

# **ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DE LOS PROGRAMAS OPERATIVOS FEDER Y FSE DE ARAGÓN 2014-2020**

***Construyendo Europa desde Aragón***

Versión de Abril de 2016



**Unión Europea**



SECRETARÍA DE ESTADO DE  
PRESUPUESTOS Y GASTOS

DIRECCIÓN GENERAL  
DE FONDOS COMUNITARIOS



Unidad Administradora  
del Fondo Social Europeo



Departamento de Hacienda  
y Administración Pública

Dirección General de Presupuestos,  
Financiación y Tesorería

## Índice de Contenidos

<b>1. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>1</b>
<b>2. SITUACIÓN DE PARTIDA: RESULTADOS DE LAS EVALUACIONES DEL PERÍODO 2007-2013 Y LECCIONES APRENDIDAS .....</b>	<b>6</b>
<b>3. ALCANCE Y CONTENIDO DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DE LOS PROGRAMAS OPERATIVOS FEDER Y FSE DE ARAGÓN 2014-2020 .....</b>	<b>12</b>
<b>3.1. Objetivos .....</b>	<b>12</b>
<b>3.2. Grupos de destinatarios.....</b>	<b>14</b>
<b>3.3. Contenido de las medidas de información y comunicación .....</b>	<b>16</b>
<b>3.4. Actuaciones a desarrollar por parte de los beneficiarios y     fórmulas previstas para ayudar a los mismos en sus actuaciones     de comunicación.....</b>	<b>23</b>
<b>3.5. Herramientas a utilizar .....</b>	<b>26</b>
<b>4. ORGANISMOS RESPONSABLES EN MATERIA DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN .....</b>	<b>28</b>
<b>4.1. Creación de redes e intercambio de buenas prácticas.....</b>	<b>28</b>
<b>4.2. Personas de contacto responsables de la información y     comunicación .....</b>	<b>32</b>
<b>5. PRESUPUESTO INDICATIVO .....</b>	<b>38</b>
<b>6. SISTEMA DE SEGUIMIENTO DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN.....</b>	<b>39</b>
<b>7. EVALUACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN.....</b>	<b>41</b>
<b>8. ANEXO DE INDICADORES .....</b>	<b>44</b>
<b>9. ANEXO DE MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD ANUALES .....</b>	<b>48</b>

## 1. INTRODUCCIÓN

---

La transparencia y el acceso a la información se configuran como dos principios rectores en la nueva legitimidad democrática de los Gobiernos, por un lado, y como principio de actuación de las Administraciones Públicas, por otro.

Una nueva cultura social, pública y política que se centra en la información accesible, veraz y sencilla un elemento transversal de las políticas públicas en general, y con especial énfasis en aquellas actuaciones basadas en la gestión de los fondos públicos, en particular.

Ofrecer servicio al ciudadano basado en los parámetros de igualdad, no discriminación o concurrencia competitiva ya no resulta suficiente para atender las nuevas aristas del servicio público. La eficacia, la eficiencia, la efectividad, la transparencia y el acceso a la información en parámetros de publicidad activa constituyen los nuevos valores de la gobernanza europea, y en su consecuencia, nacional y regional.

El acceso a la información como un principio estructurante del resto de actuaciones desarrolladas por Administraciones Públicas encuentra en los Fondos Estructurales y de Inversión 2014-2020, como en la inmensa mayoría de las ocasiones, un escenario óptimo para implementar nuevos parámetros de ejecución y acervo europeo.

La gestión y el control continúan siendo dos vectores clave en la programación y ejecución, sin embargo, ya no son solamente éstas las fases tractoras de la nueva política de cohesión. El acceso a la información en base al principio de igualdad y sobre la optimización de las tecnologías de la información y comunicación, la transparencia en la puesta en funcionamiento de mecanismos que permitan conocer más y mejor el destino de la gestión de fondos públicos, así como la rendición de cuentas activa constituyen elementos innovadores de la nueva etapa de información y comunicación que se abre en el periodo 2014-2020.

En este contexto, dispone el Considerando número 101 Reglamento (UE) N° 1303/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo de 17 de diciembre de 2013

por el que se establecen disposiciones comunes relativas al Fondo Europeo de Desarrollo Regional, al Fondo Social Europeo, al Fondo de Cohesión, al Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural y al Fondo Europeo Marítimo y de la Pesca, y por el que se establecen disposiciones generales relativas al Fondo Europeo de Desarrollo Regional, al Fondo Social Europeo, al Fondo de Cohesión y al Fondo Europeo Marítimo y de la Pesca, y se deroga el Reglamento (CE) N° 1083/2006 del Consejo (en adelante, Reglamento (UE) N° 1303/2013) “Es importante dar a conocer al público en general los logros de los Fondos de la Unión, así como concienciar sobre los objetivos de la política de cohesión. Los ciudadanos han de tener derecho a saber cómo se invierten los recursos financieros de la Unión. Los principales responsables de que llegue al público la información apropiada deben ser tanto las autoridades de gestión como los beneficiarios de los proyectos, así como las instituciones y los órganos consultivos de la Unión. Para que la comunicación al público en general sea más eficiente y las sinergias entre las actividades de comunicación emprendidas a iniciativa de la Comisión sean más fuertes, los recursos asignados a acciones de comunicación conforme al presente Reglamento han de contribuir también a la comunicación institucional de las prioridades políticas de la Unión en la medida en que guarden relación con los objetivos generales”.

En este sentido, recoge el Considerando n° 103 del Reglamento (UE) N° 1303/2013 que “A fin de lograr una difusión amplia de la información sobre los logros de los Fondos y del papel de la Unión en ellos, y para informar a los beneficiarios potenciales de las oportunidades de financiación existentes, deben definirse en el presente Reglamento disposiciones de aplicación, que tengan en cuenta la magnitud de los programas operativos conforme al principio de proporcionalidad, sobre las medidas de información y comunicación, así como determinadas características técnicas de tales medidas”.

Así, en la tercera parte del Reglamento, “Disposiciones generales aplicables al FEDER, al FSE y al Fondo de Cohesión”, el Título III “Seguimiento, Evaluación, Información y Comunicación”, en su Capítulo II regula disposiciones específicas en materia de información y comunicación destacando, en particular, la responsabilidad de disponer, aplicar y seguir una Estrategia de Comunicación, a fin de “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” (Art. 115.1 d) y Art. 116 Reglamento (UE) N° 1303/2013).

De esta forma, la gestión de las actividades de Información y Publicidad en los Programas Operativos se constituye como una obligación jurídica y la garantía de su realización recae, tanto sobre la Autoridad de Gestión, como sobre los propios beneficiarios y/o Organismos Intermedios de cada Programa Operativo.

Igualmente, la gestión de las intervenciones estructurales debe integrar acciones de visibilidad de sus actuaciones. La puesta en marcha de tales actuaciones, así como su seguimiento y evaluación, tiene que ser, como la del resto de ámbitos de gestión, especialmente cuidada. Por lo tanto, su correcta ejecución exige el cumplimiento de las exigencias establecidas por la normativa comunitaria en materia de Información y Publicidad.

Sin duda, la obligación más destacada a este respecto es la elaboración de una Estrategia de Comunicación (artículo 115.1 a) y artículo 116 del Reglamento (UE) N° 1303/2013), bien por parte del Estado, o por parte de la Autoridad de Gestión para cada Programa Operativo o grupo de Programas Operativos. Dicha Estrategia se configura como el principal instrumento para establecer, en primer lugar, las medidas en materia de información y publicidad necesarias para dar una mayor notoriedad y transparencia a la actuación de la UE y, en segundo lugar, para determinar las responsabilidades y funciones que han de desempeñar las diferentes partes implicadas en la gestión de los Programas Operativos. La Estrategia de Comunicación tenderá a garantizar aspectos relativos a los Programas Operativos tales como las principales medidas de información y comunicación destinadas a beneficiarios potenciales, los beneficiarios, los agentes difusores y el público en general, y la descripción de los medios para llevarlas a cabo, todo ello de conformidad con lo previsto en el Anexo XII del Reglamento (UE) N° 1303/2013.

En consecuencia, de acuerdo con las exigencias del Reglamento (CE) N° 1303/2013 relativo a la programación, gestión y seguimiento de los Fondos Estructurales para el periodo 2014-2020, se ha elaborado la siguiente **Estrategia de Comunicación**, que abarca las medidas de Información y Publicidad que se desarrollarán con respecto a sus actuaciones en el marco de los **Programas Operativos FEDER Aragón 2014-2020 y FSE Aragón 2014-2020**.

Esta Estrategia de Comunicación se refiere a ambos Programas Operativos, en el marco de la categoría de “regiones más desarrolladas”, de conformidad con lo previsto en el artículo 90.2 c) Reglamento (UE) N° 1303/2013 “Los recursos destinados al objetivo de inversión en crecimiento y empleo se asignarán entre las tres categorías siguientes de regiones del nivel NUTS 2: las regiones más desarrolladas, cuyo PIB per cápita sea superior al 90 % del PIB medio de la Europa de los Veintisiete”.

- El Programa Operativo del Fondo Europeo de Desarrollo Regional de Aragón 2014-2020, tiene como objetivo central contribuir a la mejora del sistema aragonés de innovación, favorecer el acceso a las nuevas tecnologías, competitividad de las PYMES, favorecer una economía baja en carbono, promover el patrimonio cultural, preservar el patrimonio natural y fomentar la inclusión social y la reducción de la pobreza, con una inversión total de 139.947.338 euros articulado en seis Objetivos Temáticos:

#### **Objetivos Temáticos del Programa Operativo FEDER de Aragón 2014-2020**

- OT 1. Potenciar la investigación, el desarrollo tecnológico y la innovación
- OT 2. Mejorar el uso y la calidad de las TIC y el acceso a las mismas
- OT 3. Mejorar la competitividad de las PYME
- OT 4: Favorecer el paso a una economía baja en carbono en todos los sectores
- OT 6: Conservar y proteger el medio ambiente y promover la eficiencia de los recursos
- OT 9: Promover la inclusión social y luchar contra la pobreza y cualquier forma de discriminación
- OT 14. Asistencia Técnica

- El Programa Operativo Fondo Social Europeo de Aragón 2014-2020, con una inversión de 93.298.225 euros (incluida la Iniciativa Empleo Juvenil – YEI-) cuyo objetivo central es fomentar la inclusión social y la reducción de la pobreza, así como la inversión en educación, capacidad y aprendizaje y que se articula en cuatro Objetivos Temáticos:

**Objetivos Temáticos del Programa Operativo FSE de Aragón 2014-2020**

- OT 8. Promover la sostenibilidad y la calidad en el empleo y favorecer la movilidad laboral
- OT 9. Promover la inclusión social y luchar contra la pobreza y cualquier forma de discriminación
- OT 10. Invertir en educación , el desarrollo de las capacidades y el aprendizaje permanente
- OT 14. Asistencia Técnica

Por ello, la presente Estrategia de Comunicación contiene las actuaciones destinadas al cumplimiento de lo dispuesto en el Reglamento (UE) N° 1303/2013, siempre en el marco del respeto a las instrucciones que las Autoridades de los citados Programas Operativos elaboren en aras a la necesaria coordinación.

Asimismo, la detección, análisis y transferencia de Buenas Prácticas constituye una herramienta relevante tanto para el avance en la consecución de los objetivos de la Política Regional Comunitaria, como para la transparencia en la gestión pública, por lo que el hilo conductor de esta Estrategia de Comunicación será la presentación de Buenas Prácticas de Actuaciones Cofinanciadas, en las que se expondrán intervenciones cofinanciadas tanto por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional como por el Fondo Social Europeo en Aragón que cumplan con los criterios establecidos para su consideración como tales.

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

---

Durante el pasado período de programación comunitaria las medidas de información y publicidad se desarrollaron de acuerdo con lo establecido en el “Plan de Comunicación de los Programas Operativos FEDER y FSE de Aragón 2007-2013”, y con lo especificado en el Reglamento (CE) N° 1828/2006.

La estrategia de comunicación para el período 2007-2013 se basó en los objetivos concretos que estableció la Comisión Europea en materia de Comunicación, garantizando por tanto la pertinencia del Plan, siendo los siguientes:

1. Mejorar la visibilidad de la actuación de la Unión Europea.
2. Avanzar en la transparencia de la gestión de los Fondos Estructurales.

Estos objetivos se concretaron a su vez en un conjunto de Temas Prioritarios de Comunicación (TPC), que permitían apreciar mejor cómo las actuaciones diseñadas favorecen su cumplimiento.

El Objetivo 1 se desarrolló a través de los siguientes dos TPC:

- TPC. 1.1. Destacar y difundir al conjunto de la sociedad la importancia de los Fondos Estructurales en el desarrollo económico y social de Aragón.
- TPC. 1.2. Destacar y difundir los beneficios obtenidos en Aragón gracias a los Fondos Estructurales.

Con relación al Objetivo 2, los TPC consistían en:

- TPC. 2.1. Mejorar el conocimiento de los agentes implicados sobre las intervenciones estructurales en Aragón.
- TPC. 2.2. Mejorar el conocimiento de los agentes implicados sobre la normativa comunitaria relativa a los Fondos Estructurales.



De conformidad con 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 por el Grupo Español de Responsables en materia de Información y Publicidad (GERIP), el citado Plan de Comunicación fue objeto de dos evaluaciones: la Evaluación Intermedia realizada en el año 2010, y la Evaluación Final del año 2013.

La principal conclusión a destacar de ambos Informes de Evaluación es que los requisitos de información y publicidad se han venido cumpliendo adecuadamente. Prueba de ello, son los Informes Anuales que han incluido a nivel de Tema Prioritario las acciones de información y publicidad puestas en marcha por los respectivos órganos gestores y colaboradores, y han permitido conocer de forma puntual cómo se ha desarrollado en la práctica este tipo de acciones.

Desde el punto de vista cuantitativo, el Objetivo con mayor número de medidas de información y publicidad es el Objetivo 1, ya que en concreto, el 76% de las medidas atendieron a los Temas Prioritarios de Comunicación que lo desarrollaban (TPC.1.2. - Importancia de los Fondos Estructurales y TPC.1.2.- Beneficios obtenidos en Aragón por los Fondos). Esta concentración del esfuerzo en tales medidas específicas se corresponde con el carácter estratégico (o la capacidad de influencia) de dichos TPC respecto al resto. Con todo ello, los objetivos del Plan de Comunicación fueron coherentes y las medidas de comunicación previstas respondieron adecuadamente a tales objetivos.

Las recomendaciones en materia de información y publicidad recogidas en el Informe de Evaluación Intermedia del Plan de Comunicación de los Programas Operativos FEDER y FSE de Aragón de 2010, y las medidas aplicadas para llevar a cabo dichas recomendaciones se exponen a continuación:

➤ Incrementar el número de visitas a la página web:

Para dar a conocer el apartado del Servicio de Fondos Europeos en la página web del Gobierno de Aragón se hizo referencia a la misma en las distintas acciones de difusión del I Concurso Multidisciplinar “Construyendo Europa desde Aragón” convocado por el Servicio de Fondos Europeos. Además, se creó un enlace directo a la página del Servicio de Fondos Europeos en la página web de la Red Aragonesa de

Información Europea ([www.raie.es](http://www.raie.es)) junto con el resto de enlaces de los miembros de dicha red hay enlace a la página web de cada miembro, lo que permitió tener una mayor divulgación entre la ciudadanía. En esta línea, se procuró dinamizar la información contenida en dicho portal-web con un canal de noticias relacionado con la gestión de actuaciones cofinanciadas con FEDER y FSE.

- **Celebración de sesiones o jornadas con los gestores/colaboradores y/o beneficiarios de los programas, específicas en materia de información y publicidad:**

En las reuniones bilaterales mantenidas con gestores/colaboradores para tratar aspectos relacionados con la gestión y control de los Fondos, se incluyó como punto del orden del día el tema de la comunicación y publicidad. También se organizaron varios cursos a través del Instituto Aragonés de Administración pública dirigidos a los empleados públicos del Gobierno de Aragón, y en los que se seleccionó principalmente a personal de los órganos gestores y colaboradores. En estos cursos se incidió en el cumplimiento de los requisitos en materia de publicidad y comunicación de las actuaciones cofinanciadas con Fondos Estructurales, y uno de los cursos se dedicó específicamente al tema de la publicidad y al Plan de Comunicación FEDER y FSE Aragón 2007-2013.

- **Incrementar el número de acciones de información y publicidad de los organismos gestores/colaboradores y/o beneficiarios de Aragón:**

El Servicio de Fondos Europeos como Organismo Intermedio elaboró una “Instrucción específica relativa a las obligaciones de información y publicidad de las operaciones cofinanciadas en el período 2007-2013”, orientada a señalar las normas en materia de información y publicidad de las operaciones cofinanciadas que deben tener en cuenta los Órganos Gestores y Colaboradores para su correcto cumplimiento a lo largo del periodo de programación. Asimismo, en las reuniones bilaterales con cada uno de los Órganos Colaboradores y Gestores se analizó de forma individualizada su forma de gestión para poder incrementar el número de actuaciones de difusión.

- **Aumentar la difusión de los Fondos Estructurales y de la importancia de la Unión Europea entre los jóvenes:**

Se convocó el Primer Concurso Multidisciplinar “Construyendo Europa desde Aragón”, que constaba de cuatro categorías: Fotografía,

Periodismo, Vídeo y Publicidad, con el objetivo de dar a conocer el lema elegido por el Organismo Intermedio para identificar las actuaciones cofinanciadas por los Fondos Europeos en Aragón y sobre todo para que la ciudadanía, y especialmente los jóvenes, conocieran las actuaciones cofinanciadas por el Fondo Social Europeo y por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional. Se realizó la difusión del Concurso a través de la página web del Gobierno de Aragón, en otros medios de comunicación cercanos a los jóvenes, como las redes sociales Facebook y Twitter, en la web de la Universidad de Zaragoza, y en El Boletín del CIPAJ. De igual manera, para acercar la participación europea en la financiación de proyectos en Aragón a los jóvenes, se participó en Jornadas organizadas por la Universidad San Jorge, y también por la Escuela de Comunicación de la Facultad de Filosofía de la Universidad de Zaragoza.

En el Informe de Evaluación Final 2013 del Plan de Comunicación de los Programas Operativos FEDER y FSE Aragón 2007-2013, las conclusiones obtenidas son las siguientes:

- Existe coherencia entre los objetivos del Plan de Comunicación y las medidas previstas para alcanzarlos, destacando la concentración del esfuerzo en aquellos temas prioritarios de comunicación con mayor carácter estratégico por su influencia sobre el resto.
- Las reprogramaciones de los valores a alcanzar sobre los indicadores de publicidad demuestran una cierta inconsistencia en la programación inicial, aunque con la modificación se favoreció la consecución de un mayor impacto de las actuaciones en materia de información y publicidad.
- Siguiendo las recomendaciones de la Evaluación Intermedia, el Organismo Intermedio incrementó el número de orientaciones y directrices en materia de información y publicidad dirigidas a los órganos gestores y colaboradores, lo que contribuyó al incremento de las actuaciones de comunicación realizadas por estos. Fue adecuada la decisión de organizar una jornada formativa específica en la materia, así como continuar celebrando reuniones bilaterales en las que se trataron los aspectos relacionados con la información y publicidad. Estas reuniones permitieron profundizar en los asuntos tratados en las redes de información y publicidad en las que participa el Organismo Intermedio y sirvieron por tanto para amplificar el efecto de los trabajos desarrollados en las redes.

- Ha disminuido levemente el grado de conocimiento por parte de la ciudadanía sobre la importancia que tiene la Unión Europea en el desarrollo de la región. Debe tenerse en cuenta que la Evaluación se desarrolló en 2013 y se preveía que fuera en el final del período de intervención cuando se comunicaran en mayor grado los logros obtenidos por lo que se espera que crezca el conocimiento de la contribución comunitaria.
- Se aprecia una alta complementariedad articulada a través del Comité de Coordinación de Fondos que se ha visto trasladada también a las actividades en materia de información y publicidad, así las sinergias creadas desde 2008 no han sido sólo entre el FSE y FEDER sino también con el FEADER y FEP.

Teniendo en cuenta los resultados que se desprenden de los análisis realizados, las recomendaciones en materia de información y publicidad recogidas en el Informe de Evaluación Final 2013 del Plan de Comunicación son:

- Reforzar la sensibilidad y concienciación en materia de información y publicidad de los órganos gestores y colaboradores de los Programas Operativos, con un doble objetivo: por un lado, lograr una mayor difusión de los logros obtenidos con las actuaciones cofinanciadas; y por otro, mejorar la recogida de la información correspondiente a los indicadores de comunicación.
- Intensificar la participación de los organismos responsables en eventos internacionales y nacionales relacionados con la comunicación de los Fondos Europeos.
- Organizar un mayor número de sesiones o jornadas específicas en materia de información y publicidad dirigidas a los órganos gestores y colaboradores y/o beneficiarios de los Programas, especialmente para trasladar de forma específica las directrices al inicio del período de programación.
- Desarrollar las obligaciones establecidas sobre los principios horizontales, especialmente en materia de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres. En este sentido, la Estrategia de Comunicación puede incorporar y clarificar los aspectos que deben tenerse en cuenta y proponer acciones de mejora a las prácticas llevadas a término en el período anterior.
- Adoptar formas y canales de difusión gratuitos, de manera que se obtenga un mayor impacto de las actuaciones en materia de información y publicidad sin que conlleve un incremento del gasto. En este sentido, para

acercarse en mayor grado a la población joven podría ser pertinente una mayor participación en las redes sociales adecuadas.

- Intensificar la detección de buenas prácticas en materia de información y publicidad. Además, por tener un mayor conocimiento de la actuación se recomienda que sea el órgano gestor/colaborador que la ha ejecutado quién la redacte y el Organismo Intermedio quién la apruebe.

Finalmente, hay que señalar que la experiencia en el terreno de la información y publicidad del anterior período de programación 2007-2013 sirve de base para desarrollar la Estrategia de Comunicación del período 2014-2020, y las recomendaciones de los Informes de Evaluación se tendrán en cuenta tanto en el diseño como en la ejecución de las actuaciones de comunicación para que se consiga el suficiente conocimiento por parte de la ciudadanía de las ayudas comunitarias que percibe la región.

### **3. ALCANCE Y CONTENIDO DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DE LOS PROGRAMAS OPERATIVOS FEDER Y FSE DE ARAGÓN 2014-2020**

---

#### **3.1. Objetivos**

Los objetivos de esta Estrategia de Comunicación de los Programa Operativo deben posibilitar seguir avanzando en la línea que se decidió ya en el período 2007-2013, afianzando todo lo positivo llevado a cabo en ese período, haciendo caso del aprendizaje propio y de todas las recomendaciones que permitan avanzar en aquellos aspectos que sean susceptibles de márgenes de mejora.

En este sentido, la Estrategia que se presenta se va a centrar en Incrementar el grado de conocimiento que tiene la ciudadanía sobre la Política de Cohesión y los Fondos Estructurales y en garantizar que se incremente el grado de transparencia alcanzado en la gestión y ejecución de las actuaciones cofinanciadas. Para ello, se hará gran hincapié en conocer muy bien cuál es el colectivo al que se va a dirigir la información, de forma que el contenido del mensaje se le transmita con la máxima claridad.

Asimismo, se garantizará que los mensajes a través de herramientas publicitarias sean originales y atractivos para captar la atención del público a los mensajes transmitidos, que deben incidir en el papel de la Unión Europea en las acciones que se publiciten. Para ello es necesario que se diseñen herramientas de comunicación adecuadas a cada uno de los colectivos receptores de los diferentes mensajes de comunicación.

Con la Estrategia de Comunicación se procura lograr no sólo la más amplia difusión de los Programas Operativos a los que se refiere esta Estrategia, sino también de la Política Regional Europea articulada a través de los Programas Operativos FEDER y FSE de Aragón, insistiendo en el papel que la Unión Europea, en estrecha colaboración con todas las autoridades implicadas, desempeña en los avances conseguidos y que se van a conseguir a través de las actuaciones cofinanciadas.

En definitiva, se trata de plantear unos objetivos que permitan incrementar la visibilidad de la participación comunitaria, que se adecuen a la realidad de las actuaciones recogidas los Programas Operativos y que sean consistentes con las orientaciones comunitarias en materia de comunicación.

Teniendo en cuenta las recomendaciones emanadas de la evaluación del proceso de comunicación del período anterior en Aragón, esta Estrategia de Comunicación pretende recoger todas las medidas de información y publicidad que, con respecto a las actuaciones cofinanciadas por los Programas Operativos FEDER y FSE de Aragón, se van a implementar por parte de los agentes implicados en el periodo de programación 2014-2020, elaboradas para alcanzar dos objetivos fundamentales: mejorar la visibilidad de la actuación de la Unión Europea y avanzar en la transparencia de la gestión de los Fondos Estructurales y de Inversión Europeos.

#### **Objetivos de la Estrategia de Comunicación de los Programas Operativos FEDER y FSE de Aragón 2014-2020**

- 1 Mejorar la visibilidad de la actuación de la Unión Europea.
- 2 Avanzar en la transparencia de la gestión de los Fondos Estructurales y de Inversión Europeos.

El primero de los objetivos consiste en informar suficientemente, de forma clara, accesible, veraz y contrastable, del papel que desempeña la Unión Europea en la política regional a través de las actuaciones de los Programas Operativos FEDER y FSE destinadas a reforzar la competitividad económica, crear más y mejores empleos y fortalecer la cohesión interna económica, social y territorial en el marco de los artículos 174 y 176 Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea.

En segundo lugar, se pretende mejorar la transparencia en la gestión de estos Fondos garantizando una amplia difusión de la información sobre las diferentes oportunidades de financiación disponibles, los objetivos que se persiguen con estas actuaciones, los criterios de selección de las operaciones, así como las condiciones de elegibilidad, los sistemas de gestión y seguimiento y las obligaciones que en materia de difusión de estas operaciones deben ser asumidas por los beneficiarios. Dicho principio rector deviene inaplazable tras

la aprobación de la Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno. La transparencia, como principio estructurante de las políticas públicas permite, de manera asociada al objeto principal (la gestión de los Fondos), desarrollar otras áreas públicas que promuevan beneficios directos e indirectos al mismo, constituyendo la información y publicidad de los proyectos de Fondos Estructurales y de Inversión Europeos un claro ejemplo de ello.

Transversalmente a estos objetivos, la presente Estrategia de Comunicación procurará favorecer la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres mediante las acciones de publicidad y comunicación contenidas en el mismo dado que se reconoce como un principio transversal del nuevo periodo de programación.

### **3.2. Grupos de destinatarios**

La Estrategia de Comunicación de los Fondos Estructurales y de Inversión Europeos 2014-2020 de Aragón se dirige a diversos colectivos de destinatarios, los cuales presentan diferentes características e intereses y, por lo tanto, tienen diferentes necesidades de información.

Conforme al artículo 4.a) del Anexo XII del Reglamento (UE) N° 1303/2013 se pueden diferenciar **cuatro grupos de destinatarios**:

- **Beneficiarios potenciales:** en este colectivo se integran todas las personas y los organismos y entidades, tanto públicos como privados, que sean susceptibles de optar a la financiación comunitaria, entre los que se encuentran:

En las actuaciones cofinanciadas por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional:

- ✓ La Administración regional, incluidos sus organismos públicos, y las fundaciones y empresas públicas.
- ✓ Institutos Tecnológicos;
- ✓ Asociaciones en el ámbito de la I+D+i;
- ✓ Empresas, principalmente, las pequeñas y medianas empresas;



**En las actuaciones cofinanciadas por el Fondo Social Europeo:**

- ✓ La Administración regional, incluidos sus organismos públicos, y las fundaciones y empresas públicas.
  - ✓ Institutos Tecnológicos;
  - ✓ Universidades y Centros de Investigación
  - ✓ Las entidades sin ánimo de lucro.
  - ✓ Las organizaciones profesionales, comerciales y empresariales.
  - ✓ Organizaciones no gubernamentales, especialmente las vinculadas a la promoción de la igualdad entre hombres y mujeres y a la protección del medio ambiente.
  - ✓ Los centros de formación.
  - ✓ Colectivos con discapacidad o en riesgo de exclusión social, como: parados de larga duración, personas con discapacidad, mujeres víctimas de violencia, inmigrantes, entre otros. - Desempleados, incluidos de larga duración;
  - ✓ Estudiantes de educación primaria y estudiantes con educación superior.
- **Beneficiarios:** organismos públicos o privados responsables de iniciar o de iniciar y ejecutar las operaciones. En el caso de los regímenes de ayudas de Estado éstos coinciden con los organismos perceptores de la ayuda; y en el contexto de los instrumentos financieros son el organismo que ejecuta el instrumento financiero o, en su caso, el fondo de fondos.
- **Medios de comunicación social o agentes difusores:** en este colectivo se incluyen los 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 pueden ser:
- ✓ Los medios de comunicación
  - ✓ Los interlocutores económicos y sociales
  - ✓ Las entidades sin ánimo de lucro
  - ✓ Las organizaciones profesionales, comerciales y empresariales,
  - ✓ Las ONGs y otras Organizaciones y Asociaciones sociales
  - ✓ La Representación Permanente de la Comisión Europea en España, en Madrid y Barcelona
  - ✓ Los centros de información europea EuropeDirect en Aragón

- **Público en general:** se incluye la sociedad en general, la ciudadanía. Sin embargo, se prestará una especial atención a los colectivos con discapacidad o en riesgo de exclusión social. Además, teniendo en cuenta los resultados de las Evaluaciones Intermedia y Final del período anterior, se incidirá en medidas dirigidas a las personas jóvenes.

### **3.3. Contenido de las medidas de información y comunicación**

Las medidas específicas de información y publicidad a llevar a cabo deben tener presente los objetivos perseguidos por la Estrategia de Comunicación, y a su vez, su formulación ha de efectuarse teniendo en cuenta la experiencia del período de programación anterior.

Con esto se pretende facilitar el reajuste de las acciones ya diseñadas, suprimiendo las que no se hayan probado adecuadas o creando otras nuevas. Se favorece la retroalimentación y adaptación continuada de las acciones en función de las necesidades y dificultades detectadas o que pudieran surgir durante la ejecución de los Programas Operativos.

Teniendo en cuenta lo anterior, y en función del colectivo al que se destinan las medidas de información y publicidad, así como los principales objetivos que persiguen las mismas, cabe distinguir la siguiente tipología de medidas:

- El conjunto de medidas destinadas a la **mejor divulgación de las intervenciones de la Unión Europea**. Estas acciones se dirigirán especialmente a los beneficiarios potenciales, a los medios de comunicación social o agentes difusores, y al público en general, persiguiendo la puesta en valor de la aportación comunitaria, contribuyendo así a la visibilidad de las actuaciones cofinanciadas por los Fondos Estructurales y de Inversión Europeos.

En este tipo de actuaciones los mensajes serán sencillos, directos y claros, con el fin de incrementar su impacto real y facilitar su comprensión. En todo caso, hay que sensibilizar a la opinión pública no sólo del papel que juega el FEDER y el FSE, y en general todos los Fondos Europeos, en el acercamiento

de la economía regional a los estándares medios comunitarios, si no también difundir el papel del FEDER y del FSE en la Estrategia 2020 y la forma en que inciden las actuaciones en su realidad cotidiana, contribuyendo así a la mejora de su calidad de vida.

- Además, la necesidad de **mejorar la gestión y la transparencia del uso de los Fondos Estructurales y de Inversión Europeos**, debe ser el objetivo de las actuaciones destinadas tanto a los beneficiarios como a los beneficiarios potenciales.

En este tipo de medidas deben primar la claridad en los mensajes, y la disponibilidad y la sistematización de la información, para asegurar que las operaciones incluidas en los Programas Operativos y las medidas incluidas en esta Estrategia que les competan directamente se cumplan. Así, se garantiza el éxito de los Programas Operativos, no sólo en el sentido de que en él se incluyan en ellos las mejores actuaciones posibles, si no que se cumplan todas sus obligaciones en materia de comunicación y que sean capaces de presentar el mayor número de Buenas Prácticas posible dentro de las actuaciones que llevan a cabo cofinanciadas por el FEDER y el FSE.

Por otra parte, para la aplicación del principio horizontal de igualdad de oportunidades en la Estrategia de Comunicación, en todas las actuaciones de información y publicidad que se realicen se informará con un estilo de comunicación igualitario y no discriminatorio, mediante el uso de sustantivos neutros y la difusión de imágenes y mensajes libres de discriminación y estereotipos de los roles de género. Igualmente, se llevarán a cabo medidas de difusión de intervenciones específicas cofinanciadas por los Fondos Europeos en las que se fomente la igualdad.

Conforme a lo señalado en el Anexo XII del Reglamento (UE) N° 1303/2013, en todas las medidas de información y comunicación que se lleven a cabo se deberá reconocer el apoyo de los Fondos a la operación mostrando:

- ✓ El emblema de la Unión, de conformidad con las características técnicas establecidas en el acto de ejecución adoptado por la Comisión con arreglo al artículo 115, apartado 4, y una referencia a la Unión Europea;

- ✓ Una referencia al Fondo o los Fondos que dan apoyo a la operación: Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER), o Fondo Social Europeo (FSE).
- ✓ Además, se añadirá el lema elegido para los Programas Operativos de Aragón: “*Construyendo Europa desde Aragón*”.

De acuerdo con el artículo 4 del Reglamento de Ejecución (UE) N° 821/2014 de la Comisión Europea de 28 de julio de 2014, el emblema de la Unión Europea será siempre claramente visible y ocupará un lugar destacado. Su posición y tamaño serán los adecuados a la escala del material o documento utilizados.

El emblema de la Unión deberá figurar en color en los sitios web. En todos los demás medios de comunicación, el color se utilizará siempre que sea posible; podrá utilizarse una versión monocroma únicamente en casos justificados.

Las normas gráficas para crear el emblema de la Unión y la definición de los colores normalizados se establecen en el Anexo II del Reglamento de Ejecución (UE) N° 821/2014, y la Guía gráfica del emblema europeo se puede consultar en el siguiente enlace:

<http://publications.europa.eu/code/es/es-5000100.htm>

Del mismo modo, la **bandera europea** se puede descargar en distintos formatos (baja resolución, alta resolución o vectorial) en la página web de la Unión Europea:

[http://europa.eu/about-eu/basic-information/symbols/flag/index\\_es.htm](http://europa.eu/about-eu/basic-information/symbols/flag/index_es.htm)

Si se exhiben otros logotipos además del emblema de la Unión, este tendrá como mínimo el mismo tamaño, medido en altura y anchura, que el mayor de los demás logotipos.

Asimismo, el nombre «Unión Europea» siempre aparecerá sin abreviar. El tipo de letra que debe utilizarse junto con el emblema de la Unión puede ser cualquiera de las siguientes familias: arial, auto, calibri, garamond, trebuchet, tahoma, verdana o ubuntu. No se utilizará la cursiva, el subrayado ni otros efectos. En relación con el emblema de la Unión, el texto se compondrá de

manera que no interfiera en modo alguno con dicho emblema. El cuerpo del tipo utilizado deberá ser proporcional al tamaño del emblema. El color del tipo será azul reflex, negro o blanco, en función del contexto.

Tanto la referencia al Fondo o los Fondos como el lema elegido constarán donde sea más apropiado y con el tipo de letra que se quiera utilizar, sin que actualmente exista ninguna indicación específica al respecto. Sin embargo, ambos elementos no se añadirán al lado o debajo del emblema europeo, salvo en el caso de artículos promocionales de pequeño tamaño (pendrive, bolígrafo, etc.) en los que no exista espacio suficiente y tengan que figurar de ese modo. No obstante, conforme a lo indicado en el Reglamento de Ejecución (UE) N° 821/2014, en pequeños artículos de promoción no será obligatorio hacer referencia al Fondo.

Cuando una medida de información o de comunicación esté relacionada con una operación o con varias operaciones cofinanciadas por varios Fondos, se hará referencia a los Fondos Estructurales y de Inversión Europeos (Fondos EIE).

Cuando el emblema de la Unión y la referencia a la Unión y al Fondo correspondiente se presenten **en un sitio web**:

- a) el emblema de la Unión y la referencia a la Unión serán visibles al llegar a dicho sitio web, en la superficie de visión de un dispositivo digital, sin que el usuario tenga que desplegar toda la página;
  - b) la referencia al Fondo en cuestión deberá figurar de forma visible en el mismo sitio web.
- Toda la información referida a la normativa aplicable a los Fondos Estructurales y de Inversión Europeos y sobre las actuaciones incluidas en los Programas Operativos FEDER y FSE de Aragón 2014-2020 estará disponible en el **Portal Web Único** que establezcan las **Autoridades de Gestión** de cada Programa Operativo. Desde este Portal se podrá acceder mediante enlaces a las páginas web del Organismo Intermedio y de los distintos beneficiarios, en las que en un apartado específico se hará difusión de toda la información relativa a los Fondos Europeos que se perciben. Igualmente, en la página web del Organismo Intermedio del Gobierno de Aragón se dispondrá de enlaces a estos Portales.

Asimismo, en dicho Portal Web Único, las Autoridades de Gestión de cada Programa Operativo publicarán la **Lista de Operaciones** por Programa Operativo, en la que aparecerá el nombre del beneficiario, de conformidad con lo señalado en el artículo 115, apartado 2 y en Anexo XII del Reglamento (UE) 1303/2013.

Por otra parte, cuando las operaciones que se ejecuten mediante la **concesión de subvenciones** o mediante la **contratación pública** vayan a ser cofinanciadas mediante el Programa Operativo FEDER o FSE de Aragón 2014-2020, en las convocatorias y/o licitaciones que se publiquen en el Boletín Oficial se hará mención expresa de la cofinanciación del FSE o del FEDER, así como a la inclusión en la lista de operaciones, mediante la inserción de uno de los siguientes párrafos u otros de similar contenido:

- ✓ “Este proyecto se tiene previsto cofinanciar por el Fondo Social Europeo (FSE)”.
- ✓ “Este proyecto se tiene previsto cofinanciar por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)”.

Así como el siguiente texto:

- ✓ “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”.

Del mismo modo, las resoluciones y adjudicaciones de actuaciones que vayan a ser cofinanciadas mediante el Programa Operativo FEDER o FSE de Aragón 2014-2020, incluirán uno de los siguientes párrafos u otros de similar contenido:

- ✓ “Este proyecto se cofinancia por el Fondo Social Europeo (FSE)”.
- ✓ “Este proyecto se cofinancia por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)”.

Así como el siguiente texto:

- ✓ “Esta resolución/adjudicación supone su aceptación a ser incluido 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”.

A continuación se relacionan las **medidas dirigidas a cada uno de los destinatarios:**

**A) Contenido de las medidas de información y publicidad destinadas a los beneficiarios potenciales:**

Estas medidas deben responder, fundamentalmente, a conseguir interesar a los posibles beneficiarios en la participación en los Programas Operativos. Se deben hacer, por lo tanto, comprensibles los procedimientos de acceso a los mismos con el fin de conseguir que presenten proyectos de calidad y que se optimicen los recursos comunitarios, en estrecha vinculación con los recursos públicos, en todas aquellas operaciones que se presenten para cofinanciar.

Estas líneas se plasman en las diferentes líneas de actuación que a continuación se enumeran.

- 1.- Informar de la existencia de los Programas Operativos FEDER y FSE de Aragón 2014-2020, insistiendo en divulgar su contenido y las oportunidades de financiación conjunta de los distintos Fondos Públicos (regionales y europeos).
- 2.- Explicar los procedimientos de acceso a las ayudas recogidas en los Programas Operativos FEDER y FSE, explicando los requisitos que se exigen para ello, haciendo especial énfasis en que estos procedimientos sean comprensibles para los destinatarios.
- 3.- Explicar como se van a tratar los expedientes y como se van a atribuir las dotaciones: En los pliegos de condiciones y cláusulas administrativas se facilitará información acerca de los criterios de selección de los proyectos y los procedimientos de examen de solicitudes y sus tiempos.
- 4.- Informar a los potenciales beneficiarios de las obligaciones que conlleva la aceptación de la ayuda.
- 5.- Dar a conocer cuáles son las personas de contacto en todos los ámbitos de los Programas Operativos FEDER y FSE Aragón 2014-2020.

## **B) Contenido de las medidas de información y publicidad destinadas a los beneficiarios:**

- 1.- Comunicar a los beneficiarios la necesidad de su aceptación expresa a ser incluidos en la lista pública de operación, con el nombre del beneficiario y el montante asignado a cada operación, así como informarles de sus obligaciones y guiarles en sus tareas de gestión y comunicación.
- 2.- Guiar y asesorar a los Órganos Gestores en sus tareas de gestión, seguimiento, evaluación, control e información y comunicación.

## **C) Contenido de las medidas de información y publicidad destinadas a los medios de comunicación social o agentes difusores:**

- 1.- Notas de prensa y comunicados oficiales que sean necesarios para dar a conocer la aprobación de los Programas Operativos y su desarrollo, así como la puesta en marcha y los logros obtenidos por las operaciones cofinanciadas a través de estos Programas Operativos.
- 2.- Celebración de actos públicos a los que puedan asistir, como seminarios, jornadas, foros universitarios, sociales, etc.

## **D) Contenido de las medidas de información y publicidad destinadas al público en general:**

- 1.- Divulgar la existencia de los Programas Operativos FEDER-FSE Aragón 2014-2020 y el contenido de sus intervenciones.
- 2.- Acercar los Fondos Estructurales y de inversión, en particular FEDER y FSE, a la ciudadanía en general.
- 3.- Difundir, a lo largo de todo el período de programación, información relativa a la evolución de los Programas Operativos FEDER y FSE.
- 4.- Medidas de los beneficiarios para informar al público de la ayuda obtenida.

Conforme a lo señalado en el punto 4, letra i del Anexo XII del Reglamento (UE) N° 1303/2013, en el punto 9 - Anexo de Medidas de Información y Publicidad Anuales se incluye una actualización anual en la que se expondrán las actividades de información y comunicación que se llevarán a cabo cada año.



### **3.4. Actuaciones a desarrollar por parte de los beneficiarios y fórmulas previstas para ayudar a los mismos en sus actuaciones de comunicación**

Cada uno de los beneficiarios deberá cumplir con las obligaciones recogidas en el punto 2.2. del Anexo XII del Reglamento (UE) N° 1303/2013, y que se exponen a continuación.

1. En todas las medidas de información y comunicación que lleve a cabo, el beneficiario deberá reconocer el apoyo de los Fondos a la operación mostrando el emblema de la Unión Europea y la referencia a la Unión Europea; la referencia al Fondo, y el lema “Construyendo Europa desde Aragón”, de acuerdo con las indicaciones señaladas anteriormente.

2. En operaciones financiadas por el FSE o por el FEDER, el beneficiario se asegurará de que las partes que intervienen en ellas han sido informadas de dicha financiación.

Cualquier documento relacionado con la ejecución de una operación que se destine al público o a los participantes, incluidos los certificados de asistencia o de otro tipo, contendrá una declaración en la que se informe de que el programa operativo ha recibido apoyo del Fondo o de los Fondos.

3. Durante la realización de una operación, el beneficiario informará al público del apoyo obtenido de los Fondos:

- ✓ Haciendo una breve descripción en su sitio de Internet, en caso de que disponga de uno, de la operación, de manera proporcionada al nivel de apoyo prestado, con sus objetivos y resultados, y destacando el apoyo financiero de la Unión Europea. En el caso de los Órganos Gestores y Colaboradores dispondrán de un apartado específico en su página web en la que se incluirá toda la información relativa a las operaciones que gestionen. Desde el Portal Web Único que establezcan las Autoridades de Gestión se tendrá enlace directo a las páginas web de los beneficiarios.
- ✓ Colocando al menos un cartel con información sobre el proyecto (de un tamaño mínimo A3), en el que mencionará la ayuda financiera de la Unión, en un lugar bien visible para el público, por ejemplo la entrada de un edificio.

4. Durante la ejecución de toda operación de financiación de obras de infraestructura o construcción que se beneficie de una ayuda del FEDER superior a 500.000 euros, el beneficiario colocará un cartel temporal de tamaño significativo en un lugar bien visible para el público.

Igualmente, el beneficiario colocará, en un lugar bien visible para el público, un cartel o placa permanente de tamaño significativo en un plazo de tres meses a partir de la conclusión de una operación que reúna las características siguientes:

- ✓ La contribución pública total a la operación supera los 500.000 euros;
- ✓ La operación consiste en la compra de un objeto físico, en la financiación de una infraestructura o en trabajos de construcción.

Los carteles o placas correspondientes se prepararán de acuerdo con las características técnicas establecidas en el artículo 5 del Reglamento de Ejecución (UE) N° 821/2014 de la Comisión Europea en desarrollo del Reglamento (UE) N° 1303/2013, por lo que contendrán los siguientes elementos que ocuparán al menos el 25 % de dicha placa o cartel:

- ✓ El nombre de la operación,
- ✓ El objetivo principal de la operación. Teniendo en cuenta el Objetivo Temático en el que se inserta la operación, el Grupo Español de Responsables en materia de Información y Publicidad (GERIP) acordó que el texto que figurará en el cartel o placa será uno de los siguientes:

- OT 1: Promover el desarrollo tecnológico, la innovación y la investigación de calidad.
- OT 2: Garantizar un mejor uso de las tecnologías de la 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 del patrimonio cultural.
- OT 7: Lograr un transporte sostenible.
- OT 8: Conseguir formación y empleo de calidad.
- OT 9: Promover la igualdad, la salud, y la inclusión social.
- OT 10: Conseguir una educación de calidad.

- ✓ El emblema de la Unión, junto con una referencia a la Unión, y
- ✓ La referencia al Fondo o Fondos.

Cuando se trate de beneficiarios privados, siempre que el beneficiario no pueda cumplir de forma estricta las obligaciones recogidas en este punto, el organismo intermedio y/o la autoridad de gestión buscará algunas vías para garantizar que el público conozca que el beneficiario ha recibido la ayuda del FEDER o del FSE, bien a través de la puesta en marcha por parte del mismo de alguna otra medida alternativa de información y comunicación recogida en la estrategia de comunicación del Programa Operativo o bien con la ayuda del propio Organismo Intermedio y/o Autoridad de gestión en la difusión de esa ayuda particular del beneficiario privado hacia el público en general.

En el caso de regímenes de ayudas, se indicará que la aceptación de la ayuda supone su permiso a que el Organismo que la concede publique en su página web su conformidad con el texto que se adjunta:

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

### **3.5. Herramientas a utilizar**

La Estrategia de Comunicación de los Programas Operativos FEDER y FSE de Aragón 2014-2020 contempla diferentes medios complementarios para ofrecer información y difundir el papel que los recursos comunitarios están desempeñando en el desarrollo regional gracias a la ayuda comunitaria.

Los diversos canales de información y publicidad, que sostienen la ejecución de las Medidas que integran la Estrategia de Comunicación, se han diseñado teniendo en cuenta los objetivos que se pretenden y las personas a quienes se dirigen. Así, las vías de comunicación que la presente Estrategia abre resultan de una adecuada amplitud, gracias a que combina diversos instrumentos, cada uno de ellos adecuado, tanto al mensaje que trata de transmitir, como al colectivo de destinatario al que se dirige.

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

Entre los instrumentos que pueden utilizarse para la difusión de las operaciones cofinanciadas se encuentran los siguientes:

- ✓ Actos públicos, jornadas formativas, conferencias, seminarios, ...
- ✓ Folletos, trípticos, libros, revistas, CD, DVD, o videos divulgativos, tanto para su difusión física como para su difusión mediante las nuevas tecnologías de la información.
- ✓ Material promocional: bolígrafos, cuadernos, marcapáginas,...
- ✓ Documentos de referencia y publicaciones: normativa comunitaria, Programas Operativos, Manuales de Procedimientos, informes de evaluaciones, instrucciones.
- ✓ Nuevas tecnologías de la información: correos electrónicos, páginas web, boletines informativos digitales.
- ✓ Noticias y anuncios en prensa escrita o digital, radio, televisión, revistas especializadas.

- ✓ Medios de comunicación pasiva: vallas publicitarias, placas, carteles informativos, etc.
- ✓ Campañas publicitarias

De conformidad con lo previsto en el apartado 4, letra b, del Anexo XII del Reglamento (UE) N° 1303/2013, cuando sea posible, los materiales utilizados se pondrán a disposición en formatos accesibles para las personas con discapacidad, y se tendrán en cuenta las siguientes consideraciones:

- La utilización de subtítulos en los audiovisuales que se elaboren y en las medidas que se basen en emisión de imágenes.
- La adaptación de los productos digitales a los distintos tamaños de pantalla, para que se pueda leer el contenido con independencia del dispositivo que se elija o que se necesite utilizar.
- El uso de etiquetas en los contenidos de los archivos electrónicos, para resolver en la medida de lo posible los problemas que, quizá, se solucionen con algún tipo de “etiquetado” de la información incluida en las publicaciones electrónicas, que utilizarán tipos de letra que está concebida para lectores con discapacidad visual, porque aumente el contraste entre el tipo y la página, así como colores de fondo alternativos y espacios controlados entre líneas.
- La utilización, cuando sea conveniente, de programas de lectura de texto (TTS) que permitan convertir el texto digital a voz sintetizada a través del programa informático adecuado.
- La adopción de cualquier otra medida que facilite el acceso a los contenidos de información y publicidad.

#### **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 FEDER, representada por la Subdirección General de Gestión del FEDER de la Dirección General de Fondos Comunitarios del Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas.
- La Autoridad de Gestión del FSE, representada por la Unidad Administradora del Fondo Social Europeo, adscrita a la Secretaría de Estado de Empleo del Ministerio de Empleo y Seguridad Social.
- El Organismo Intermedio de los Programas Operativos FEDER y FSE Aragón, representado por la Dirección General de Presupuestos, Financiación y Tesorería, a través del Servicio de Fondos Europeos, perteneciente al Departamento de Hacienda y Administración Pública del Gobierno de Aragón.
- Los beneficiarios que gestionen fondos de los Programas Operativos FEDER y FSE Aragón.

##### **4.1. Creación de redes e intercambio de buenas prácticas**

En la línea de creación de redes e intercambio de buenas prácticas, impulsado por la Autoridad de Gestión, se ha constituido un **Grupo Español de Responsables en materia de Información y Publicidad (GERIP)**, integrado por las personas responsables en esta materia representantes de las Autoridades de Gestión del FSE y del FEDER y de las Comunidades Autónomas. Este Grupo incidirá no sólo en la organización y puesta en marcha de las distintas Estrategias 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 el ámbito de los Programas Operativos FEDER y FSE de Aragón, el Organismo Intermedio no establecerá una red técnica de comunicación en la que participen los órganos gestores/colaboradores, sin embargo mantendrá una relación continua con los responsables de comunicación de los mismos con objeto de transmitir la información necesaria relativa a la publicidad y comunicación.

Asimismo, para el desarrollo de las labores de información y publicidad, sobre todo en la parte destinada a los beneficiarios y al público en general, se contará con la **Red Aragonesa de Información Europea**, que reúne a los organismos encargados de la difusión de las actividades de la Unión Europea en Aragón en cada uno de sus específicos campos de actuación. De este modo se multiplicará el esfuerzo difusor de las actuaciones que se desarrollen con el apoyo de los Fondos Estructurales y de Inversión Europeos.

Por otro lado, la Autoridad de Gestión ha constituido un grupo de responsables en materia de información y publicidad con los responsables de la gestión del FEDER y las personas responsables de los distintos Organismos de la Administración General del Estado, que servirá de cauce para informar y tomar decisiones relacionadas con la información y la publicidad, en el ámbito de sus competencias dentro de cada Programa Operativo.

Las **redes INFORM e INIO** son las dos redes de comunicación a nivel europeo, para el FEDER y el FSE, respectivamente. En esta última cada estado miembro está representado sólo por las respectivas Autoridades de Gestión. En el caso de la red INFORM a cada reunión están invitadas además de la persona responsable de comunicación de la Autoridad de Gestión, una representación de los responsables de comunicación en las correspondientes redes nacionales (en España, GERIP). Esta representación se asumirá, en principio, de forma rotatoria por las distintas Comunidades Autónomas, 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.

En esta línea de potenciar las 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 esta Estrategia de Comunicación.

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

**Los criterios para la identificación y selección de las Buenas Prácticas de Actuaciones Cofinanciadas** han sido acordados en el seno de la red GERIP por los responsables en materia de información y publicidad, de tal manera que toda actuación que sea susceptible de ser considerada una Buena Práctica, deberá cumplir los siguientes criterios, que deberán ser explicitados, desarrollados y documentados, añadiendo toda aquello que sea preciso para su comprensión:

**1.- La actuación ha sido convenientemente difundida entre los beneficiarios, beneficiarios potenciales y el público en general.**

Elevada difusión entre los beneficiarios y el público en general.

Se deberá presentar todo lo realizado para la comunicación de la citada actuación (diferentes indicadores de comunicación).

**2.- La actuación incorpora elementos innovadores.**

Habrà que destacar el carácter innovador de la actuación que puede estar vinculado a las metodologías, tecnologías o procesos, a los servicios facilitados y a las distintas herramientas empleadas para ponerla en marcha. También se considerará la innovación respecto al territorio o ámbito de ejecución y al público objetivo.

**3.- Adecuación de los resultados obtenidos a los objetivos establecidos.**

Se han de destacar los principales objetivos, haciendo ver el valor añadido que supone el haber recibido Fondos Europeos, indicando si



todos ellos se están cumpliendo y haciendo hincapié en que tipo de actividades y resultados se pueden atribuir al proyecto. Impacto en términos físicos, cuantitativos, cualitativos e impacto en términos de crecimiento y empleo.

**4.- Contribución a la resolución de un problema o debilidad detectada en el ámbito territorial de ejecución.**

Es preciso describir a qué problemática responde el proyecto presentado y cómo su puesta en marcha favorece el desarrollo del territorio y/o del público objetivo.

**5.- Alto grado de cobertura sobre la población a la que va dirigida.**

Debe mencionarse el alcance no sólo sobre los beneficiarios directos, sino también sobre la población en general.

**6.- Consideración de los criterios horizontales de igualdad de oportunidades y no discriminación, así como responsabilidad social y sostenibilidad ambiental.**

Se debe indicar cómo se han aplicado estos criterios en la actuación correspondiente.

**7.- Sinergias con otras políticas o instrumentos de intervención pública.**

Se tendrá en cuenta si la actuación ha reforzado la actuación de otros Fondos (regionales, nacionales, europeos) y ha contribuido a potenciar los efectos positivos de los mismos.

Todas las Buenas Prácticas presentadas a lo largo del período de programación se expondrán en el Portal Web Único, que será el que establezca la Autoridad de Gestión de cada uno de los Programas Operativos.

#### **4.2. Personas de contacto responsables de la información y comunicación**

En lo que respecta a la coordinación de las acciones de esta Estrategia de Comunicación la asumirán las personas responsables en materia de información y publicidad de las Autoridades de Gestión de los Programas Operativos, D.<sup>a</sup> Ángeles Gayoso Rico y D. Juan Manuel Sánchez-Terán Lledó, en estrecha colaboración con D. Gabriel Navarro Molines, Jefe del Servicio de Fondos Europeos del Servicio de Fondos Europeos de la Dirección General de Presupuestos, Financiación y Tesorería como Organismo Intermedio de los Programas Operativos FEDER y FSE de Aragón, que será la persona responsable de la Estrategia de Comunicación y que formará parte del GERIP, que es el grupo constituido al efecto por las Autoridades de Gestión y las personas representantes de los Organismos Intermedios de las distintas administraciones regionales.

##### Responsable de la Autoridad de Gestión del FEDER:

D.<sup>a</sup> Ángeles Gayoso Rico  
Vocal Asesora  
Dirección General de Fondos Comunitarios  
Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas  
Pº Castellana, 162, Planta 18 – Madrid  
Teléfono: 91 583 76 43/44 // Fax: 91 583 56 96  
Email: AGayoso@sgpg.meh.es

##### Responsable de la Autoridad de Gestión del FSE:

D. Salvador Vargas Barba  
Subdirector General Adjunto de Gestión de la Unidad Administradora del Fondo Social Europeo (UAFSE)  
Ministerio de Empleo y Seguridad Social.  
C/ Pío Baroja, 6. 1ª Planta - 28009 Madrid  
Teléfono: 913631800 // Fax: 913632036  
Email: uafse@meys.es

**Responsables del Organismo Intermedio:**

**D. Gabriel Navarro Molines**  
Jefe del Servicio de Fondos Europeos  
Dirección General de Presupuestos, Financiación y Tesorería  
Departamento de Hacienda y Administración Pública del Gobierno de Aragón  
Plaza de los Sitios, 7, 3ª Planta - 50071 Zaragoza  
Tfno. 976 71 42 71 // Fax. 976 71 51 50  
Email: gnavarrom@aragon.es

**Responsables de los Órganos Gestores del FEDER:**

**D.ª Carmen Muñio Marcen**  
Jefa del Servicio de Administración Electrónica  
Dirección General de Administración Electrónica y Sociedad de la Información  
Departamento de Innovación, Investigación y Universidad

**D. Javier Burillo Báguena**  
Jefe del Servicio de Apoyo a la Pyme  
Dirección General de Industria, Pymes, Comercio y Artesanía  
Departamento de Economía, Industria y Empleo

**D.ª Mª Ángeles Lafuente Lobera**  
Jefa de Coordinación Operativa  
Aragonesa de Servicios Telemáticos  
Departamento de Innovación, Investigación y Universidad

**D. Juan Carlos Rabal Durán**  
Jefe del Servicio de Control Ambiental  
Dirección General de Sostenibilidad  
Departamento de Desarrollo Rural y Sostenibilidad

**D.<sup>a</sup> Matilde Cabrera Millet**  
**Jefa del Servicio de Cambio Climático y Educación Ambiental**  
**Dirección General de Sostenibilidad**  
**Departamento de Desarrollo Rural y Sostenibilidad**

**D.<sup>a</sup> María Muñoz Guajardo**  
**Jefa del Área de Infraestructuras**  
**Secretaría General Técnica**  
**Departamento de Educación, Cultura y Deporte**

**D. Eduardo Pérez Lacosta**  
**Jefe del Servicio de Gestión Energética**  
**Dirección General de Energía y Minas**  
**Departamento de Economía, Industria y Empleo**

**D.<sup>a</sup> M<sup>a</sup> Luisa Alberó Muñío**  
**Jefa del Servicio de Programación y Planificación I+D+i**  
**Dirección General de Investigación e Innovación**  
**Departamento de Innovación, Investigación y Universidad**

**D. Ángel Fernández Cuello**  
**Director del ITA**  
**Instituto Tecnológico de Aragón**  
**Departamento de Innovación, Investigación y Universidad**

**D. Fernando López Barrena**  
**Jefe del Servicio de Conservación y Restauración del Patrimonio Cultural**  
**Dirección General de Cultura y Patrimonio**  
**Departamento de Educación, Cultura y Deporte**

**D. David Guzmán Otano**

**Jefe del Servicio de Espacios Naturales y Desarrollo Sostenible**

**Dirección General de Sostenibilidad**

**Departamento de Desarrollo Rural y Sostenibilidad**

**D. Jorge Bernabé Panos**

**Jefe del Servicio de Telecomunicaciones**

**Dirección General de Administración Electrónica y Sociedad de la Información**

**Departamento de Innovación, Investigación y Universidad**

**D.<sup>a</sup> Teresa Navarro Julián**

**Jefa del Servicio de Arquitectura y Rehabilitación de la Edificación**

**Dirección General de Vivienda y Rehabilitación**

**Departamento de Innovación, Investigación y Universidad**

**Responsables de los Órganos Colaboradores del FSE:**

**D. Alberto Gil Costa**

**Jefe de Servicio de Universidades**

**Dirección General de Universidades**

**Departamento de Innovación, Investigación y Universidad**

**D.<sup>a</sup> Clara Barroso Ara**

**Jefa de Servicio de Gestión de la Investigación e Innovación**

**Dirección General de Investigación e Innovación**

**Departamento de Innovación, Investigación y Universidad**

**D. Ángel Fernández Cuello**

**Director del ITA**

**Instituto Tecnológico de Aragón**

**Departamento de Innovación, Investigación y Universidad**

**D.ª Pilar Cepero Pérez**

**Directora Financiera y de Administración ZLC**

**Zaragoza Logistics Center**

**D.ª Marta Oriol Hernández**

**Dirección General de Investigación e Innovación**

**Departamento de Educación, Cultura y Deporte**

**D. Fernando Lorente Roy**

**Jefe de Servicio de Formación Profesional y Enseñanzas de Régimen Especial**

**Dirección General de Planificación y Formación Profesional**

**Departamento de Educación, Cultura y Deporte**

**D. Diego Ferrández García**

**Secretario General del IAM**

**Instituto Aragonés de la Mujer**

**D. José Manuel Casión Muñoz**

**Jefe de Servicio de Prestaciones Económicas, Subvenciones y Programas**

**Instituto Aragonés de Servicios Sociales**

**D.ª Luisa María Noeno Ceamanos**

**Jefa de Servicio de Igualdad e Integración Social - Sección de Inmigración**

**Dirección General de Igualdad y Familias**

**Departamento de Ciudadanía y Derechos Sociales**

**D. Ángel Gutiérrez Díez**

**Jefe de Servicio de Formación**

**Instituto Aragonés de Empleo**

**D.<sup>a</sup> María Luisa Souviron Guijo**  
**Jefe de Servicio de Intermediación**  
**Instituto Aragonés de Empleo**

**D. Recaredo García Gaspar**  
**Jefe de Servicio de Promoción de Empleo**  
**Instituto Aragonés de Empleo**

## 5. PRESUPUESTO INDICATIVO

En la estimación del presupuesto indicativo se ha tenido en cuenta lo establecido por el artículo 116 del Reglamento (UE) N° 1303/2013, de forma que los medios asignados para la aplicación de la Estrategia de Comunicación resultan proporcionales a la magnitud los Programas Operativos en cuestión.

El presupuesto estimado asciende a 700.000 euros para todo el periodo de programación, sin considerarse parte del mismo los costes de evaluación de la Estrategia de Comunicación.

Los gastos de información y publicidad que ejecute el Organismo Intermedio se contabilizarán dentro del Objetivo Temático de Asistencia Técnica de los Programas Operativos. Por otra parte, los órganos gestores y los beneficiarios financiarán con su propio presupuesto los gastos de difusión y publicidad que realicen de cada actuación, de acuerdo con lo establecido en la normativa comunitaria.

### **Presupuesto orientativo de la Estrategia de Comunicación de los Programas Operativos FEDER y FSE de Aragón 2014-2020**

	Euros
Coste estimado para las acciones información y publicidad relacionadas con las intervenciones FEDER	419.700 €
Coste estimado para las acciones información y publicidad relacionadas con las intervenciones FSE	280.300 €
<b>Coste estimado total</b>	<b>700.000 €</b>

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. Igualmente, a la hora de elaborar el presupuesto de las acciones de información y publicidad, se ha incluido el importe destinado a la comunicación del FEDER y FSE y del papel de la Unión Europea en Aragón por parte de todos los organismos y/o beneficiarios que participan en ambos Programas Operativos, se cofinancien o no con Fondos Europeos.



## 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 el artículo 116.3. del Reglamento (UE) 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.

En este sentido, el citado Reglamento estipula que los Comités de Seguimiento examinarán la aplicación de la Estrategia de Comunicación (artículo 110, apartado 2, letra d) del Reglamento (UE) 1303/2013), por lo que se les aportará información periódica sobre la aplicación de la Estrategia de Comunicación en las reuniones anuales de los Comités de Seguimiento y en los Informes anuales y final de ejecución de los Programas Operativos.

La Autoridad de Gestión correspondiente transmitirá al respectivo Comité de Seguimiento para su aprobación, a más tardar seis meses después de la adopción del Programa Operativo, la Estrategia de Comunicación. Asimismo, al menos una vez al año, informará al Comité de Seguimiento acerca de los avances en la aplicación de la estrategia, las actuaciones que ella haya llevado a cabo en virtud de sus obligaciones reglamentarias, así como de las Buenas Prácticas de actuaciones cofinanciadas llevadas a cabo en ese año en el ámbito de ese Programa Operativo. Asimismo, respecto a las actividades de comunicación que se tenga previsto llevar a cabo en el año siguiente, éstas serán siempre aquellas que estén ligadas con el avance en la aplicación de los Fondos de ese Programa Operativo y la presentación de las buenas prácticas, así como las obligadas para las Autoridades de Gestión. En todo caso, cada año se presentará un listado de aquellas actuaciones que van más allá de las ligadas a las Buenas Prácticas. Estas últimas se añadirán después de la reunión del Comité del año siguiente. Como ejemplo de lo que deberá aparecer en este listado, estarán las actuaciones obligadas para la Autoridad de Gestión y aquellas otras actuaciones de comunicación como actos generales, videos genéricos, etc, que no están directamente relacionados con la presentación de las Buenas Prácticas de actuaciones cofinanciadas, eje central de esta estrategia. En este listado se recogerá una fecha orientativa para llevar a cabo la actuación que se recoja. El resto de información, como montante, asistentes, en su caso, etc, se recogerá en los correspondientes indicadores de realización

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

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

Los Comités de Seguimiento de los Programas Operativos del FEDER y FSE de Aragón recibirán información anual de las Autoridades de Gestión sobre:

- a) la Estrategia de Comunicación y los avances en su aplicación;
- b) las medidas de información y publicidad llevadas a cabo;
- c) los medios de comunicación utilizados;
- d) el grado de ejecución física y financiera de la Estrategia (indicadores de seguimiento) y un análisis de los resultados;
- e) las actividades de información y de comunicación que se prevea efectuar el siguiente año;
- f) el contenido de cualquier modificación importante de la Estrategia.

● **Inclusión de información en los Informes anuales y final de ejecución de los Programas Operativos.**

Los informes anuales y el informe final de ejecución de los Programas Operativos a los que se refiere el artículo 111 del Reglamento (UE) 1303/2013 contendrán un capítulo destinado a presentar los avances en la aplicación de la Estrategia de Comunicación, ofreciendo información cualitativa y cuantitativa sobre:

- a) algunos ejemplos de las medidas de información y publicidad del programa operativo llevadas a cabo en el marco de la aplicación de la Estrategia de Comunicación;
- b) los medios de comunicación utilizados;
- c) las disposiciones relativas a la publicación, electrónica o por otros medios, de la lista de beneficiarios, operaciones y fondos públicos asignados;
- d) el grado de ejecución física y financiera de las medidas del Plan (indicadores de seguimiento);
- d) el contenido de cualquier modificación importante del Plan de Comunicación.

## 7. EVALUACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

---

Las evaluaciones de la Estrategia 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.

Estas evaluaciones de la Estrategia de Comunicación se recogerán en los respectivos Planes de Evaluación de los Programas Operativos FEDER y FSE, formando parte de los mismos.

Está previsto realizar dos ejercicios de evaluación a lo largo del periodo, en los primeros semestres de los años 2018 y 2021, que permitan comprobar si la aplicación de la Estrategia de Comunicación 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 por evaluadores externos en el marco de las evaluaciones generales de los Programas Operativos, 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 de Seguimiento y Evaluación de las Estrategias de Comunicación de los Programas Operativos de los Fondos Estructurales y de Inversión Europeos que la Autoridad de Gestión apruebe a estos efectos en el marco del Grupo de Responsables de Información y Publicidad (GERIP).

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

- **Informes de Evaluación de los Programas Operativos.**

Los informes de evaluación de los Programas Operativos del FEDER y FSE de Aragón incluirán, como anexo, el último informe de evaluación de la Estrategia de Comunicación.

- **Informes de Ejecución Anual de los Programas Operativos (año 2018 y 2020)**

Los informes de ejecución anual correspondientes a los años en que se evalúe la Estrategia de Comunicación (2018 y 2020) contendrán un capítulo que recoja los principales resultados de la evaluación de la Estrategia de Comunicación, tal y como establece el artículo 111 del Reglamento (UE) 1303/2013.

En la evaluación de la Estrategia de Comunicación se tendrán en cuenta los dos tipos de indicadores de impacto que se establecieron en el período de programación anterior, concretamente en la Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER y FSE, que son:

1. El primer tipo, respecto a las actuaciones de los distintos colectivos implicados en la gestión de los Fondos de cada Programa Operativo. En este sentido, se plantean tres indicadores:

- Grado de conocimiento de las obligaciones existentes en información y publicidad.
- Tasa de satisfacción, que indique la valoración de los órganos gestores y colaboradores respecto a la información facilitada.
- Tasa de utilidad de las actuaciones.

2. El segundo tipo de indicadores, respecto al conocimiento que la ciudadanía tiene de los Fondos procedentes de la Unión Europea y del papel que ésta juega en la mejora de su calidad de vida se añaden dos indicadores:

- Grado de conocimiento de los Fondos Estructurales y de Inversión.
- Grado de conocimiento del papel desempeñado por la Unión Europea.

La información necesaria para obtener estos indicadores se obtendrá principalmente de las entrevistas realizadas a órganos gestores y colaboradores, para la primera tipología de indicadores, y de los resultados de la encuesta a la ciudadanía, para la segunda.

Considerando los resultados obtenidos en el Informe de Evaluación Final del Plan de Comunicación de los Programas Operativos 2007-2013, se ha realizado la siguiente estimación de los indicadores de impacto para el período de programación 2014-2020:

**Indicadores de impacto de la Estrategia de Comunicación de los Programas Operativos FEDER y FSE de Aragón**

		2013	2014-2020
Grado de conocimiento de las obligaciones		100%	100%
Tasa de satisfacción respecto a la información facilitada		86%	90%
Tasa de utilidad de las actuaciones		88,46%	90%
Grado de conocimiento de los Fondos Estructurales y de Inversión	FSE	43%	45%
	FEDER	50,90%	55%
Grado de conocimiento del papel desempeñado por la UE		61,60%	65%

## 8. ANEXO DE INDICADORES

TIPOS DE ACTIVIDADES	INDICADORES DE REALIZACIÓN		INDICADORES DE RESULTADOS	
1. ACTIVIDADES Y ACTOS PÚBLICOS	(Nº) EVENTOS REALIZADOS	215	(Nº) ASISTENTES	30.000
2. DIFUSIÓN EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN	(Nº) ACTOS DIFUSIÓN	225		
3. PUBLICACIONES REALIZADAS	(Nº) PUBLICACIONES EXTERNAS	140	(%) PUBLICACIONES DISTRIBUIDAS/EDITADAS	100
			(Nº) PUNTOS DE DISTRIBUCIÓN	52
4. INFORMACIÓN A TRAVÉS PÁGINAS WEB	(Nº) PÁGINAS WEB	27	(Nº) PROMEDIO ANUAL VISITAS	250.000
5. INFORMACIÓN A TRAVÉS DE CUALQUIER TIPO DE CARTELERA	(Nº) SOPORTES PUBLICITARIOS	160		
6. INSTRUCCIONES EMITIDAS HACIA LOS PARTICIPANTES EN LOS PROGRAMAS OPERATIVOS	(Nº) DOCUMENTACIÓN INTERNA DISTRIBUIDA	110	(%) ORGANISMOS CUBIERTOS	100
7. REDES DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD.	(Nº) REDES	3	(Nº) REUNIONES	84
			(Nº) ASISTENTES	34

Los indicadores se volcarán en la aplicación INFOCO2014 de la forma más continuada posible, a poder ser cuando se realicen las actuaciones de comunicación. En todo caso, el volcado se hará de forma obligada en dos momentos del tiempo: el primero en el mes de marzo, o un mes antes de las fechas previstas para el primero de los Comités de Seguimiento del año; y el segundo volcado en el mes de octubre de cada año.

## NOTA METODOLÓGICA SOBRE LOS INDICADORES

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

Se recogen el número de actos de lanzamiento de 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 Regional Comunitaria en España.

Los indicadores a cumplimentar relativo a este grupo de acciones son dos, uno de realización y otro de resultados:

- Número de eventos realizados.
- Número de asistentes a dichos eventos.

### **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 y noticias en radio, “banner” en Internet, notas de prensa, noticias en prensa...) 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.

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

- Número de actos de difusión

### **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 los Programas Operativos o alguna de sus actuaciones concretas, así como aquellas relacionadas con la Política Regional Europea.

Los indicadores a cumplimentar relativos a este grupo de acciones son tres, uno de realización y dos de resultados:

- Número de publicaciones externas.
- Porcentaje de publicaciones distribuidas/editadas.
- Número de puntos de distribución.

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

Contabiliza las principales web utilizadas para la transmisión de información sobre los Programas Operativos o algunas actuaciones en concreto, así como la relacionada con la Política Regional Europea. En el caso de los Programas Regionales se contabilizan las relativas a las Autoridades de Gestión y la del Organismo Intermedio regional, y también las páginas web de los beneficiarios públicos que participan en la aplicación de los Fondos de ambos Programas Operativos.

Los indicadores a cumplimentar son dos, uno de realización y uno de resultados:

- Número de páginas web.
- Número de visitas.

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

#### **5. Información a través de cualquier tipo de cartelería**

Se recogen los distintos soportes (pósteres, carteles, placas, expositores, stands y/o vallas) utilizados con fines publicitarios, con la finalidad de dar a conocer los Programas Operativos o alguna de sus actuaciones concretas entre la ciudadanía. También se incluirá el material promocional realizado (bolígrafos, marcapáginas, carpetas, pendrives,...)

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

- Número de soportes publicitarios



## **6. Instrucciones emitidas hacia los participantes de los Programas Operativos**

Se incluye toda la documentación distribuida desde las Autoridades de Gestión y/o el Organismo Intermedio a los Organismos Gestores/Colaboradores de los Programas Operativos, y/o potenciales beneficiarios/beneficiarios de los Fondos Europeos, o desde los Organismos Gestores/Colaboradores a los beneficiarios y/o beneficiarios potenciales de los Fondos Europeos (guías metodológicas, instrucciones, ...).

En este grupo de acciones hay que cumplimentar dos indicadores, uno de realización y uno de resultados:

- Número de documentación interna distribuida
- Porcentaje de organismos cubiertos.

## **7. Redes de información y publicidad**

Se recogen las redes de Comunicación establecidas para poner en marcha y llevar a la práctica las medidas de información y publicidad plasmadas en la Estrategia de Comunicación, en la línea de especial sensibilización sobre el establecimiento de redes comunitarias, que permitan garantizar el intercambio de buenas prácticas y el intercambio de experiencias en materia de información y publicidad.

Los indicadores a cumplimentar son tres, uno de realización y dos de resultados:

- Número de redes formalmente constituidas.
- Número de reuniones.
- Número de asistentes a las reuniones.

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 Programas Operativos. Asimismo, se ha tratado de garantizar la transparencia en la gestión de las actuaciones, con el objetivo de concienciar a la ciudadanía del papel que la Unión Europea juega en el incremento de su calidad de vida, destacando los resultados de las actuaciones recogidas en los Programas Operativos.

## 9. ANEXO DE MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD ANUALES

<b>PLAN DEL AÑO 2015</b>		
<b>Actuación</b>	<b>Público Objetivo</b>	<b>Momento de puesta en marcha. Fecha orientativa</b>
Acto de lanzamiento del Programa Operativo FEDER Aragón	Beneficiarios potenciales y público en general	5 de octubre 2015
Revista de Investigaciones regionales año 2016. Artículo sobre Fondos Europeos y Política regional en cada uno de los números publicados	Universitarios y público en general	Tres al año en febrero, junio y noviembre
Revista Infondo de difusión de la política regional en España	Público en general	La del año anterior en los primeros meses del año inmediatamente posterior
Creatividad en prensa de la propia Autoridad de Gestión	Público en general	A finales del año 2016
Publicación de la lista de operaciones en el portal web único de la Autoridad de Gestión	Público en general, media y beneficiarios	Actualización cuando comience la puesta en marcha de las actuaciones
Actualización de la base de datos de Buenas Prácticas de Actuaciones cofinanciadas en el apartado específico de la web de la Autoridad de Gestión	Público en general	Cuando se vayan presentando por parte de los beneficiarios

<b>PLAN DEL AÑO 2016</b>		
<b>Actuación</b>	<b>Público Objetivo</b>	<b>Momento de puesta en marcha. Fecha orientativa</b>
Acto Anual de Comunicación	Beneficiarios potenciales y público en general	25 y 26 de enero de 2016
Acto de lanzamiento del Programa Operativo FSE Aragón	Beneficiarios potenciales y público en general	10 de marzo de 2016

Edición impresa de los Programas Operativos FEDER y FSE de Aragón	Beneficiarios potenciales y público en general	Marzo-abril de 2016
Difusión en los medios de comunicación de los Programas Operativos FEDER y FSE de Aragón	Público en general	A lo largo del año
Celebración del segundo Comité de Seguimiento del Programa Operativo FEDER Aragón	Beneficiarios potenciales	19 de abril de 2016
Revista de Investigaciones regionales año 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	En los primeros meses de 2016
Creatividad en prensa de la propia Autoridad de Gestión	Publico en general	A finales del año 2016
Publicación de la lista de operaciones en el portal web único de la Autoridad de Gestión	Público en general, media y beneficiarios	Actualización cuando comience la puesta en marcha de las actuaciones
Comunicación de las obligaciones y tareas que se les atribuyen en el marco de los Programas Operativos	Beneficiarios potenciales	Antes de la puesta en marcha de las operaciones
Folletos informativos y carteles sobre los Programas Operativos FEDER y FSE de Aragón	Beneficiarios potenciales y público en general	Primer semestre
Jornadas formativas y de difusión sobre los Programas Operativos FEDER y FSE de Aragón	Beneficiarios potenciales y público en general	Segundo y tercer trimestre
Actualización de la base de datos de Buenas Prácticas de Actuaciones cofinanciadas en el apartado específico de la web de la Autoridad de Gestión	Público en general	Cuando se vayan presentando por parte de los beneficiarios

Cada año se añadirán aquellas medidas de información y publicidad (actos, videos, difusión en prensa, etc) que se hayan relacionado con las Buenas Prácticas de actuaciones cofinanciadas presentadas en el año correspondiente.