

Plan de comunicación

do Programa FEAG en Galicia
2010-2012



COMISIÓN EUROPEA
DG de Empleo, Asuntos Sociales e
Inclusión
Fondo Europeo de Adaptación a la
Globalización



XUNTA
DE GALICIA

ÍNDICE DE CONTIDOS

1. PRESENTACIÓN	4
2. INTRODUCIÓN	5
2.1 SITUACIÓN DE PARTIDA	5
2.2 VALORACIÓN DOS RESULTADOS E MEDIDAS DESENVOLTAS EN PERIODOS ANTERIORES.....	6
3. O CONTIDO DO PLAN DE COMUNICACIÓN DO PROGRAMA FEAG	7
3.1 REFERENTES METODOLÓXICOS E NORMATIVOS DO PLAN DE COMUNICACIÓN DO FEAG DE GALICIA	8
3.1.1 <i>Normas xerais das medidas de información e publicidade para o desenvolvemento do Programa FEAG</i>	9
4. OBXECTIVOS	12
4.1 OBXECTIVOS DE COMUNICACIÓN	12
5. O PÚBLICO OBXECTIVO	14
6. ÁMBITO DE ACTUACIÓN	16
7. DEFINICIÓN DA ESTRATEXIA DE COMUNICACIÓN	17
7.1 VALOR ESTRATÉXICO E MENSAXE	17
8. ACCIÓNS DE COMUNICACIÓN	18
8.1 ACCIÓNS DE COMUNICACIÓN	18
8.1.1 <i>Medidas relacionadas coa posta en marcha do FEAG de Galicia</i>	18
8.1.2 <i>Medidas relacionadas coa execución e os resultados obtidos</i>	21
8.2 CADRO RESUMO DA ESTRATEXIA E ACCIÓNS DE COMUNICACIÓN.....	22
9. CALENDARIO	25
10. MAPA DE RESPONSABLES	28
10.1 PERSOAS DE CONTACTO E RESPONSABLES DE INFORMACIÓN E PUBLICIDADE	28
11. ORZAMENTO	31
12. INDICADORES	35
12.1 NOTA METODOLÓXICA SOBRE OS INDICADORES DE SEGUIMENTO E AVALIACIÓN	36
12.1.1 <i>Actividades e actos públicos</i>	36
12.1.2 <i>Difusión en medios de comunicación</i>	36
12.1.3 <i>Publicacións realizadas</i>	36
12.1.4 <i>Información a través de páxinas web</i>	36
12.1.5 <i>Información a través de calquera tipo de carteleira</i>	36
13. SISTEMA DE SEGUIMENTO E AVALIACIÓN DAS MEDIDAS DE COMUNICACIÓN E PUBLICIDADE	37

13.1	SEGUIMENTO DO PLAN	37
13.2	AVALIACIÓN DO PLAN	38
14.	ANEXOS	39
14.1	A IDENTIDADE GRÁFICA DA UNIÓN EUROPEA.....	39
14.1.1	<i>O logo FEAG</i>	39
14.2	A IDENTIDADE GRÁFICA DA XUNTA DE GALICIA	39

1. Presentación

Segundo o Regulamento (CE) nº 1927/2006 do Parlamento Europeo e do Consello, de 20 de decembro de 2006, se crea o Fondo Europeo de Adaptación á Globalización¹, e en particular, no seu artigo 12, apartado 7.

O Regulamento 546/2009 do Parlamento Europeo e do Consello de 18 de xuño de 2009, modifica o 1927/2006, polo que se crea o Fondo Europeo de Adaptación á Globalización DOUE L 167 de 29/6/2009

O Fondo Europeo de Adaptación á Globalización (FEAG) ten por obxecto apoiar e axudar ás persoas traballadoras despedidas, como consecuencia dos cambios estruturais importantes nos patróns do comercio mundial en especial nas rexións e sectores desfavorecidos pola apertura á economía globalizada, e apoialos a reintegrarse no mercado laboral. Neste sentido o FEAG pretende estimular o crecemento económico e a creación de emprego na Unión Europea.

O FEAG tal como recolle o acordo interinstitucional de 17 de maio de 2006, conta cunha dotación anual potencial dun máximo de 500 millóns de euros destinada á reinserción laboral de persoas traballadoras.

¹ DOUE L 48 de 21/2/2008.

2. Introducción

Ante a disponibilidad de financiación dos Fondos FEAG e a situación que a continuación expónse, a comunidade autónoma de Galicia solicitou a súa participación no desenvolvemento dun programa FEAG.

2.1 Situación de partida

A liberalización dos comercios textiles e as prendas de vestir provocaron cambios radicais na estrutura do comercio mundial. Con arreglo ás cifras de EUROSTAT², as importacións de prendas de vestir na EU-27 incrementáronse nun 20,5% entre 2005 e 2008, desde os 49.305 millóns de euros ata 59.433 millóns de euros. O principal provedor foi China, cun incremento do 49,2% das súas importacións na EU-27 durante o período 2005-2008. Ademais existe unha tendencia xeral da industria téxtil e da confección a deslocalizar a produción en países con menores costes fora da UE, como Túnez, China, Marrocos e outros países asiáticos. Estes feitos demostran o vínculo existente entre os despedidos e os grandes cambios estruturais nos patróns do comercio mundial. Así mesmo o novo contexto económico provocado pola crise financeira e económica, que non pudo preverese, tivo un impacto negativo na industria téxtil e da confección dende o terceiro trimestre de 2008.

Galicia veuse moi afectada pola crise industrial. Durante o período 2007-2009, perdéronse 32.700 empregos na industria, 4.414 dos cales aconteceron na industria téxtil, 3.940 na automovilística e 2.098 na marítima.

Período de referencia:	1-03-09 a 30-11-09
Despidos durante o período de referencia:	703
Total de empresas afectadas:	82
Persoas traballadoras despedidas para as que se prevee a axuda:	500 (432 mulleres -86,5%- e 68 homes -13,5%-)

² http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/textiles/statistics/index_en.htm

O 5 de febreiro de 2010, España presentou unha solicitude para mobilizar o FEAG en relación cos despedidos que tiveron lugar en 82 empresas cuxa actividade desenvólvese no marco da división 14 (confección de prendas de vestir) da NACE, revisión 2, nunha soa rexión NUTS 2, Galicia (ES11), e a complementou coa información adicional ata o 11 de maio de 2010.

Dita solicitude segundo a decisión do Parlamento Europeo e do Consello relativa á mobilización do Fondo Europeo de Adaptación á Globalización, de conformidade co apartado 28 do Acordo Interinstitucional, do 17 de maio de 2006, entre o Parlamento Europeo, o Consello e a Comisión sobre disciplina presupuestaria e boa xestión financeira (solicitude FEAG/2010/003 ES/Galicia Textiles, procedente de España), cumpriu os requisitos para a determinación das contribucións financeiras segundo o establecido no artigo 10 do Regulamento (CE) nº 1927/2006. Por conseguinte, a Comisión propuso mobilizar un importe de 1.844.700 € para o FEAG de Galicia.

2.2 Valoración dos resultados e medidas desenvoltas en periodos anteriores

Atopámonos ante o primeiro proxecto FEAG en Galicia que se está a xestionar, neste sentido non existen resultados e medidas desenvoltas para outros FEAG en Galicia con anterioridade ao periodo 2010-2012. Sí existe como referencia a información doutros FEAG xestionados por outras comunidades autónomas dende o 2008. Poden consultarse as fichas de solicitudes presentadas na páxina web do FEAG³.

³ <http://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=582&langId=es>

3. O contido do Plan de Comunicación do Programa FEAG

O Plan de Comunicación é o documento onde se deseñará a estratexia de comunicación e as accións a pór en marcha para dar a coñecer o proxecto e a contribución europea.

O plan conta con tres partes diferenciadas: o desenvolvemento conceptual (a idea), o deseño da estratexia (as accións) e a visualización das ideas e accións (as creatividadeas). Neste sentido requirirá que previamente se reflexione sobre a conceptualización do proxecto que resulte nunha idea que conecte co público obxectivo e comunique con eficacia a esencia do proxecto. Con posterioridade deseñaranse que canles e medios son os máis idóneos para trasladar a mensaxe e finalmente, concretarase a idea e estratexia no desenvolvemento das creatividadeas adaptadas a cada soporte.

En concreto o Plan de Comunicación conterá a seguinte información:

Obxectivos de comunicación

Grupo de destinatarios

Ámbito de actuación

Estratexia de comunicación: mensaxe e posicionamento

Estratexia de medios: accións de comunicación

Calendario

Orzamento

Mapa de responsables

Indicadores

Accións de seguemento e avaliación

É por tanto o Plan de Comunicación a peza estratéxica que conterá toda a información sobre a información e publicidade a desenvolver dentro do proxecto.

3.1 Referentes metodolóxicos e normativos do Plan de Comunicación do FEAG de Galicia

O desenvolvemento do Programa FEAG de Galicia sendo un programa cofinanciado pola Comisión Europea, establece unhas esixencias normativas en materia de información e publicidade sobre as actuacións e resultados.

Segundo o Regulamento (CE) nº 1927/2006 do Parlamento Europeo e do Consello de 20 de decembro de 2006 polo que se crea o Fondo Europeo de Adaptación á Globalización, no seu artigo 9 en referencia a información e publicidade, establécese a necesidade por parte do estados membros de facilitar información sobre as accións financiadas e o encargo de darlles publicidade.

A normativa que regula en materia de información e publicidade o FEAG de Galicia é a seguinte:

- Regulamento (CE) nº 1927/2006 do Parlamento Europeo e do Consello, de 20 de decembro de 2006, polo que se crea o Fondo Europeo de Adaptación á Globalización⁴,
- Regulamento 546/2009 do Parlamento Europeo e do Consello de 18 de xuño de 2009, que modifica o 1927/2006, polo que se crea o Fondo Europeo de Adaptación á Globalización⁵.

Con carácter xeral e como complemento a información en materia de información e publicidade, contida nos regulamentos de creación do FEAG haberá de guiarse as cuestións, sobre información e publicidade no seguinte regulamento, que afectan en cuestión de información e publicidade para os PO do Fondo Social Europeo (FSE).

- Regulamento (CE) Nº 1828/2006 da Comisión de 8 de decembro de 2006 polo que se fixan normas de desenvolvemento para o Regulamento (CE) Nº 1083/2006.

En canto a documentos metodolóxicos sobre información e publicidade convén consultar os seguintes:

- Information and Communication Plan 2007 (European Commission Regional Policy Directorate-General).

⁴ DOUE L 48 de 21/2/2008.

⁵ DOUE L 167 de 29/6/2009

- Methodology for Communicating the Use of EU Fund Co-Financing during the Programme Period 2007-2013 (Transparency, Coordination and Communication Management): Methodology for the Creation and Implementation of the OP Communication Action Plan (Diciembre, 2006).

3.1.1 Normas xerais das medidas de información e publicidade para o desenvolvemento do Programa FEAG

Na seguinte táboa recóllense as esixencias normativas en materia de información e publicidade para o FEAG 2010-2012 segundo a información contida nos regulamentos.

Deberán adoptarse as seguintes medidas:

	Actuacións	Referente normativo
Responsabilidade da Autoridade de Xestión en medidas de información e publicidade destinadas aos beneficiarios potenciais		
1	Realizar de conformidade co Plan de Comunicación, a ampla difusión do Programa, con información sobre as contribucións financeiras do Fondo en cuestión, e a súa posta a disposición de todas as partes interesadas.	Regulamento (CE) N ^o 1828/2006, art. 5.1
2	Realizar a maior difusión posible da información sobre as oportunidades financeiras de axuda conxunta que ofrecen a Comunidade e os Estados membros a través do programa.	
3	Facilitar aos beneficiarios potenciais información clara e detallada sobre: <ul style="list-style-type: none"> - as condicións que han de cumprirse para poder acceder ao financiamento no marco dun Programa - a descrición dos procedementos de exame das solicitudes de financiamento e dos períodos de tempo correspondentes - os criterios de selección das operacións que se van a financiar - os contactos a nivel nacional, rexional ou local que poden facilitar información sobre os programas operativos 	Regulamento (CE) N ^o 1828/2006, art. 5.2

Medidas de información e publicidade para os beneficiarios		
4	Realizar unha actividade informativa importante relativa á publicidade do lanzamento do Programa, mesmo en ausencia da versión final do Plan de Comunicación	Regulamento (CE) N° 1828/2006, art.7.2.a)
5	Realizar polo menos unha actividade informativa anual importante, de acordo co establecido no plan de comunicación, na que se presenten os logros do Programa, incluídos, no seu caso, os proxectos importantes	Regulamento (CE) N° 1828/2006, art.7.2.b)
6	Izamiento da bandeira da Unión Europea durante unha semana a partir do 9 de maio (día de Europa) e segundo recolle o manual de presentación de solicitudes do FEAG haberá que colocar a bandeira europea en calquera sala onde se celebren actos públicos (conferencias, presentacións, feiras,...).	Regulamento (CE) N° 1828/2006, art.7.2. c)
7	Publicación da lista de beneficiarios, operacións e fondos públicos asignados a cada operación	Regulamento (CE) N° 1828/2006, art.7.2. d)
8	Informar aos beneficiarios das accións sobre a súa participación nun proxecto cofinanciado pola Unión Europea, garantindo a transparencia da actuación.	Manual de presentación de solicitudes do FEAG
Responsabilidades dos beneficiarios en medidas de información e publicidade destinadas ao público en xeral		
9	Colocación de placas explicativas permanente, visible e de gran tamaño, nun prazo máximo de seis meses a partir da conclusión dunha operación	Regulamento (CE) N° 1828/2006, art.8.2
10	Colocación de carteis durante a execución da operación nos enclaves de determinadas operacións de infraestruturas e construción	Regulamento (CE) N° 1828/2006, art. 8.3
Medidas de información e publicidade de carácter xeral		
11	Indicar a participación da Unión Europea en todo o material de información e comunicación xerado no proxecto (publicacións, material formativo, folletos, páxinas web, bases de datos,...). Todas as Medidas de Información e Publicidade teñen que	Regulamento (CE) N° 1828/2006, art. 9 e Manual de presentación de solicitudes do FEAG

	incluir:	
	<ul style="list-style-type: none">- o emblema da Unión Europea, de conformidade coas normas gráficas establecidas no anexo I, así como a referencia á “Comisión Europea. DG de Empleo, Asuntos Sociales e Inclusión”- a referencia ao Fondo en cuestión “Fondo Europeo de Adaptación a la Globalización”- o logo do propio fondo FEAG	

4. Obxectivos

A redacción do Plan de Comunicación do FEAG de Galicia 2010-2012 ademais de dar resposta ás mencionadas previsións regulamentarias, aspira sobre todo, a dar unha mellor información sobre todo o relativo ao FEAG e dar difusión ao concepto *adicionalidad* do Fondo, sendo un complementador do esforzo financiador das autoridades. Por estes motivos o Plan se configura como o vehículo máis importante para facer chegar a voz de Europa, a través do FEAG, a Galicia e a todos os cidadáns en xeral. Éste é o **obxectivo global**:

- Divulgar a política rexional europea en Galicia contribuíndo a concienciar na opinión pública galega sobre a importancia das actuacións realizadas no marco do Programa FEAG de Galicia.

A continuación delimitanse unha serie de obxectivos claros coa finalidade de conseguir os resultados propostos.

4.1 Obxectivos de comunicación

Os principais obxectivos xiran entorno ás prioridades de notoriedade e transparencia. En concreto defínense tres obxectivos principais:

1. Xerar a maior notoriedade posible e visibilizar a contribución do FEAG no desenvolvemento das accións postas en marcha.
 - Comunicar e informar dun xeito eficaz sobre todo o relativo ao FEAG ao grupo de destinatarios (principalmente beneficiarios e beneficiarios potenciais).
 - Informar e presentar a todos os interesados o FEAG e as prioridades que persegue.
 - Informar sobre a forma en que se utilizan os recursos e a contribución financeira do FEAG, promovendo, así, a actividade responsable realizada pola UE en Galicia.
 - Mellorar o coñecemento dos logros conseguidos en Galicia grazas ao FEAG como consecuencia da mellora da adaptabilidade, empleabilidade e do capital humano.

- Contribuir a unha execución transparente das intervencións das políticas de cohesión a través de información continuada, clara e accesible.
 - Dar a conocer os sistemas e procedementos de xestión e os requisitos e procedementos de acces aos mesmos.
- 2. Concienciación e consolidación sobre o papel e imaxe que Europa xoga a través da aplicación das políticas de cohesión social, crecemento económico e mellora da calidade de vida da cidadanía en Galicia.
- 3. Impulsar a participación dos beneficiarios e beneficiarios potenciais no desenvolvemento e consecución dos obxectivos do programa FEAG.

Como obxectivo complementario establécese o seguinte:

- 4. Mellorar a formación dos profesionais da comunicación en asuntos relacionados coa política comunitaria de cohesión, para conseguir a maior eficacia nas accións de comunicación que desenvolvan.

Beneficios do bo desenvolvemento do Plan de comunicación

O Plan de Comunicación convértese nun instrumento que vai achegar elementos moi positivos para mellorar a eficacia do Programa FEAG, e é a clave para aproximar a Política Rexional á sociedade, mediante a comprensión dos seus fins, os seus medios e os seus resultados. Neste sentido, dous elementos importantes serán, a sensibilización e motivación dos potenciais participantes no proxecto, con vistas a dar a coñecelo e transmitir con claridade os seus obxectivos e expectativas. Nos seguintes apartados do plan defínense a estratexia e accións a levar a cabo coa finalidade da consecución dos obxectivos marcados.

5. O público obxectivo

O FEAG de Galicia aprobado pola Comisión Europea, dirixe as súas actuacións a un grupo amplo de destinatarios, neste sentido é importante identificar cada un dos públicos obxectivo de destinatarios coa finalidade de elixir a forma e o medio de difusión máis axeitado, feitos que garantirán o éxito das medidas de información e publicidade postas en marcha.

O grupo de destinatarios diferencianse principalmente en tres categorías: autoridade de xestión e beneficiarios, beneficiarios potenciais, e poboación ou público en xeral.

A continuación concrétase o grupo de destinatarios do FEAG de Galicia:

Beneficiarios

Segundo o Regulamento (CE) Nº 1828/2006, no seu artigo 2.4, establece que serán os beneficiarios “Todo operador, organismo ou empresa, de carácter público ou privado, responsable de iniciar ou de iniciar e executar as operacións”. No ámbito dos réximes de axuda a que se refire o artigo 87 do Tratado, entenderase por beneficiario toda empresa pública ou privada que leve a cabo un proxecto particular e reciba axuda pública”. Neste sentido serán beneficiarios todo organismo susceptible de optar a financiación comunitaria, e de converterse, por tanto, en participantes das accións cofinanciadas no marco do Programa FEAG.

De carácter administrativo

- *Autoridade de xestión:* Unidade Administradora do Fondo Social Europeo (centro dependente da Dirección Xeral da Economía Social, do Traballo Autónomo e do Fondo Social Europeo -Secretaría Xeral de Emprego- Ministerio de Traballo e Inmigración).
- *Órgano intermedio:* a Dirección Xeral de Planificación e Fondos - Consellería de Facenda.
 - Outros órganos xestores da Xunta de Galicia que colaboran co órgano intermedio: Dirección Xeral de Relacións Laborais da Consellería de Traballo e Benestar.

Outros beneficiarios

- Entidades locais, rexionais e interlocutores sociais: aquelas asociacións e entidades participantes no desenvolvemento do proxecto. Os principais axentes neste sentido serán para o proxecto FEAG empregatex:
 - Confederación de Industrias Têxtils de Galicia – Clúster Têxtil Moda - COINTEGA
 - Comisións Obreiras, Industrias Têxtil-Pel, Químicas e Afíns.
 - UXT – FIA Galicia

Destinatarios finais das accións

O grupo de beneficiarios finais estará composto polo seguintes perfís:

- Persoas traballadoras despedidas pertencentes ás seguintes categorías, segundo a Clasificación Internacional Uniforme de Ocupacións:
 - 743 Oficiais e operarios dos têxtils e da confección e afíns
 - 744 Oficiais e operarios das peles, coiro e calzado

Entre estas categorías atópanse diferentes perfís profesionais: operadores/as de máquinas textiles, persoal de almacén, cortadores/as, planchadores/as, inspectores/as, costureiros/as, patronistas e outros (persoal administrativo, comercial, conductores/as, persoal informático, de limpeza e mecánicos/as).

Poboación en xeral

Este grupo estará composto pola cidadanía galega en xeral,

- Medios de comunicación: radio, prensa, televisión e internet formarán parte do público ao que hai que dirixir actividades de información e publicidade do Programa FEAG de Galicia.
- Público en xeral: a sociedade galega en xeral e calquera outro público é susceptible de ser informado sobre as actuacións do Programa FEAG.

Cada grupo de destinatarios está estreitamente asociado a un ou varios dos obxectivos do Plan e deseñaranse medidas en concreto para cada tipo de destinatarios.

6. **Ámbito de actuación**

O programa FEAG ten un ámbito de actuación para toda Galicia, comprendendo as provincias de A Coruña, Lugo, Ourense e Pontevedra).

O ámbito temporal do FEAG vai dende o 8 de febreiro de 2010, data na que comenzáronse a prestar os servizos persoalizados ás persoas traballadoras afectadas incluídas no paquete proposto á cofinanciación do FEAG. Deste xeito esta data representa o inicio do período de admisibilidade para calquer tipo de asistencia e actividade do FEAG e chegará ata febreiro de 2012.

7. Definición da estratexia de comunicación

A estratexia definida en comunicación para o PROGRAMA FEAG de Galicia garantirá unha xestión transparente e integrada.

Plantéxase unha estratexia de 360º, onde se utilizarán todas as ferramentas de comunicación a disposición, salientando o uso das novas tecnoloxías e ofrecendo unha xestión total e coherente que contribúa a aumentar a transcendencia e garanta o éxito da mensaxe que se traslade, así como o cumprimento dos obxectivos marcados.

Para iso apóiase o deseño da estratexia de comunicación ao redor de 4 variables. A finalidade de aplicar un modelo de 4 variables é a de ofrecer unha ferramenta aplicable á comunicación do PROGRAMA FEAG de Galicia que permita manexar a comunicación de forma integral, entendendo que a comunicación é unha dimensión aplicable a todos os ámbitos de actividade do PROGRAMA.

Neste sentido, o modelo desenvolvido oríentase en torno a 4 variables ou dimensións da comunicación que permiten dar a coñecer e comunicar todo o PROGRAMA no seu conxunto:

1. Comunicación corporativa
2. Comunicación interna
3. Comunicación externa
4. Relacións públicas e gabinete

No seguinte apartado desenvólvense cada unha das variables ao redor das que se deseñarán as accións a pór en marcha que conterá o Plan.

7.1 Valor estratéxico e mensaxe

A comunicación do PROGRAMA FEAG de Galicia orientarase e centrarase en dar a coñecer o Programa de reinserción laboral para persoas desempregadas do sector téxtil, que é a esencia do FEAG de Galicia. O valor estratéxico da comunicación do PROGRAMA xirará en torno a prestar axuda a atopar unha saída profesional ás persoas en situación de desemprego. Neste sentido a mensaxe centrarase na seguinte:

“En Galicia tes unha nova oportunidade para o emprego”

8. Accións de comunicación

A posta en marcha do plan de comunicación foi deseñado en coherencia cos obxectivos e a estratexia deseñada. En concreto, artículase 10 accións a desenvolver que se desglosan a continuación:

8.1 Accións de comunicación

As medidas e accións a pór en marcha agruparanse en torno a dous momentos diferentes e ao redor das catro variables ou dimensións de comunicación comentadas:

- Fase posta en marcha do PROGRAMA FEAG de Galicia
- Fase de execución do PROGRAMA FEAG de Galicia

8.1.1 Medidas relacionadas coa posta en marcha do FEAG de Galicia

Dimensión 1: Comunicación corporativa

A comunicación corporativa é aquela pola cal a entidade emite unha mensaxe de si mesma co fin de transmitir ou dicir ao público o que é. Neste caso será a dimensión encargada de desenvolver a idea a comunicar, conceptualizala gráficamente e coidar o desenvolvemento desa identidade. Dentro deste apartado as actividades a desenvolver serán:

Actuación 1) Denominación do PROGRAMA FEAG de Galicia: naming

O primeiro dos pasos para a posta en marcha do PROGRAMA pasa por denominalo, poder chamalo dalgunha maneira, neste sentido será parte fundamental e crítico escoller un nome co que podamos referirnos ao Programa. Nesta primeira fase o resultado será a construción dun nome para denominar o proxecto, un nome que responda ás principais leis na construción de marcas, preferiblemente curto, fácil de pronunciar, evitando cacofonías.

Baseándose en transmitir de forma clara o principal obxectivo do proxecto “promover a inserción laboral das persoas desempregadas do sector téxtil”, trasládase ambas as ideas a través de dous conceptos empleabilidade, posibilidade de emprego, e téxtil, referenciando ao sector obxectivo, conceptualizados de forma clara e directa.

Actuación 2) Deseño conceptual e gráfico da identidade do PROGRAMA FEAG de Galicia

Unha vez alcanzado un nome para designar o proxecto, o segundo dos pasos consistirá no desenvolvemento da identidade do proxecto, que se concretará no deseño do logo do proxecto. Devandito resultado será froito das seguintes etapas:

Actuación 2.1. Manual de identidade corporativa do proxecto

Coa finalidade de crear unha identidade corporativa representativa e notoria, desenvolverase un manual de identidade que teña por obxectivo garantir a homoxeneidade na presentación do proxecto e marcar as pautas en canto á obrigatoriedade de presentación do logo do proxecto e do resto de logos de entidades participantes, ao tratarse dun proxecto subvencionado co fondo FEAG.

O manual de identidade corporativa do proxecto recollerá a seguinte información:

Símbolo, logotipo, logo, tipografía, cores, composicións, usos incorrectos e tamaño mínimo.

Actuación 2.2. Aplicacións de papelería do proxecto

Deseñaranse as aplicacións de papelería básicas do proxecto e adaptaranse para que poidan ser utilizadas nos soportes informáticos máis comúns. En concreto deseñaranse:

1ª e 2ª folla de folio, sobre americano, sobre bolsa, cartafol porta documentos, caderno, portada de CD, firma de correo electrónico, selo, memoria USB, bolígrafo, tríptico ou folleto, documento en Word e presentación en Power Point.

Dimensión 2: Comunicación interna

Actuación 3) Comunicacións internas

A comunicación interna céntrase no capital humano. O principal obxectivo da comunicación interna é dar a coñecer e facer partícipes a todos os membros da autoridade de xestión e organismos intermedios da comunicación que se desenvolve coa finalidade de implicarvos na mesma a través de:

Actuación 3.1. Reunións

Actuación 3.2. Contacto telefónico

Actuación 3.3. Correo electrónico

Actuación 3.4. Intranet

Actuación 3.5. Envío de informes

Dimensión 4: Relacións públicas e gabinete

O principal obxectivo das relacións públicas (RR.PP.) é conseguir que o proxecto teña unha imaxe positiva e un recoñecemento na sociedade. O seu traballo céntrase en abrir vías de diálogo e establecer relacións, eficaces, de forma permanente con todos os públicos aos que se dirixe o proxecto.

Dentro deste ámbito, distínguense dous aspectos, a función de gabinete de prensa e a organización de eventos.

Actuación 4) Gabinete de prensa

Deseñaranse os fitos informativos do proxecto, coa finalidade de conseguir unha comunicación periódica, desenvolveranse os contidos e seleccionaranse as fontes de interese a nivel global coas que establecer contactos e a nivel particular coa finalidade de conseguir divulgar información de maior calado.

Actuación 4.1. Envío de convocatorias de prensa

Actuación 4.2. Envío de notas de prensa

Actuación 5) Rolda de prensa

A primeira das actividades que se realizará para dar a coñecer o Programa FEAG de Galicia, será a organización dunha rolda de prensa para a presentación pública do proxecto. Este evento será e marcará o inicio da comunicación do proxecto tendo por tanto especial relevancia e interese, de modo que se haberán de coidar todos os detalles e salientar en conseguir a maior cobertura mediática posible.

8.1.2 Medidas relacionadas coa execución e os resultados obtidos

Dimensión 3: Comunicación externa

A comunicación externa é aquela que contribúe a crear unha imaxe do proxecto, pero o seu obxectivo en concreto é actuar sobre a imaxe e posibilidade de conseguir persoas beneficiarias potenciais para as actividades do proxecto.

Neste sentido a dimensión da comunicación externa xoga un papel fundamental, dentro desta dimensión inclúense as seguintes sub-áreas: a mercadotecnia, a publicidade e Internet.

Actuación 6) Mercadotecnia

Porase en marcha unha campaña de promoción e difusión do proxecto aos potenciais beneficiarios.

Actuación 6.1. Marketing telefónico

Actuación 7) Publicidade

A inserción directa en medios de comunicación do PROGRAMA FEAG de Galicia será outra das actividades a desenvolver para contribuír á divulgación e éxito de Plan, defínense as seguintes actuacións:

Actuación 7.1. Anuncios en periódicos

Actuación 7.2. Cuñas en radio

Actuación 7.3. Mailing

Actuación 7.4. Banners

Actuación 7.5. Carteis, plotters e vallas

Actuación 7.6. Outros materiais: trípticos, bolígrafos, carpetas, libretas

Actuación 8) Internet

Como eixo fundamental da comunicación desenvolverase unha páxina web participativa que conteña toda a información actual do PROGRAMA FEAG de Galicia, actividades e evolución do mesmo e que sexa a canle de contacto dos beneficiarios potenciais co proxecto.

Dimensión 4: Relacións públicas e gabinete

Actuación 9) Eventos

Se levarán a cabo xornadas de presentación e difusión do PROGRAMA FEAG de Galicia en distintos lugares de Galicia, prestando especial atención ás zonas que se puidesen ver máis afectadas os despedimentos e nas que, por conseguinte, a implicación de persoas interesadas puidese resultar máis frutífera.

Actuación 10) Gabinete de prensa

Un dos alicerces fundamentais da estratexia de comunicación a desenvolver basearase no contacto e a construción da relación cos medios de comunicación (prensa, radio, televisión, periódicos on-line, revistas...) que serán a vía a través da cal se logrará a maior notoriedade e divulgación do PROGRAMA, e en consecuencia lógrese unha maior penetración e contacto cos potenciais beneficiarios e a cidadanía en xeral.

A actividade de difusión realizarase mediante:

Actuación 10.1. Envío de convocatorias de prensa

Actuación 10.2. Envío de notas de prensa

Actuación 10.3 Contacto directo con xornalistas

8.2 Cadro resumo da estratexia e accións de comunicación

A estratexia de comunicación adoptada resúmese no seguinte cadro que contén os apartados que se definen a continuación:

- Obxectivo: a finalidade que pretendemos ao elaborar unha estratexia comunicativa.

- **Público obxectivo:** o conxunto de destinatarios aos que vai dirixida a acción comunicativa.
- **Acción:** tras analizar os dous elementos anteriores selecciónase un soporte e unha intervención comunicativa.

Comunicación corporativa		
Obxectivo	Público obxectivo	Acción
Obxectivo 1	Grupo de destinatarios	1. Naming
		2.1. Manual
		2.2. Aplicacións
Comunicación externa		
Obxectivo 3	Beneficiarios potenciais e cidadanía galega	<i>Actuación 6.1. Marketing telefónico</i>
Obxectivo 3		<i>Actuación 7.1. Anuncios en periódicos</i>
Obxectivo 3		<i>Actuación 7.2. Cuñas en radio</i>
Obxectivo 3		<i>Actuación 7.3. Mailing</i>
Obxectivo 1		<i>Actuación 7.4. Banners</i>
Obxectivo 1		<i>Actuación 7.5. Carteis, plotters e vallas</i>
Obxectivo 1		<i>Actuación 7.6. Outros materiais: trípticos, bolígrafos, carpetas, libretas</i>

Obxectivo 1		Actuación 8. Web
Comunicación interna		
Obxectivos 1 e 4	Organismo intermedios	Actuación 3.1. Reunións
Obxectivo 1		Actuación 3.2. Contacto telefónico
Obxectivo 1		Actuación 3.3. Correo electrónico
Obxectivo 1		Actuación 3.4. Intranet
Obxectivo 1	UAFSE e unidade xestora	Actuación 3.5. Envío de informes
Relacións públicas e gabinete		
Obxectivo 1	Medios de comunicación	Actuación 4.1. Envío de convocatorias de prensa Actuación 4.2. Envío de notas de prensa Actuación 5. Rolda de prensa
Obxectivo 3	Beneficiarios potenciais e cidadanía galega	Actuación 9. Eventos
Obxectivo 1	Beneficiarios potenciais e cidadanía galega	Actuación 10.1. Envío de convocatorias de prensa Actuación 10.2. Envío de notas de prensa Actuación 10.3 Contacto directo con xornalistas

9. Calendario

O calendario de execución das accións contidas no Plan enmárcase no ámbito temporal de 2010 a 2012, e comprende as etapas de deseño, posta en marcha e peche do Programa.

- **Etapas de inicio ou deseño:** comprende os primeiros 6 meses da programación e o obxectivo é deseñar a estratexia e as accións a por en marcha na seguinte etapa.
- **Etapas de posta en marcha ou execución:** comprende 1 ano de traballo do programa e nesta etapa principalmente pretende dársele difusión e publicidade ao programa, facer seguimento e reaxustes das intervencións.
- **Etapas de peche do PROGRAMA:** abarca os últimos 6 meses do Programa e a finalidade é difundir o impacto dos resultados e os logros conseguidos coas accións e inverións postas en marcha a través do programa.

No seguinte esquema se recolle a calendarización das actividades propostas en comunicación e publicidade.

Tipoloxía de medidas a desenvolver	Etapas		
	Deseño	Posta en marcha	Peche
<p>Obxectivo 1: notoriedade da contribución do PROGRAMA FEAG no desenvolvemento das accións postas en marcha.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Obxectivo 1.1: Comunicar e informar dun xeito eficaz sobre todo o relativo ao PROGRAMA FEAG ao grupo de destinatarios • Obxectivo 1.2: Contribuir a unha execución transparente das intervencións das políticas de cohesión a través de información continuada, clara e accesible. 			
<i>Actuación 1. Naming</i>			
<i>Actuación 2.1. Manual</i>			
<i>Actuación 2.2. Aplicacións</i>			
<i>Actuación 3.1. Reunións</i>			
<i>Actuación 3.2. Contacto telefónico</i>			

<i>Actuación 3.3. Correo electrónico</i>			
<i>Actuación 3.4. Intranet</i>			
<i>Actuación 3.5. Envío de informes</i>			
<i>Actuación 4.1. Envío de convocatorias de prensa</i>			
<i>Actuación 4.2. Envío de notas de prensa</i>			
<i>Actuación 5. Rolda de prensa</i>			
<i>Actuación 7.4. Banners</i>			
<i>Actuación 7.5. Carteis, plotters e vallas</i>			
<i>Actuación 7.6. Outros materiais: trípticos, bolígrafos, carpetas, libretas</i>			
<i>Actuación 8. Web</i>			
<i>Actuación 10.1. Envío de convocatorias de prensa</i>			
<i>Actuación 10.2. Envío de notas de prensa</i>			
<i>Actuación 10.3. Contacto directo con xornalistas</i>			
Obxectivo 3: Impulsar a participación dos beneficiarios e beneficiarios potenciais no desenvolvemento e consecución dos obxectivos do PROGRAMA.			
<i>Actuación 6.1. Marketing telefónico</i>			
<i>Actuación 7.1. Anuncios en periódicos</i>			
<i>Actuación 7.2. Cuñas en radio</i>			
<i>Actuación 7.3. Mailing</i>			

Actuación 9. Eventos			
Obxectivo 4: Mellorar a formación dos profesionais da comunicación en asuntos relacionados coa política comunitaria de cohesión			
Actuación 3.1. Reunións			

10. Mapa de responsables

Galicia deberá garantir un sistema de xestión e control capaz de garantir que o uso das contribucións do FEAG respecten os principios de boa xestión financeira.

Neste sentido, serán responsables do deseño, aplicación e aprobación do Plan e do cumprimento da normativa comunitaria en materia de Información e Publicidade e da boa xestión presupuestaria do Plan, nas intervencións do ámbito e das súas competencias as seguintes entidades:

- A Comisión Europea
- A Autoridade de Xestión do FEAG (Dirección Xeral de Emprego, Asuntos Sociais), representada pola Unidad Administradora do Fondo Social Europeo (UAFSE), do Ministerio de Trabajo e Inmigración⁶.
- O Organismo intermedio rexional para a autoridade de xestión do Programa FEAG de Galicia será a Dirección Xeral de Planificación e Fondos Comunitarios da Consellería de Facenda da Xunta de Galicia

O organismo colaborador autonómico será a Dirección Xeral de Relacións Laborais da Consellería de Trabajo e benestar.

- Calquera outro organismo ou entidade que, no ámbito da Comunidade Autónoma de Galicia, interveña de forma directa na coordinación ou no desenvolvemento da programación.
 - Confederación de Industrias Têxtils de Galicia – Clúster Têxtil Moda - Cointega
 - Comisións Obreiras, Industrias Têxtil-Pel, Químicas e Afins.
 - UXT – FIA Galicia

10.1 Persoas de contacto e responsables de información e publicidade

No que respecta á coordinación das accións deste Plan de Comunicación e as dúbidas e outra información que poidese xurdir a continuación recóllense os datos de contacto

⁶ De conformidade co artigo 18 do regulamento (CE) nº 1927/2006, España, os estados membros tamén poden recurrir aos organismos designados para o Fondo Social Europeo (FSE) con arreglo ao Regulamento (CE) nº 1083/2006 do Consello, de 11 de xullo de 2006, polo que se establecen as disposicións xerais relativas ao Fondo Europeo de Desenvolvemento Rexional, ao Fondo Social Europeo e ao Fondo de Cohesión, e se deroga o Regulamento (CE) nº 1260/1999 (DO L 210 de 31.7.2006, p. 25.).

das persoas responsables da información e publicidade do FEAG tanto da autoridade de xestión como da Xunta de Galicia

As persoas de contacto responsables do FEAG e da UAFSE son:

- **FEAG**

Unidad FEAG, Innovación (EMPL/B4)

Dirección Xeral de Emprego, Asuntos Sociais e Inclusión

Comisión Europea. B-1049 Bruselas - Bélxica

Email: empl-egf-info@ec.europa.eu

Contactos técnicos:

- **Victoria Berrocal Ruiz**

Unidad Administradora do Fondo Social Europeo (UAFSE)

Ministerio de Trabajo e Inmigración

Enderezo: Pío Baroja nº 6 , 1ª planta. 28009 Madrid

Teléfono: +34 913 632 053

Fax: +34 913 632 030

Correo electrónico: vberrocal@mtin.es

- **Guzmán García González-Posada**

Unidad Administradora do Fondo Social Europeo (UAFSE)

Ministerio de Trabajo e Inmigración

Enderezo: Pío Baroja nº 6 , 1ª planta. 28009 Madrid

Teléfono: +34 913 632 069

Fax: +34 913 632 030

Correo electrónico: ggarciagp@mtin.es

As persoas de contacto institucional por parte da Xunta de Galicia serán:

- **Dª Maria Coutinho Villanueva**

Subdirectora xeral de Trabajo

Dirección Xeral de Relacións Laborais. Consellería de Trabajo e Benestar

Xunta de Galicia

Enderezo: San Lázaro, s/n. 15781 Santiago de Compostela

Teléfono: +34 981 547 241

Fax: +34 981 544 659

Correo electrónico: maria.coutinho.villanueva@xunta.es

- **Fernando Brandeiro**

Subdirector xeral de Coordinación de Investimentos e Fondos Comunitarios

Dirección Xeral de Planificación Económica e Fondos Comunitarios

Consellería de Fancenda. Xunta de Galicia

Enderezo: Edificio Administrativo San Caetano, s/n 15704 Santiago de Compostela.

Teléfono: 981 545 131

Fax: +34 981 545 133

Correo electrónico: dxplanificacion@conselleriadefacenda.es

11. Orzamento

A decisión 2010/664 do Parlamento e do Consello de 20 de outubro de 2010, fai referencia á mobilización do FEAG de conformidade co punto 28 do acordo Interinstitucional de 17 de maio de 2006, entre o Parlamento, Consello e Comisión sobre disciplina orzamentaria e boa xestión financeira para a solicitude FEAG/2010/003 ES/Galicia, téxtiles, España⁷.

Dado o cumprimento dos requisitos para a determinación das contribucións financeiras segundo o establecido no artigo 10 do Regulamento (CE) nº 1927/2006 do Parlamento Europeo e do Consello, de 20 de decembro de 2006, polo que se crea o Fondo Europeo de Adaptación á Globalización; e cumprindo as condicións de intervención do FEAG e os datos requeridos no artigo 5 do citado regulamento; e no marco do orzamento xeral da Unión Europea do exercicio 2010, o 9 de novembro de 2010 a través da decisión da Comisión Europea concedeuse unha contribución financeira do FEAG para financiar as medidas activas do mercado laboral tras os despedidos que producéronse en 82 empresas que operan na división 14 da NACE, Revisión 2, na rexión NUTS 2 de Galicia (ES11), en España.

Movilizouse para o PROGRAMA FEAG en Galicia un importe de 1.844.700 € en créditos de compromiso e de pago. A contribución do FEAG cubre un 65% dos gastos relacionados cos servizos personalizados prestados por España ás persoas traballadoras afectadas. O total do programa FEAG en Galicia ascende a 2.838.000 €, aportando a Xunta de Galicia o 35% faltante ata cubrir o importe total do PROGRAMA FEAG en Galicia.

O orzamento indicativo do Plan de Comunicación procede das partidas destinadas ao Gastos de intervención do programa FEAG en Galicia, cuxa descrición contempla a realización de actividades de Información e Publicidade.

⁷ DOUE L 286 de 4/12/2010

Orzamento do POR FEAG en Galicia e peso das actividades de comunicación	
Coste total do PROGRAMA FEAG en Galicia	2.838.000 €
Contribución do FEAG (65% do coste total do PROGRAMA FEAG en Galicia)	1.844.700 €
Coste total dos Gastos da intervención ⁸ do PROGRAMA FEAG en Galicia	193.000 €
Coste das accións de comunicación e publicidade previstas	118.000 €
<ul style="list-style-type: none"> • Información e publicidade 	25.000 €
<ul style="list-style-type: none"> • Programa de captación para o emprego (actividades preparatorias) 	93.000 €
% das accións de comunicación e publicidade sobre o total do PROGRAMA FEAG en Galicia	<u>4,16%</u> %

O orzamento indicativo que se presenta se adecua totalmente aos obxectivos e os medios propostos no Plan, así como aos resultados esperados da posta en práctica do mesmo. Así mesmo, á hora de elaborar o orzamento das accións de información e publicidade neste Plan de Comunicación, existe unha coherencia global entre o orzamento total do mesmo e a dotación destinada á comunicación.

⁸ Artigo 3, párrafo terceiro, do Regulamento (CE) nº 1927/2006

Na seguinte táboa recóllese o importe económico destinado a realización de cada unha das actividades expostas.

1. PUBLICIDADE	
Anuncios de publicidade: 3 insercións en prensa (Faro de Vigo, La Región (inclúe Atlántico Diario), La Voz de Galicia), 2x5 módulos, branco e negro	
Cuñas en radio durante 7 días distribuídas pola mañana e tarde: <ul style="list-style-type: none"> • Radio Galega- 3 cuñas diarias • Cadeña Ser: 3 cuñas diarias • Onda Cero: 4 cuñas diarias 	
Deseño da creatividade e copy da cuña e produción	
TOTAL INSERCIÓNS EN MEDIOS	20.356,84 €
2. DIFUSIÓN	
Xestión integral dos 4 eventos de presentación do proxecto	
Realización de roldas de prensa	
Captación de asistentes, contratación e xestión dos recursos e materiais necesarios, supervisión da produción das creatividade e montaxe e desmontaxe das salas	
Coordinación interna	
TOTAL ACTIVIDADES EVENTOS	20.300 €
Outras actividades de captación e gabinete de comunicación	
TOTAL ACTIVIDADES CAPTACIÓN	35.699,16 €
3. WEB E IDENTIDADE	
Usabilidade e contidos da web (deseño da estrutura de navegación da web, creación dos contidos e subida á web)	
Deseño gráfico da web (boceto gráfico, follas de estilo CSS, banners...)	
Dominio, programación (desenvolvemento informático da web en un xestor de contidos de software libre, Drupal), aloxamento e mantemento informático durante 2 anos.	
Deseño do plan de comunicación do proxecto	
Creación do nome, deseño da identidade corporativa e desenvolvemento do manual de identidade corporativa	
Desenvolvemento de aplicacións de papelería (1ª e 2ª folla, sobre americano, sobre bolsa, carpeta porta documentos, libreta, carátula de cd, bolígrafo, panel puerta e modelo de usb)	

TOTAL DESENVOLVEMENTO WEB	20.822 €
4. IMPRESIÓN, PRODUCCIÓN E MERCHANDISING	
2 plotters, 2.000 trípticos, 1.000 libretas, 1.050 carpetas porta documentos, 100 carteles A3 e 1.000 bolígrafos.	
Producción da papelería –500 folios, 500 sobres americanos, 500 sobres bolsa, 1 selo–	
Deseño de creatividadeas, adaptación a todo tipo de soportes, apoio para todas as actividades do proxecto.	
Impresión doutros materiais promocionais	
Distribución e loxística de materiais	
TOTAL ACTIVIDADES DE IMPRESIÓN	20.822 €
TOTAL GLOBAL	118.000 €

12. Indicadores

Os indicadores tratan de garantir a transparencia das actuacións para conseguir a maior excelencia nas actuacións a cofinanciar a través dos fondos europeos e facilitar o cumprimento da normativa comunitaria

Tipo de actividade		Indicadores de realización		Indicadores de resultado previstos	
Difusión a través de actos		Nº de actos de difusión	4	Nº de asistentes	
Difusión a través de medios		Nº de roldas de prensa	1		
		Nº de notas de prensa	5		
Difusión publicitaria		Nº de publicidade xestionada (cuñas e anuncios en periódicos)	73		
Difusión a través de materiais		Nº de materiais informativos desenvoltos (trípticos)	2.000	Puntos de distribución	12
				% de distribucións	100%
Difusión a través de páxinas web	Web do proxecto	Nº de páxinas web	1	Promedio de visitas anuais	
	Outras páxinas web	Nº de páxinas web		Promedio de visitas anuais	
Información a través de soportes		Nº de soportes publicitarios (carteis, placas e plotters)	110		

Difusión
a través de merchandising

12.1 Nota metodolóxica sobre os indicadores de seguimento e avaliación

12.1.1 Actividades e actos públicos

Recóllense o número de actos de lanzamento do PROGRAMA FEAG de Galicia para os que se elabora o Plan de Comunicación, os actos informativos importantes anuais e calquera outro evento contemplado para desenvolver as medidas do Plan ou transmitir información acerca da política comunitaria en España.

12.1.2 Difusión en medios de comunicación

Neste epígrafe recóllense distintos tipos de accións de difusión realizadas nos medios (anuncios en prensa, cuñas en radio, “banners” en Internet, notas de prensa...) utilizados de forma individual ou formando parte dunha campaña publicitaria con motivo de dar a coñecer o PROGRAMA FEAG de Galicia ou algunha das súas actuacións concretas entre a cidadanía.

12.1.3 Publicacións realizadas

Recóllense calquera tipo de publicacións editadas (en soporte papel ou electrónico: folletos, mailings, trípticos...) dirixidos á cidadanía coa finalidade de dar a coñecer o FEAG de Galicia ou algunha das súas actuacións concretas. Así como aquelas relacionadas coa política rexional europea.

12.1.4 Información a través de páxinas web

Contabiliza a principais web utilizadas para a transmisión de información sobre o PROGRAMA ou algunhas actuacións en concreto, así como a relacionada coa política rexional europea. No caso dos Programas Rexionais contabilízanse só as relativas á/as autoridades de xestión e a/as dos Organismos Intermedios rexionais responsables da xestión dos Fondos nas distintas Administracións rexionais así como a web propia do PROGRAMA FEAG de Galicia.

12.1.5 Información a través de calquera tipo de carteleira

Recóllense os distintos soportes (pósteres, carteis, placas, expositores, carpetas...) utilizados con fins publicitarios, coa finalidade de dar a coñecer o PROGRAMA FEAG de Galicia ou algunha das súas actuacións concretas entre a cidadanía.

13. Sistema de seguimento e avaliación das medidas de comunicación e publicidade

As avaliacións e o seguimento terán como obxectivos a mellora da calidade, eficacia e coherencia da axuda prestada, así como o correcto desenvolvemento do PROGRAMA.

13.1 Seguimento do Plan

O sistema de seguimento das medidas a desenvolver do Plan de Comunicación estará orientado a cumprir co establecido no artigo 4 do Regulamento (CE) Nº 1828/2006, e segundo o principio de proporcionalidad do citado regulamento, polo que o seu principal obxectivo será garantir que se dispón en todo momento da información necesaria para atender os requirimentos da normativa comunitaria.

O citado Regulamento estipula a obrigatoriedade de achegar información periódica sobre a aplicación do Plan de Comunicación nas reunións dos Comités de Seguimento e nos informes anuais e final de execución dos Programas.

O Comité de Seguimento recibirá información anual da Autoridade de Xestión sobre:

- o Plan de Comunicación e os avances na súa aplicación;
- as Medidas a desenvolver do Plan levadas a cabo;
- os medios de comunicación utilizados;
- o grao de execución física e financeira do Plan (indicadores de seguimento);
- o contido de calquera modificación importante do Plan.
- Inclusión de información nos informes anuais e final de execución do Programa.

Os informes anuais e o informe final de execución dun programa aos que se refire o artigo 67 do Regulamento (CE) Nº 1083/2006 conterán un capítulo destinado a presentar os avances na aplicación do Plan de Comunicación, ofrecendo información cualitativa e cuantitativa sobre:

- algúns exemplos das Medidas de Información e Publicidade do Programa levadas a cabo no marco da aplicación do Plan de Comunicación;
- os medios de comunicación utilizados;
- as disposicións relativas á publicación, electrónica ou por outros medios, da lista de beneficiarios, operacións e fondos públicos asignados¹;
- o grao de execución física e financeira das Medidas a desenvolver do Plan (indicadores de seguimento);

- e o contido de calquera modificación importante do Plan de Comunicación.
-

13.2 Avaliación do Plan

As avaliacións do Plan de Comunicación terán por obxecto valorar o grao de consecución dos obxectivos estratéxicos do mesmo, isto é, medir a eficacia das Medidas a desenvolver de comunicación emprendidas.

Está previsto realizar dous exercicios de avaliación ao longo do período, nos anos 2011 e 2012, que permitan comprobar se a aplicación do Plan logrou aumentar a visibilidade dos Fondos Estruturais, dos Programas e do papel desempeñado pola Unión Europea. Ambas as dúas avaliacións realizaranse no marco das avaliacións xerais dos Programas, presentándose como anexos ás mesmas, cando se levara a cabo unha avaliación xeral nos devanditos anos ou como unha avaliación específica seguindo a metodoloxía de avaliación que se estableza na guía metodolóxica que a autoridade de xestión elaborará a estes efectos, xunto coa relativa á avaliación xeral e que será obxecto de consenso no marco do grupo de responsables de comunicación constituído ao efecto.

Os resultados de estas avaliacións presentaranse nos seguintes informes relativos ao Programa:

- **Informes de Avaliación do Programa**
Os informes de avaliación do Programa FEAG incluírán, como anexo, o último informe de avaliación do Plan de Comunicación.
- **Informes de Execución Anual do Programa**
Os informes de execución anual correspondentes aos anos en que se avalíe o Plan de Comunicación (2010 e 2012) conterán un capítulo que recolla os principais resultados da avaliación do Plan de Comunicación, tal e como establece o art. 4.2 do Regulamento (CE) N° 1828/2006.

14. Anexos

14.1 A identidade gráfica da Unión Europea

A Unión Europea conta cunha guía gráfica cuxa finalidade é axudar aos usuarios a reproducir correctamente o emblema europeo. No seguinte enlace ofrécense as normas fundamentais para a construción do devandito emblema e indícanse as cores normalizadas.

http://europa.eu/abc/symbols/emblem/graphics1_es.htm

<http://www.conselleriadefacenda.es/web/portal/presentacion-publi-e-info>

O emblema da Unión Europea haberá de empregarse cos textos:

- Comisión Europea
- DG de Empleo, Asuntos Sociales e Inclusión
- Fondo Europeo de Adaptación a la Globalización

14.1.1 O logo FEAG

O FEAG conta cun logo propio que irá acompañado do logo da Unión Europea.

14.2 A identidade gráfica da Xunta de Galicia

O Manual de Identidade Corporativa responde aos criterios fixados no Decreto 409/2009, do 5 de novembro (DOG nº 227, do 19 de novembro de 2009), polo que se aproba o uso dos elementos básicos da identidade corporativa da Xunta de Galicia, xa que nel se establecen as normas de aplicación do símbolo e do logotipo que conforman a imaxe corporativa institucional do Goberno e da Administración da Comunidade Autónoma de Galicia.

O presente Manual de Identidade Corporativa recolle por tanto os elementos constitutivos da Identidade Visual da Xunta de Galicia, e ten por obxecto a definición e regulamento dos usos e aplicacións do logotipo e do símbolo corporativos da Xunta de Galicia.

Os elementos básicos desta identidade son: o símbolo constituído polos elementos presentes no escudo de Galicia e o logotipo corporativo formado pola plasmación tipográfica da expresión Xunta de Galicia.

Este é un documento de uso ineludible na aplicación dos elementos de identidade corporativa que nel se definen, dado o seu carácter normativo. Pero sobre todo, é un manual de consulta ao que se debe acudir para garantir o bo uso da imaxe gráfica da Xunta de Galicia.

Como elementos constitutivos do manual establécense as pautas de construción, o uso das tipografías e as aplicacións cromáticas da marca, así como as normas de convivencia con logotipos e identidades pertencentes a outros entes e organismos integrantes do sector público galego.

O seguimento das pautas reunidas neste Manual sobre os usos permitidos e non permitidos de símbolo e logotipo, garante que non se distorsionará a imaxe da Identidade Visual da Xunta de Galicia.

Tódalas reproducións que se fagan dos diferentes elementos do manual deberán ser sempre copia fiel do orixinal e das súas posibles versións, e haberán de producirse sempre coa mellor calidade que ofrezca o soporte no que se plasmen, sexa impresión, en pantalla, etc.

As pezas non definidas neste Manual realizaranse respectando os criterios xerais e o estilo marcado por este.

O seu uso é obrigado para todos os departamentos da Xunta de Galicia na definición de elementos gráficos de comunicación, así como para os provedores de soportes gráficos, como: publicistas, deseñadores gráficos, impresores, creadores audiovisuais, etc.

No seguinte enlace pódese consultar na súa totalidade e descargar as indentidades:

<http://www.xunta.es/inicio-identidade-corporativa>