación para alcanzar los objetivos previstos en cada una de sus áreas de intervención.

### 3.2 DESTINATARIOS

El Anexo XII del Reglamento (UE) Nº 1303/2013 establece en el apartado 2 una serie de medidas de información y publicidad dirigidas al público en general y en el apartado 3 establece una serie de medidas de información para potenciales beneficiarios y beneficiarios.

En este sentido, el Programa INTERREG V-A MAC 2014-2020 ha establecido los siguientes destinatarios de la Estrategia de comunicación:

<b>Destinatarios directos</b>	Internos	Responsables del Programa
		Beneficiarios finales
	Externos (Beneficiarios potenciales)	Administraciones públicas regionales y locales y entes de derecho público y privado vinculados a las mismas
		Universidades, centros de investigación, institutos tecnológicos y fundaciones
		Cámaras de Comercio, asociaciones empresariales y profesionales y otros organismos socioeconómicos
	Otras entidades públicas o privadas sin ánimo de lucro	

<b>Destinatarios indirectos</b>	Público en general
	Medios de comunicación

## 4. ESTRATEGIA Y CONTENIDO DE LAS MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD

Las medidas que se pretenden llevar a cabo para alcanzar los objetivos previstos y obtener el mayor impacto posible en los destinatarios se han establecido teniendo en cuenta la experiencia adquirida en los anteriores periodos de Programación (INTERREG IIIB 2000-2006 y PCT-MAC 2007-2013) y los recursos financieros disponibles para el presente periodo de programación 2014-2020.

## 4.1. ESTRATEGIA

El Anexo XII del Reglamento (UE) N° 1303/2013 establece que la Autoridad de Gestión se asegurará de que las medidas de información y comunicación se aplican de conformidad con la estrategia de comunicación y de que esas medidas buscan la mayor cobertura mediática posible, recurriendo a diferentes formas y métodos de comunicación al nivel adecuado.

Las medidas que se desarrollan en el marco de esta estrategia de comunicación se han establecido teniendo en cuenta la normativa comunitaria al respecto y la dotación financiera del Programa.

### 4.1.1. Fases

Las acciones de comunicación que se plantean en esta estrategia podrán tener un carácter temporal variable, existiendo algunas que se desarrollarán de forma continuada durante todo el periodo 2014-2020 y otras que se llevarán a cabo en momentos puntuales.

La estrategia de comunicación se llevará a cabo en tres fases:

Primera etapa: Puesta en marcha. En esta etapa debe darse a conocer la existencia del Programa de Cooperación, sus líneas de actuación y su dotación presupuestaria.

Segunda etapa: Ejecución y seguimiento. En ella se irá profundizando en el conocimiento y difusión del Programa de Cooperación, de manera especial se dará información detallada sobre las distintas convocatorias de proyectos, información precisa a los beneficiarios finales sobre la gestión de los proyectos, así como información sobre los principales actividades y resultados de los proyectos en ejecución.

Tercera etapa: Ejecución y cierre. Esta última etapa irá enfoca fundamentalmente al público en general mediante la difusión de los principales logros del Programa en general y de los proyectos ejecutados en particular.



### 4.1.2. Niveles de actuación

Por otra parte, las medidas de comunicación serán llevadas a cabo en 2 niveles de actuación:

- A nivel de Programa: actuaciones de comunicación concebidas y programadas conjuntamente por los órganos de gestión del Programa bajo responsabilidad de la Autoridad de Gestión. Representan el contenido de las medidas descritas en la presente Estrategia de Comunicación e irán dirigidas a los grupos destinatarios definidos en esta estrategia de comunicación.

- A nivel de Proyecto: actuaciones de comunicación concebidas y programadas conjuntamente por los partenariados de los proyectos bajo el asesoramiento y seguimiento de los órganos de gestión del Programa.

Para ayudar a los proyectos en sus actividades de comunicación la Secretaría Conjunta (SC) prestará asesoramiento continuo a las entidades beneficiarias en materia de Información y comunicación.

La SC elaborará los siguientes documentos que estarán disponibles para todos los beneficiarios del Programa:

- Manual de identidad corporativa y logotipos.
- Manual de aplicación de la normativa de información y comunicación.

#### 4.1.3. Accesibilidad de la información

Toda la información sobre el Programa, convocatorias, proyectos, etc. estará disponible en la página web del Programa, en formato accesible para las personas con discapacidad.

Se hará uso de subtítulos en los audiovisuales que se elaboren y en todas las medidas que puedan basarse se emisión de imágenes.

Asimismo, en todos los eventos públicos que se realicen se garantizará el acceso y participación en los mismos en conformidad con las normas de accesibilidad vigentes.

## 4.2. CONTENIDO

El apartado 2 del Anexo XII del Reglamento (UE) Nº 1303/2013 establece que la Autoridad de Gestión será responsable de la organización de al menos las siguientes medidas de información y comunicación:

- a) organizar una actividad informativa importante en la que se dé publicidad al lanzamiento del programa o de los programas operativos, incluso antes de la aprobación de las estrategias de comunicación pertinentes;
- b) organizar una actividad informativa importante anual en la que se promuevan las oportunidades de financiación y las estrategias seguidas y se presenten las realizaciones del programa o de los programas operativos, tales como, en su caso, grandes proyectos, planes de acción conjuntos y otros ejemplos de proyectos;
- c) exponer el emblema de la Unión en las instalaciones de cada autoridad de gestión;
- d) hacer una publicación electrónica de la lista de operaciones, de acuerdo con la sección 1 del presente anexo;
- e) dar ejemplos de operaciones, por programa operativo, en el sitio de Internet del programa; los ejemplos deben formularse en una lengua oficial de la Unión de amplia difusión distinta de la lengua o las lenguas oficiales del Estado miembro en cuestión;

- f) actualizar la información sobre la ejecución del programa operativo, incluyendo, si procede, sus principales logros, en el sitio de Internet del programa.

Las principales medidas que se desarrollarán en la Estrategia de Comunicación del Programa y que darán sobrado cumplimiento a las correspondientes obligaciones normativas son las siguientes:

#### 4.2.1. Medidas dirigidas al público en general

##### **a) Elaboración del logotipo del Programa.-**

Se ha utilizado el mismo símbolo gráfico del PCT-MAC 2007-2013 con una ligera modificación y se utilizará en combinación con el logotipo de INTERREG combinado con el emblema de la UE y la denominación del Fondo.

##### **b) Elaboración de materiales de comunicación del Programa.-**

- material promocional (cartelería, roll-up, merchandising, etc).
- material de papelería (carpetas portadocumentos, sobres, etc.).
- plantillas para soportes electrónicos (presentaciones powerpoint, guías, web, etc.)

##### **c) Página web del Programa.-**

Creación y mantenimiento de una página Web del Programa que servirá de herramienta fundamental de información para los beneficiarios potenciales y finales y el público en general. Los contenidos de la página estarán publicados en español y portugués (con algunos contenidos disponibles también en francés) y serán actualizados para poder dar información clara y precisa sobre el Programa, su estado de ejecución y resultados obtenidos. Los contenidos básicos de la página web serán:

- **Información sobre el Programa**, resumen del ciudadano, prioridades de inversión, órganos gestores, enlace a los reglamentos comunitarios, etc.
- **Información y documentación relativa a las convocatorias** para la presentación de proyectos:
  - Bases de las convocatorias
  - Guías para la presentación de proyectos
  - Ejemplo práctico de cumplimentación de las candidaturas
  - Presentaciones realizadas en los seminarios informativos
  - Datos y estadísticas de las convocatorias
- **Lista de operaciones aprobadas y Fichas técnicas de dichos proyectos aprobados** que, en cumplimiento de la normativa comunitaria, contendrán los siguientes campos de datos:
  - el nombre del beneficiario.
  - el nombre de la operación.
  - el resumen de la operación.
  - la fecha de inicio de la operación.

- la fecha de conclusión de la operación (fecha prevista para la conclusión material o la realización completa de la operación).
  - el gasto total subvencionable asignado a la operación.
  - el porcentaje de cofinanciación de la Unión por eje prioritario.
  - el código postal de la operación, u otro indicador apropiado de su localización.
  - el país.
  - el nombre de la categoría de intervención para la operación, de conformidad con el artículo 96, apartado 2, párrafo primero, letra b), inciso vi).
  - la fecha de la última actualización de la lista de operaciones.
- **Noticias** con información actualizada sobre las últimas novedades relacionadas con el Programa, con la posibilidad de registrarse para recibir por e-mail cada noticia publicada.
  - **Calendario de los eventos** que realicen los proyectos, con descripción del evento, lugar de realización, persona de contacto, folleto o póster del evento, etc.
  - **Newsletters periódicas:** se elaborará al menos una publicación digital anual donde se presentarán los logros del programa y los proyectos más importantes.
  - **Acceso al SIMAC 2020** (Sistema Informático de gestión del Programa MAC exclusivo para órganos gestores y beneficiarios).



The screenshot shows the website for the MAC 2014-2020 program. At the top, there are logos for MAC 2014-2020 and Interreg. Below the logos is a navigation bar with links for 'PROGRAMA MAC 2014-2020', 'CONVOCATORIAS DE PROYECTOS', 'PROYECTOS APROBADOS', and 'ACCESO EXTRANET'. A map of Europe highlights the participating regions: AZORES/AÇORES, MADEIRA, CANARIAS/CANARIAS, MAJORCA, CABO VERDE, and SENEGAL. Below the map are five priority axes (EJE 1 to EJE 5) with icons and descriptions. The main content area is divided into 'NOTICIAS' (News) and 'EVENTOS' (Events). The 'NOTICIAS' section lists several news items with dates and titles. The 'EVENTOS' section includes a calendar for September, a search bar for events, and a list of upcoming events. At the bottom, there is a 'BOLETÍN DE NOTICIAS' (News Bulletin) section with a sign-up form and a 'NEWSLETTERS' section with thumbnails for various newsletters.

**d) Presencia en medios de comunicación.-**

Se promoverá la presencia del Programa en los medios de comunicación mediante:

- Elaboración de notas de prensa sobre lanzamiento de convocatorias, celebración de comités, realización de eventos, etc.
- Con motivo de la celebración de las reuniones del Comité de Seguimiento del Programa, se realizarán actividades informativas en medios de comunicación social.
- Se realizarán, cuando se crea conveniente, ruedas de prensa o entrevistas a las estructuras de gestión del Programa sobre su avance y sus logros.
- Seguimiento de noticias sobre el Programa y los proyectos cofinanciados.



**e) Presencia en redes sociales.-**

Una de las recomendaciones de la Evaluación Intermedia del Plan de Comunicación del PCT-MAC 2007-2013 señalaba una mejora que acercaría el Programa a la población: la creación en la WEB de una página propia de Facebook, o de un foro, que permitiera interactuar a todas las personas interesadas. En este sentido, el Programa INTERREG V-A MAC 2014-2020 creará su propio perfil en Facebook en el que los proyectos y el propio programa puedan intercambiar información sobre la realización de todo tipo de eventos y actividades de forma dinámica.

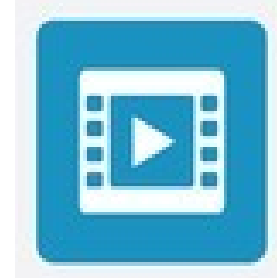


**f) Ejemplos de buenas prácticas.-**

Con carácter anual se publicarán tanto en la página web como en el perfil de Facebook del Programa los ejemplos más relevantes de buenas prácticas de los proyectos que se están realizando, así como los logros más importantes del programa en materia de cooperación territorial y/o concertación FED-FEDER.

**g) Realización de un audiovisual.-**

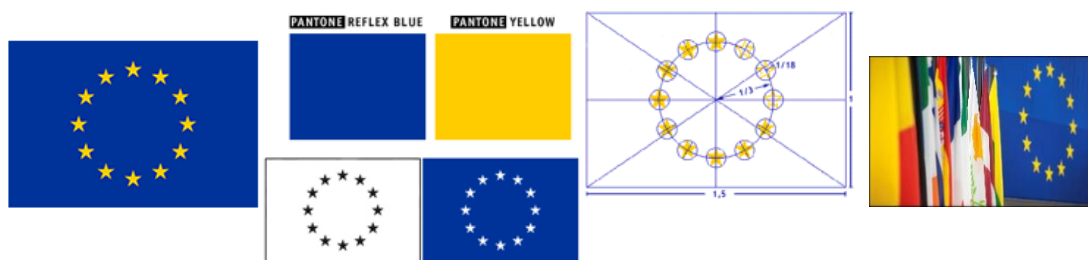
Se elaborará un video que recoja los principales resultados y logros del Programa MAC 2014-2020 en el marco de la Cooperación Territorial Europea. Podrá incluir datos generales de ejecución del Programa, ejemplos de actuaciones desarrolladas, testimonios de beneficiarios, etc. El vídeo será de corta duración y se editará en español, portugués y francés; se podrá subtítular para facilitar el acceso a la información a personas con discapacidad auditiva. Se mostrará en el seminario de cierre del Programa y podrá descargarse en la web del Programa, en la página de Facebook y en Youtube por lo que estará disponible para el público en general.



**h) Exposición del emblema de la Unión.-**

La Autoridad de Gestión y demás órganos de gestión del Programa expondrán en sus instalaciones una placa (o similar) con el logotipo del programa, el logotipo de INTERREG y el emblema de la Unión Europea.

Además, en todas las reuniones de los Comités de Seguimiento y de Gestión del Programa se expondrá la bandera de la Unión Europea en el lugar en el que se celebre la reunión.



#### 4.2.2. Medidas dirigidas a los beneficiarios potenciales

**a) Seminarios informativos.-**

Se realizarán seminarios públicos de presentación del Programa y de lanzamiento de las convocatorias para la presentación de proyectos. Dichos seminarios irán destinados a todos los interesados y en ellos se facilitará a los beneficiarios potenciales, tal y como establece el apartado 3.1.2 del Anexo XII del reglamento (UE) Nº 1303/2013, información clara y detallada sobre al menos los siguientes aspectos:

- a) las oportunidades de financiación y el inicio de las convocatorias para la presentación de candidaturas;
- b) las condiciones de subvencionabilidad del gasto para poder obtener financiación en el marco del Programa;
- c) la descripción de los procedimientos utilizados para examinar las solicitudes de financiación y los plazos correspondientes;
- d) los criterios de selección de las operaciones que se van a financiar;



- e) los contactos a nivel nacional, regional o local que pueden facilitar información sobre los programas operativos;
- f) la responsabilidad de los beneficiarios potenciales de informar al público del propósito de la operación y del apoyo prestado por los Fondos a la operación.

Toda esta información estará también disponible en la página Web para cualquier interesado.



**b) Elaboración de un registro de beneficiarios potenciales.-**

Una de las recomendaciones de la Evaluación Intermedia del Plan de Comunicación del PCT-MAC2007-2013 era el refuerzo de las actuaciones destinadas a la búsqueda de socios en la zona de cooperación, sugiriendo para ello la creación de una bolsa de proyectos o socios interesados en la participación de convocatorias futuras que podría incorporarse en la web del programa.

En este sentido, el Programa INTERREG V-A MAC 2014-2020 creará en la web del Programa un registro de entidades interesadas en participar en proyectos de cooperación en el espacio del Programa en el que constarán al menos los siguientes campos:

- Nombre de la entidad
- Dirección completa
- Ámbito de actuación
- Datos de contacto


**4.2.3. Medidas dirigidas a los beneficiarios finales**


**a) Sistema Informático de gestión del Programa MAC (SIMAC 2020).-**

Basado en la aplicación informática de gestión del PCT-MAC 2007-2013, se elaborará el SIMAC 2020 (Sistema Informático MAC 2014-2020) que será la herramienta informática para realizar todas las tareas de gestión del Programa y de los Proyectos.

En el SIMAC 2020 estarán alojados, entre otros documentos, todas las **Guías y Manuales** para la gestión de los proyectos aprobados:

- Guía financiera
- Guía de modificaciones
- Manuales de comunicación
- Guía de informes de ejecución



**Interreg**   
 Fondo Europeo de Desarrollo Regional

**ACCESO EXTRANET**

Usuario:   
 Palabra clave:   
 Idioma: Español

[He olvidado mi clave](#)

© 2008 Interreg MAC [gestionproyectos@pct-mac.org](mailto:gestionproyectos@pct-mac.org)

W3C MRI - RR
W3C CSS 2
W3C XHTML 1.1

### b) Jornadas técnicas.-

Se realizarán jornadas técnicas sobre la gestión de los proyectos aprobados. Irán destinadas a las entidades beneficiarias cuyos proyectos hayan sido aprobados por el Comité de Gestión. En dichas jornadas se facilitará información clara y detallada sobre al menos los siguientes aspectos:

- Información básica para la puesta en marcha de los proyectos:
  - El contrato de concesión de ayuda FEDER.
  - Funcionamiento del partenariado.
  - Modificaciones de proyectos.
  - Informes de ejecución.
  - Obligaciones de publicidad y comunicación.
  
- La gestión financiera de los proyectos:
  - Circuito financiero: gastos y pagos.
  - La elegibilidad del gasto.
  - El gasto FEDER en terceros países.
  
- El uso del Sistema Informático del Programa (SIMAC) para la gestión de los proyectos.

Además, de conformidad con el apartado 3.2. del Anexo XII del reglamento (UE) Nº 1303/2013, se informará a los beneficiarios de que la aceptación de la financiación implica la aceptación de su inclusión en la lista de operaciones.



### c) Elaboración de manuales de comunicación.-

Se elaborarán las siguientes guías de comunicación del Programa que estarán disponibles en el Sistema Informático de gestión del Programa (SIMAC 2020):

- Manual de identidad corporativa y logotipos del Programa.
- Manual de aplicación de la normativa de información y comunicación.



En estos manuales integrarán las guías de logotipos y grafismo elaboradas por la Comisión Europea y recogerán todas las responsabilidades de los beneficiarios que se detallan en el apartado 2.2. del anexo XII del reglamento (UE) N° 1303/2013 relativas al reconocimiento del apoyo del FEDER en todas las medidas de información y comunicación que lleven a cabo los proyectos, a la información pública de la cofinanciación recibida, a la declaración informativa sobre el apoyo del Fondo en cualquier documentación relacionada con la ejecución del proyecto, a los carteles informativos necesarios en caso de realización de infraestructuras, adquisición de equipamientos o trabajos de construcción, etc.

## 5. ORGANISMOS RESPONSABLES EN MATERIA DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

El artículo 117 del reglamento (UE) N° 1303/2013 establece quiénes son los responsables de información y comunicación y sus redes:

1. Cada Estado miembro designará a un responsable de información y comunicación que coordine estas actividades en relación con uno o varios Fondos, incluidos los programas pertinentes basados en el objetivo de cooperación territorial europea, e informará en consecuencia a la Comisión.
2. El responsable de información y comunicación se encargará de la coordinación de la red nacional de comunicadores de los Fondos, cuando esta exista, de la creación y el mantenimiento del sitio o el portal de internet, y de presentar un resumen de las medidas de comunicación aplicadas a nivel de Estado miembro.
3. Toda autoridad de gestión designará a una persona encargada de la información y la comunicación a nivel de programa operativo y notificará a la Comisión las personas designadas.
4. La Comisión creará redes de la Unión que comprendan a los miembros designados por los Estados miembros, 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.

### 5.1 AUTORIDAD DE GESTIÓN

La Autoridad de Gestión debe garantizar, de acuerdo con la estrategia de comunicación, que la estrategia y los objetivos del Programa MAC y las oportunidades de financiación a través de la ayuda conjunta de la Unión y del Estado miembro se difundan ampliamente a los beneficiarios

potenciales y a todas las partes interesadas, junto con información detallada del apoyo financiero procedente del FEDER.

La Autoridad de Gestión del Programa informará al Comité de Seguimiento por lo menos una vez al año acerca de los avances en la aplicación de la estrategia de comunicación y del análisis que haga de los resultados, así como de las actividades de información y de comunicación que se prevea efectuar el siguiente año. El comité de seguimiento emitirá, si lo considera conveniente, un dictamen sobre las actividades previstas para el siguiente año.

Además, la Autoridad de Gestión velará por la participación en las medidas de información y comunicación, cuando proceda y de acuerdo con la legislación y las prácticas nacionales, de los organismos recogidos en el apartado 2.1.3 del anexo XII del reglamento (UE) Nº 1303/2013.

## 5.2 SECRETARÍA CONJUNTA

Además, tal y como establece el art. 117.3 del reglamento (UE) Nº 1303/2013, la Autoridad de Gestión designará a una persona encargada de la información y la comunicación a nivel de programa operativo y notificará a la Comisión las personas designadas. En el caso del Programa MAC 2014-2020, se designará una persona responsable de comunicación en el equipo de la Secretaría Conjunta.

En este sentido y de acuerdo con lo establecido en el Programa, la Secretaria Conjunta debe llevar a cabo, entre otras, las siguientes tareas:

- Coordinar las acciones e iniciativas de animación, promoción, divulgación del programa e información a los beneficiarios.
- Asegurar la elaboración del Plan de Comunicación y del Plan de Evaluación, así como el cumplimiento de ambos por el Programa.

Además, velará para que las entidades beneficiarias cumplan sus responsabilidades en materia de comunicación y publicidad en virtud de lo establecido en el apartado 2.2 del Anexo XII del reglamento (UE) Nº 1303/2013.

## 5.3 OTROS ÓRGANOS GESTORES DEL PROGRAMA

Cada organismo ejecutor del Programa es responsable, en las actividades de su competencia, de la aplicación y cumplimiento de la normativa sobre información y publicidad.

Los Corresponsales Regionales deben asegurar el control de la gestión y de la ejecución de los proyectos de sus regiones respectivas y realizar las tareas de verificación del gasto ejecutado por los beneficiarios de cada región comprobando el cumplimiento de las normas aplicables en materia de comunicación. Podrán realizar actuaciones de difusión y comunicación adaptando, en su caso, las medidas de información al contexto regional.

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 regional y nacional.

#### 5.4 BENEFICIARIOS

Las entidades beneficiarias de la cofinanciación FEDER en el marco del Programa MAC 2014-2020 tienen un papel fundamental en materia de información y comunicación, en la medida que son a la vez destinatarios de la estrategia de comunicación del Programa y responsables de realizar actuaciones de promoción y difusión de los proyectos en los que participan.

En este sentido, está previsto en el formulario de candidatura que todos los proyectos tendrán que desarrollar, describir y presupuestar “actividades de comunicación”, por lo que todos los proyectos llevarán a cabo actuaciones en esta materia y tendrán que cumplir con la normativa vigente siguiendo las indicaciones de los manuales de comunicación del Programa.

### 6. SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DE LAS MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD

#### 6.1 SEGUIMIENTO

El art. 110 del reglamento (UE) Nº 1303/2013 establece que el Comité de Seguimiento es responsable de examinar la aplicación de la estrategia de comunicación. Para ello, la Autoridad de Gestión informará al Comité de Seguimiento al menos una vez al año acerca de los avances en la aplicación de la estrategia de comunicación y del análisis que haga de los resultados, así como de las actividades de información y comunicación que se prevea efectuar el año siguiente.

Además, el art. 111 del reglamento (UE) Nº 1303/2013 establece que los informes de ejecución anuales contendrán información sobre los resultados de las medidas de información y publicidad de los Fondos aplicadas conforme a la estrategia de comunicación.

Por tanto, el sistema de seguimiento de la estrategia de comunicación del Programa tendrá como objetivo garantizar que se dispone en todo momento de la información necesaria para atender los requerimientos de la normativa comunitaria. Se realizará mediante:

- *Comunicación de información a los Comités de Seguimiento.*

El Comité de Seguimiento recibirá información anual de la Autoridad de Gestión sobre:

- La estrategia de comunicación y los avances en su aplicación;
- las medidas de comunicación llevadas a cabo;
- el grado de ejecución física y financiera;
- el contenido de cualquier modificación importante de la estrategia.

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

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

- las medidas de información y publicidad llevadas a cabo;
- las disposiciones relativas a la publicación de la lista de operaciones;

- el grado de ejecución física y financiera de las medidas de comunicación;
- el contenido de cualquier modificación importante del Plan de Comunicación;
- el grado de cumplimiento de determinados indicadores de comunicación:

A nivel de programa:

- Nº de visitas a la página web del Programa.
- Nº de actos de difusión en los medios de comunicación (notas de prensa, artículos, etc.)
- Nº publicaciones realizadas (folletos, newsletters, guías, audiovisuales, etc.)
- Nº eventos de comunicación realizados (seminarios, foros, jornadas, ferias, exposiciones, etc.)
- Nº de participantes en los eventos de comunicación realizados (hombres/mujeres).

A nivel de proyectos:

- Nº de páginas web creadas por los proyectos.
- Nº de visitas a las páginas web de los proyectos.
- Nº de actos de difusión en los medios de comunicación (notas de prensa, artículos, campañas, etc.).
- Nº publicaciones realizadas (folletos, newsletters, guías, audiovisuales, etc.)
- Nº eventos de comunicación realizados (seminarios, foros, jornadas, ferias, exposiciones, etc.)
- Nº de participantes en los eventos de comunicación realizados (hombres/mujeres).

## 6.2 EVALUACIÓN

La evaluación de la estrategia de comunicación tendrá por objeto valorar el grado de consecución de los objetivos de la misma, esto es, medir la eficacia de las medidas de comunicación emprendidas.

El grado de visibilidad y concienciación del Programa en los destinatarios (directos e indirectos) será evaluado a través de las siguientes acciones:

- Valoración de la información obtenida mediante cuestionarios que serán entregados en los seminarios, diseñados para evaluar el grado de pertinencia, eficacia y claridad de la información dada en los seminarios.
- Cuantificación del número de visitas a la página Web del Programa, así como del número de descargas realizadas de los diversos documentos disponibles.
- Cuantificación de los indicadores de comunicación establecidos.
- Valoración de los resultados del seguimiento y control de los proyectos en cuanto al cumplimiento de las obligaciones de publicidad.

## 7. PRESUPUESTO INDICATIVO

Se estima que la suma de todas las acciones a desarrollar en el presente Plan de Comunicación asciende a la cantidad de **436.000 €** para todo el periodo.

Este presupuesto es indicativo y está sujeto a las actualizaciones anuales que aprobará el Comité de Seguimiento, tanto en lo que respecta a la estrategia de comunicación como al presupuesto de Asistencia Técnica.

## 8. PLAN ANUAL DE COMUNICACIÓN

La estrategia de comunicación se adaptará a cada etapa de implementación del Programa a corto, medio y largo plazo.

En la *fase inicial de puesta en marcha* se desarrollarán las medidas previstas para la creación de la imagen corporativa del programa, la elaboración de los manuales de comunicación, la creación de la página web, la puesta en marcha del SIMAC, el registro de beneficiarios potenciales y el Seminario de presentación del Programa.

En la *fase de ejecución y seguimiento* se realizará el mantenimiento y actualizaciones de la página web, las mejoras y actualizaciones del SIMAC, los seminarios de lanzamiento de las convocatorias, las jornadas técnicas para proyectos aprobados y se impulsará la presencia en redes sociales y medios de comunicación. En esta fase la estrategia de comunicación promoverá entre los proyectos la buena implementación de sus actividades de comunicación y difundirá los primeros resultados.

En la *fase de ejecución y cierre* se realizará el audiovisual resumen del programa así como el seminario final de cierre. La estrategia de comunicación se centrará en la difusión de los principales logros y resultados de los proyectos y del Programa.

Fases/años	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021-23
Fase 1. Puesta en marcha							
Fase 2. Ejecución y seguimiento							
Fase 3. Ejecución y cierre							