

## **Estrategia de Comunicación**

**Programa Interreg Sudoe**

Aprobada por el Comité de Seguimiento 04/09/2015

Español



## Contenido

1. Acerca de este documento.....	3
2. Objetivos de la estrategia de comunicación.....	3
3. Enfoque y principios de la estrategia de comunicación.....	4
4. Público objetivo.....	7
5. Lenguas de la estrategia de comunicación.....	8
6. Responsables de la estrategia de comunicación.....	8
7. Colaboración con otros programas Interreg.....	9
8. Canales y herramientas.....	10
9. Principales medidas previstas.....	12
10. Presupuesto de la estrategia de comunicación.....	18
11. Evaluación de la estrategia de comunicación.....	18
12. Principales novedades con respecto a la estrategia de comunicación del Programa SUDOE 2007-2013.....	23
13. Calendario orientativo estrategia de comunicación.....	24

## 1. Acerca de este documento

El objetivo del presente documento es dar a conocer la estrategia de comunicación del Programa Interreg V-B Europa Suroccidental 2014-2020, abreviado como Programa Interreg Sudoe.

El Programa Interreg Sudoe es consciente del impacto que tiene la comunicación a lo largo de todo el desarrollo del Programa de Cooperación y la necesidad de crear acciones de comunicación alineadas con los objetivos y principios del Programa.

A lo largo de estas páginas se describirá de forma no exhaustiva la forma en la que el Programa abordará la comunicación hacia diferentes públicos objetivos, así como las principales actividades y herramientas que apoyarán dicho enfoque.

Las referencias para la creación de esta estrategia de comunicación son las siguientes:

- [El Reglamento UE nº 1303/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo del 17 de diciembre 2013 relativo a las disposiciones comunes y generales del Fondo FEDER y otros fondos](#)
- [El texto del Programa de Cooperación](#)
- [El plan de comunicación del Programa IV-B SUDOE 2007-2013](#)
- [Los documentos de evaluación de dicho plan](#)

## 2. Objetivos de la estrategia de comunicación

Los objetivos de la estrategia de comunicación del Programa Interreg Sudoe se basan en los principales objetivos del Programa de Cooperación y tienen en cuenta el marco común de referencia que constituye la estrategia Europa 2020 para un crecimiento inteligente, sostenible e integrador.

Los cuatro objetivos de la estrategia son los siguientes:

- **Reforzar la cooperación transnacional en el sudoeste de Europa**

La comunicación del Programa preverá el apoyo continuo a los promotores y beneficiarios de proyectos, facilitando en plazos razonables toda la información y materiales necesarios para su participación en el Programa y contribuyendo así a la elaboración de proyectos de calidad.

- **Dar a conocer el Programa a los potenciales beneficiarios**

El Programa Interreg Sudoe es consciente de que, para conseguir proyectos de alta calidad, se debe orientar la comunicación a aquellos beneficiarios potenciales que pueden presentar proyectos en el futuro. Por ello, se planea crear una comunicación accesible a los potenciales beneficiarios no familiarizados con el Programa.

- **Difundir los resultados del Programa**

De acuerdo con la necesidad de capitalización del Programa, la estrategia de comunicación debe difundir las buenas prácticas para fomentar el aprovechamiento del conocimiento adquirido, evitar “volver a hacer lo que ya se ha hecho” y mostrar a los ciudadanos europeos que los fondos públicos que se invierten en los proyectos tienen una repercusión en el territorio.

- **Transmitir cómo las políticas europeas tienen un impacto en la sociedad**

El Programa Interreg Sudoe integrará en su estrategia de comunicación la colaboración con la comunicación de otros programas Interreg y de otras políticas comunitarias. Apostará asimismo por una comunicación accesible para todos que, en último término, mostrará a los ciudadanos de la Unión que las acciones que promueve la UE tienen un impacto positivo en sus vidas.

### **3. Enfoque y principios de la estrategia de comunicación**

Las estrategias de comunicación nunca pueden ser neutras, sino que tienen enfoques y principios que deben ser coherentes con los enfoques y principios expuestos en el Programa de Cooperación y los enfoques y principios fundamentales del Unión Europea.

Los enfoques y principios identificados en la estrategia de comunicación del Programa Interreg Sudoe son los siguientes:

- **Proporcionalidad**

La estrategia de comunicación estará adaptada a la envergadura del programa de cooperación y el presupuesto y el personal destinado a la comunicación. Las acciones, herramientas y resultados promoverán la eficiencia de recursos pero en ningún caso podrán sobrepasar los medios disponibles. Es importante destacar que la comunicación llevada a cabo por los proyectos es más visible que la comunicación del propio programa, al ofrecer resultados más tangibles. No obstante, los recursos del Programa no permiten trabajar con la comunicación de cada proyecto individual, por lo que la estrategia debe

asegurar el apoyo a los promotores de proyectos en materia de comunicación para que ellos comuniquen su proyecto por sí mismos.

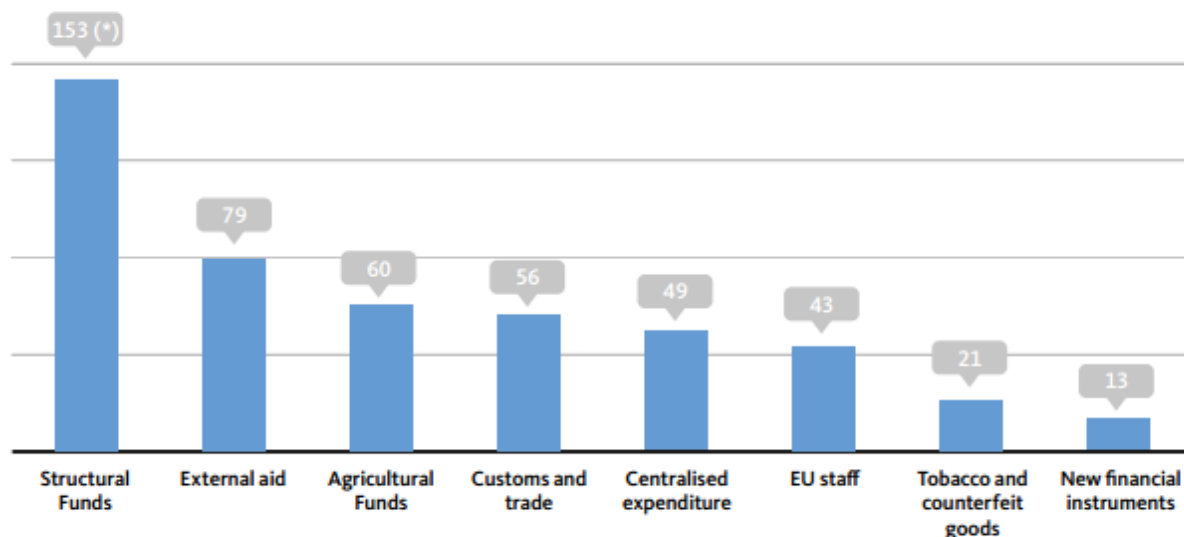
- **Flexibilidad**

El Programa Interreg Sudoe tiene una duración de ocho años y la estrategia de comunicación debe ser válida para todo el período. Por esta razón, es imperativo contar con una estrategia con amplios márgenes de flexibilidad para adaptarse a las necesidades del Programa, ajustar sus acciones a las diferentes situaciones y ser modificada cuando sea necesario.

- **Transparencia**

Se justifica por la convicción de que los ciudadanos de la Unión Europea tienen derecho a conocer el destino de los fondos públicos y los beneficiarios potenciales del programa Interreg Sudoe deben estar en igualdad de condiciones para conocer las posibilidades de cooperación. Por todo ello, la estrategia de comunicación se compromete a proporcionar toda la información del Programa de una forma comprensible y accesible, destinada tanto al beneficiario potencial como al público en general. Es importante tener presente que [el informe anual 2014 de la Oficina Europea de Lucha contra el Fraude](#) (OLAF, en sus siglas en francés) muestra que un total de 153 investigaciones sobre fraude relacionado con fondos estructurales se estaban llevando a cabo a finales del 2014, una cifra muy superior al

**Figure 16: Ongoing investigations by sector at the end of 2014**



(\*) Of which 42 concerned the European Social Fund.

número de investigaciones sobre fraude relacionado con cualquier otra política europea. Los datos de fraude exigen a los programas que trabajan con fondos estructurales a prestar especial atención a asegurar la transparencia en el manejo de los fondos.

- **Visibilidad**

En línea con los objetivos del Programa, la estrategia de comunicación fomentará el conocimiento general del Programa Interreg Sudoe y de las políticas europeas en las regiones del sudoeste de Europa. La estrategia tendrá en cuenta el carácter transnacional del Programa, promoviendo una información accesible en todos los territorios participantes. Asimismo, tendrá en cuenta la colaboración con otros programas Interreg para complementar la comunicación de cada programa con una comunicación conjunta en beneficio de todos. Cabe señalar que el carácter transnacional del Programa dificulta la comunicación hacia la sociedad en general, ya que los resultados de los proyectos son menos tangibles para el ciudadano, mientras que el tamaño del Programa y las restricciones presupuestarias impiden realizar grandes campañas. Teniendo esto en cuenta, esta estrategia apuesta por hacer un esfuerzo en la comunicación hacia este público objetivo.

- **Principios horizontales del Programa**

Los elementos de la estrategia de comunicación tendrán en consideración y actuarán en coherencia con los tres principios horizontales del Programa:

- **Sostenibilidad:** todas las acciones de comunicación serán concebidas y ejecutadas respetando el medio ambiente y promoviendo la eficiencia de recursos. La estrategia planea hacer una comunicación principalmente virtual y utilizar un número limitado de soportes físicos fabricados en material reciclable y reutilizable.
- **No discriminación:** la estrategia de comunicación no podrá en ningún caso vehicular estereotipos discriminatorios y tendrá en cuenta el acceso de personas con discapacidad.
- **Igualdad entre hombres y mujeres:** la estrategia se compromete a promover la igualdad de derechos y a crear acciones e informaciones que transmitan ideas no sexistas.

## 4. Público objetivo

Desglosados los objetivos y principios del Programa, la estrategia de comunicación solo es entendible teniendo en cuenta el público al que va dirigida. El público objetivo identificado en la estrategia de comunicación del Programa Interreg Sudoe contempla cinco grupos:

- **Beneficiarios**

Los beneficiarios de proyectos aprobados tendrán a su disposición el apoyo de la Secretaría Conjunta para el desarrollo de su proyecto. Por ello, la estrategia de comunicación contempla acciones de información y comunicación, incluyendo posibilidades de consulta, dirigidas exclusivamente a este grupo. Los beneficiarios de proyectos constituyen además focos importantes de difusión del Programa, gracias a las acciones de comunicación que desarrollan de forma individual. En el período de programación anterior, las informaciones publicadas en los medios de comunicación sobre los proyectos eran con diferencia las más abundantes del Programa, por lo que no puede ignorarse que los proyectos aprobados constituyen los mejores portavoces de la imagen del Programa Interreg Sudoe y tienen mayores posibilidades de llegar a la ciudadanía.

- **Beneficiarios potenciales**

La estrategia de comunicación debe hacer accesible las posibilidades del Programa a las entidades susceptibles de presentar proyectos en el futuro, proporcionando información clara y precisa difundida en igualdad de condiciones a todos los grupos de interés.

- **Contrapartes estratégicas y agentes difusores**

Dentro de este grupo se engloban a todas las personas relacionadas directa o indirectamente con el Programa Interreg Sudoe, cuya capacidad de difusión del Programa es muy elevada. Este grupo comprende los responsables de la coordinación del Programa (donde se situarían las acciones de comunicación interna), las organizaciones que trabajan con programas y temáticas de la Unión Europea, otros programas Interreg, organismos públicos y, en último término, las instituciones comunitarias.

- **Medios de comunicación**

Debido a su componente transnacional, la estrategia de comunicación contempla pocas acciones dirigidas exclusivamente a los medios de comunicación tradicionales de alcance nacional, regional o local. No obstante, tendrá en cuenta este grupo en sus principales acciones. Otro público objetivo contemplado en este apartado serían los comunicadores que difunden información a sectores más específicos relacionados con las políticas

europeas, como pueden ser los blogs sobre temas comunitarios, los responsables de comunicación de asociaciones profesionales, iniciativas juveniles o estudiantiles sobre la Unión Europea o páginas web sobre proyectos europeos.

- **Ciudadanos**

Entendidos como los ciudadanos de los países participantes en el Programa y los ciudadanos europeos en general, que deben tener acceso a información clara sobre el Programa y sus resultados concretos. Se ha constatado que las acciones de comunicación de los programas anteriores tuvieron el foco principalmente en los beneficiarios y beneficiarios potenciales. Por este motivo, la estrategia de comunicación actual hará un esfuerzo para incluir a los ciudadanos europeos como público objetivo. Es importante señalar que los ciudadanos no suelen percibir con nitidez qué instrumento concreto está en marcha en las acciones financiadas por la Unión Europea. Por lo tanto, esta estrategia de comunicación no está orientada a aumentar el conocimiento de la ciudadanía sobre el Programa Interreg Sudoe o los fondos FEDER en concreto, sino a ampliar su percepción sobre cómo las políticas europeas tienen un impacto en sus vidas.

## **5. Lenguas de la estrategia de comunicación**

En el Programa Interreg Sudoe participan cinco países, de los cuales cuatro son Estados miembros de la Unión Europea. Es por tanto imprescindible prever una comunicación multilingüe. Al igual que en los períodos de programación anteriores, la estrategia de comunicación del nuevo Programa prevé el uso de tres lenguas: español, francés y portugués.

Como novedad, esta estrategia introduce el inglés como nueva lengua de comunicación, pero con limitaciones. Conscientes de la importancia que tiene el inglés como lengua de comunicación internacional, determinados contenidos del programa serán traducidos al inglés para dar acceso al público objetivo que constituyen las contrapartes estratégicas y agentes difusores de otros países de la Unión Europea y los ciudadanos europeos en general. Las acciones específicas destinadas a beneficiarios y beneficiarios potenciales continuarán realizándose exclusivamente en español, francés y portugués.

## **6. Responsables de la estrategia de comunicación**

La estrategia de comunicación identifica a tres grupos responsables de la elaboración, aprobación, supervisión, modificación, ejecución y evaluación de la estrategia de comunicación.



- **Secretaría Conjunta del Programa Interreg Sudoe**

Será responsable de la elaboración de la estrategia de comunicación, de ejecutar sus acciones principales y evaluar su impacto. También determinará qué acciones de comunicación serán llevadas a cabo por el personal de la Secretaría o por empresas externas.

- **Comité de seguimiento**

Tal y como establece el reglamento comunitario, el Comité de Seguimiento deberá aprobar la estrategia de comunicación como máximo seis meses después de la aprobación del Programa. Además, también será responsable del seguimiento de la estrategia y de la aprobación de las posibles modificaciones. Para ello, será informado anualmente sobre los avances de la estrategia y el análisis de sus resultados, así como de las acciones previstas para el año siguiente.

- **Los beneficiarios de los proyectos**

Los beneficiarios de los proyectos aprobados tienen la obligación de comunicar estos proyectos, contando con un apoyo parcial de la Secretaría Conjunta. La Guía Sudoe (Guía de elaboración y gestión de proyectos del Programa Interreg Sudoe), especificará las acciones concretas de comunicación a las que están obligados los beneficiarios. Estas acciones deben ser coherentes con la estrategia de comunicación del Programa Interreg Sudoe y deberán mencionar y hacer visible la ayuda obtenida a través del Programa y, por extensión, a través del fondo FEDER y de la Unión Europea.

## **7. Colaboración con otros programas Interreg**

La estrategia de comunicación del Programa Interreg Sudoe contemplará la colaboración regular con otros programas Interreg con el objetivo de avanzar en una estrategia de comunicación conjunta que permita dar apoyo a beneficiarios potenciales e impulsar la visibilidad de Interreg. En el futuro, está previsto que los responsables de comunicación de los programas Interreg se reúnan con una periodicidad fija para discutir esta estrategia armonizada.

El Programa Interreg Sudoe suscribe la necesidad de esta estrategia común, que está en consonancia con los principios de transparencia y visibilidad y fomenta la comunicación con los beneficiarios potenciales, los agentes difusores y contrapartes estratégicas y los ciudadanos europeos.

Las tres herramientas principales de esta estrategia conjunta son las siguientes:

- [Logotipo común Interreg](#). La plataforma Interact ha desarrollado un logotipo común del programa Interreg que puede ser adaptado a los distintos programas. Utilizando este logotipo común, cada programa puede ser rápidamente identificado como parte de la iniciativa Interreg. El Programa Interreg Sudoe ha adaptado su logotipo a la nueva marca común para participar en esta iniciativa de visibilidad.
- [Base de datos KEEP](#). Se trata de una base de datos de fácil acceso que contiene la información de todos los proyectos de los distintos programas de cooperación, incluyendo los proyectos aprobados en el marco de Interreg, del Instrumento de Ayuda de Preadhesión (IPA, por sus siglas en inglés) y del Instrumento Europeo de Vecindad (ENI, en sus siglas en inglés). El objetivo es centralizar toda la información sobre proyectos de cooperación y hacerla accesible a cualquier público, incidiendo en la visibilidad y la transparencia de las políticas de cooperación regional. El Programa Interreg Sudoe se ha comprometido a enviar de forma regular la información relativa a los proyectos para mantener esta base de datos actualizada.
- Página web común de Interreg. Actualmente en proceso de creación por parte de la plataforma INTERACT, se trata de un portal que englobaría todas las informaciones correspondientes a todos los Programas Interreg. Constituiría una suerte de ventana única a todos los programas, sin perjuicio de que cada uno continúe manteniendo su propio sitio web.

## 8. Canales y herramientas

### Canales

#### Virtuales

- [Portal web](#)
- [Redes sociales](#)
- [Boletín Sudoe News](#)
- **Correo electrónico y teléfono.** Como canales de comunicación tradicionales en la comunicación interna y externa y vehículos de información destinados a todo tipo de público.

#### Presenciales

- **Seminarios organizados por el Programa Interreg Sudoe.** Constituyen los eventos creados por el Programa para dar apoyo a los beneficiarios potenciales, con el objetivo de dar información sobre el Programa y las diferentes convocatorias.
- **Participación en eventos**
- **Jornadas de puertas abiertas**

## Herramientas

### Virtuales

- **Logotipo e imagen visual** armonizada con la imagen común del Programa Interreg. El Programa Interreg Sudoe renueva su logotipo e imagen visual para este nuevo período. El nuevo logotipo ha tomado como referencia [el nuevo logotipo Interreg](#) para adaptar su imagen a la estrategia de visibilidad común de los programas Interreg.
- **Galería fotográfica y multimedia.** La estrategia de comunicación proyecta crear una galería fotográfica con diferentes fotografías de las regiones que constituyen el programa, con el objetivo de utilizarlas para ilustrar las distintas acciones de comunicación. Las fotografías serán realizadas con la cámara del Programa o serán adquiridas con la colaboración de los responsables de comunicación de las diferentes regiones. La estrategia también prevé la publicación de vídeos de presentaciones en los seminarios, vídeos tutoriales sobre gestión de proyectos y, eventualmente, la creación de un vídeo promocional del Programa Interreg Sudoe.
- **Documentación sobre el Programa.** Los diferentes documentos del programa constituyen también importantes herramientas de comunicación, ya se traten de documentos especializados para los beneficiarios potenciales (como el texto del Programa de Cooperación o el formulario de candidatura), ya sean documentos adaptados a los ciudadanos (como el resumen ciudadano).

### En soporte físico

Teniendo en cuenta el principio de sostenibilidad, el Programa Interreg Sudoe intentará llevar a cabo una comunicación sostenible centrada principalmente en los canales virtuales y distribuyendo materiales en soporte físico solamente cuando sea necesario.

- **Banderas.** Como programa transnacional, el Programa Interreg Sudoe debe utilizar las banderas de los cinco países en los que trabaja en todos sus actos públicos.
- **Documentos impresos.** Se entiende como la documentación distribuida a los beneficiarios potenciales durante los seminarios (como el programa del evento o lista de participantes) o los documentos distribuidos al gran público (folletos, resumen ciudadano).
- **Papelería** utilizada en la Secretaría Conjunta y los eventos del Programa.
- **Artículos de mercadotecnia,** donde se incluyen el calendario del Programa, las carpetas o las bolsas que se distribuyen a los participantes de los seminarios.

## 9. Principales medidas previstas

El Programa Interreg Sudoe ha identificado una serie de acciones de comunicación, susceptibles de variar a lo largo de todo el período de la vida del Programa.

### Comunicación on line

- **Portal web.** Es la parte central de la estrategia de comunicación y la ventana única a través de la cual se recopila y distribuye la información sobre el Programa, independientemente del público destinatario. Traducida en su totalidad a tres idiomas y añadiendo en inglés para los contenidos de comunicación externa, la comunicación del Programa incidirá en la actualización regular del portal. Se proyecta crear una página web única del Programa Interreg Sudoe correspondiente al período 2014-2020, guardando al mismo tiempo toda la información del Programa 2007-2013. La nueva página también planea mejorar su ergonomía y adaptarse a las novedades tecnológicas en cuanto a pantallas, uso de teléfonos móviles y tabletas. El desarrollo del nuevo portal web contará asimismo con un apartado de evaluación, para poder contar con estadísticas del alcance de la comunicación a través de este medio.

**Idiomas:** cuatro idiomas para los contenidos externos y español, francés y portugués para los contenidos especializados.

**Público objetivo:** todos.

- **Lista de beneficiarios.** Los reglamentos comunitarios obligan a los programas a mantener una lista de beneficiarios actualizada al menos cada seis meses en un formato legible por máquina (por ejemplo en formato CSV o XML). Este documento debe, por motivos de transparencia, permitir clasificar, consultar, extraer y comparar los datos, así como publicarlos fácilmente en Internet. Será posible consultarla solamente a través del sitio web del Programa Interreg Sudoe e incluirá una lista de todos los proyectos con la información exigida por el reglamento.

**Idiomas:** cuatro idiomas.

**Público objetivo:** todos.

- **Apertura de redes sociales.** La estrategia de comunicación contempla por primera vez la apertura de cuentas en las redes sociales del Programa Interreg Sudoe, con el objetivo de aprovechar al máximo las posibilidades de interacción que ofrecen estos canales. Las redes escogidas son Facebook, Twitter, Youtube y LinkedIn, y, al igual que con el portal web, la comunicación a través de estas redes será actualizada regularmente, debe ser lo más variada posible y se debe prever la elaboración de estadísticas sobre el impacto alcanzado. También se ha decidido que la lengua de comunicación sea principalmente el inglés, para hacer su gestión menos complicada, sin olvidar la importancia de traducir a los cuatro idiomas siempre que se publiquen informaciones relevantes. Se elaborará una estrategia concreta sobre redes sociales para optimizar su uso e impacto.

**Idiomas:** principalmente el inglés y puntualmente los tres idiomas oficiales del Programa.

**Público objetivo:** todos los públicos que cuenten con perfiles en las redes sociales.

- **Boletín de noticias Sudoe News.** Los buenos resultados de distribución del boletín de noticias del Programa Sudoe correspondientes al período 2007-2013 (con más de 10.000 suscriptores) dan una idea de la importancia de este canal para proporcionar a los beneficiarios y potenciales beneficiarios información actualizada sobre el Programa. La estrategia de comunicación pretende continuar utilizando este canal para informar sobre las novedades.

**Idiomas:** los tres idiomas del Programa incluyendo el inglés si la información está traducida.

**Público objetivo:** todos, exceptuando al público en general.

- **Bolsa de proyectos:** herramienta informática ubicada en la página web que permite a los beneficiarios potenciales del Programa buscar socios publicando su idea de proyecto o adherirse como socio a un proyecto existente.

**Idiomas:** español, francés y portugués.

**Público objetivo:** beneficiarios potenciales.

- **Vídeo promocional del Programa Interreg Sudoe.** con el objetivo de hacer el Programa Interreg Sudoe accesible al gran público, se proyecta la creación de un vídeo promocional de corta duración que muestre de forma visual y genérica la razón de ser del Programa.

**Idiomas:** inglés y eventualmente subtítulos en los otros tres idiomas.

**Público objetivo:** público en general.

- **Vídeo tutorial para el uso de la aplicación informática.**

**Lenguas:** español, francés y portugués.

**Público objetivo:** beneficiarios de proyectos.

## **Documentos de comunicación**

- **Resumen ciudadano.** Pensado como un resumen del Programa de Cooperación del Programa Interreg Sudoe destinado al ciudadano medio europeo, de corta extensión y en un lenguaje accesible. Estará disponible tanto on line como en soporte físico para ser distribuido.

**Idiomas:** cuatro idiomas.

**Público objetivo:** pensado principalmente para los ciudadanos, puede ser de gran utilidad para las contrapartes estratégicas y agentes difusores, así como los medios de comunicación.

- **Folleto del programa.** Documento esquemático que resuma los elementos principales del Programa de Cooperación y destinado al público en general. Vendría a complementar el resumen ciudadano.

**Idiomas:** cuatro idiomas.

**Público objetivo:** pensado principalmente para los ciudadanos, puede ser de gran utilidad para las contrapartes estratégicas y agentes difusores, así como los medios de comunicación.

- **Fichas de impacto de los proyectos.** De acuerdo con el objetivo de difusión de los resultados del Programa, la estrategia de comunicación estudia la creación de fichas sobre resultados de los proyectos destinadas al gran público, que muestren su impacto en la vida de los ciudadanos.

**Idiomas:** los cuatro idiomas.

**Público objetivo:** pensado principalmente para los ciudadanos, puede ser de gran utilidad para las contrapartes estratégicas y agentes difusores, así como los medios de comunicación.

- **Guía para los beneficiarios sobre cómo comunicar sus proyectos.** Documento pensado para ayudar a los beneficiarios en las acciones de comunicación de su proyecto. El objetivo es explicarles de forma concisa cuáles son sus obligaciones en materia de comunicación y cuáles son sus posibilidades para hacer una comunicación eficaz.

**Idiomas:** español, francés y portugués.

**Público objetivo:** beneficiarios de proyectos.

- **Manual de estilo.** Acción de comunicación interna pensada para armonizar la apariencia y la redacción de los documentos que se elaboran en la Secretaría Conjunta del Programa Interreg Sudoe y que en última instancia estarán a disposición de los públicos objetivos. El documento comprenderá normas de tipografía y legibilidad, reglas para la apariencia de los documentos (tipo de letra, tamaño, colores, etc), terminología del Programa y Glosario de traducciones.

**Idiomas:** español, francés y portugués. Si es posible, sería conveniente traducirlo al inglés.

**Público objetivo:** dentro del grupo “contrapartes estratégicas y agentes difusores”, comprende a los trabajadores de la Secretaría Conjunta.

- **Calendario del programa Sudoe:** en diciembre de cada año, la Secretaría Conjunta enviará un calendario del Programa del año siguiente.

**Idiomas:** español, francés, inglés y portugués.

**Público objetivo:** todos.

## Eventos

- **Seminarios de pre lanzamiento.** Projectados para dar información a los beneficiarios potenciales sobre el nuevo Programa de Cooperación y proporcionar recursos para que puedan trabajar en sus proyectos antes de la apertura de la primera convocatoria en septiembre de 2015. Los seminarios de pre lanzamiento tuvieron lugar el 19 de junio 2015 en Toulouse y el 1 de julio 2015 en Madrid, con un aforo aproximado de 200 personas respectivamente. Portugal organizó por su parte varios seminarios de pre lanzamiento el mes de mayo 2015 en cada región para informar a los beneficiarios portugueses sobre el Programa Interreg Sudoe y otros programas de cooperación.

**Idiomas:** francés y español.

**Público objetivo:** beneficiarios potenciales

- **Seminario de lanzamiento.** Se trata de la gran actividad informativa anual del Programa Interreg Sudoe en el 2015. Servirá simultáneamente para presentar el nuevo programa y para celebrar la apertura de la primera convocatoria de proyectos, proporcionando información práctica sobre la elaboración de una candidatura para presentar a la primera fase del Programa y poniendo a disposición de los participantes un espacio para hacer contactos y conseguir socios de proyectos. Está prevista para el 7 y 8 de octubre en Santander y dará cabida a unos 800 participantes. Un plan ad hoc para este seminario profundizará en las cuestiones de organización y logística.

**Idiomas:** español, francés y portugués.

**Público objetivo:** beneficiarios potenciales.

- **Jornadas de puertas abiertas.** La Secretaría Conjunta fijará unas fechas en las que estará disponible para que los beneficiarios potenciales de proyectos, de forma presencial o a través de videoconferencia, puedan resolver las dudas que surgen en la elaboración de su candidatura. Las fechas de las primeras jornadas serán dos días del mes de octubre 2015, después del seminario de lanzamiento.

**Idiomas:** español, francés y portugués.

**Público objetivo:** beneficiarios potenciales.



- **Reunión técnica sobre segunda fase de los proyectos.** Actividad pensada para los beneficiarios potenciales de candidaturas de proyectos que hayan superado la primera fase de la convocatoria, con información precisa sobre cómo trabajar la segunda fase. La primera reunión técnica está prevista para febrero del 2016 (la fecha dependerá del número de candidaturas recibidas en la primera fase) y se prevé un aforo de 200 personas.

**Idiomas:** español, francés y portugués.

**Público objetivo:** beneficiarios potenciales.

- **Seminarios de gestión de proyectos.** Tras la aprobación de proyectos en las diferentes convocatorias, se organizarán seminarios para profundizar en las cuestiones relativas a la gestión de proyectos aprobados y se incluye una ceremonia de firma de acuerdos de concesión FEDER.

**Idiomas:** español, francés y portugués.

**Público objetivo:** beneficiarios.

- **Seminarios de apertura de convocatorias.** Se prevé la creación de seminarios específicos que coincidan con la apertura de cada una de las convocatorias de proyectos, con el objetivo de dar a los potenciales beneficiarios la información necesaria para presentar sus candidaturas.

**Idiomas:** español, francés y portugués.

**Público objetivo:** todos.

- **Seminarios de capitalización.** Eventos pensados para difundir el conocimiento adquirido en los proyectos aprobados y hacer un intercambio de buenas prácticas entre los participantes de proyectos.

**Idiomas:** español, francés y portugués.

**Público objetivo:** todos.

- **Participación en eventos externos.** Se trata de actividades de participación como ponente en eventos externos, donde un representante del Programa presenta sus principales logros.

**Idiomas:** dependiendo del idioma del evento.

**Público objetivo:** contrapartes estratégicas y agentes difusores y, en menor medida, los medios de comunicación y el público en general.

### **Promoción del Programa Interreg Sudoe en los medios de comunicación**

El programa prevé realizar acciones puntuales de comunicación hacia los medios de comunicación identificados entre el público objetivo. Las principales acciones previstas son la convocatoria de medios para eventos importantes, la distribución de materiales (fotografías, documentos del Programa) y la revisión regular de la información on line para estudiar el impacto de las informaciones del Programa Interreg Sudoe y los proyectos aprobados en los medios de comunicación.

## **10. Presupuesto de la estrategia de comunicación**

Las actividades de información y comunicación del Programa están previstas en el presupuesto del Programa de Cooperación en el apartado destinado a la prioridad 6 – Asistencia técnica, con un monto total de 534.053 euros.

<b>Eje prioritario</b>	<b>Código</b>	<b>Importe (en EUR)</b>
6 Asistencia Técnica	123 Información y comunicación	534.053

## **11. Evaluación de la estrategia de comunicación**

Para ser efectiva, la estrategia de comunicación debe contar con un plan de evaluación que indique si los objetivos se han cumplido. Además, las evaluaciones intermedias del Programa permitirán corregir errores y redirigir la estrategia si fuera necesario.

La estrategia de Comunicación contempla las siguientes medidas de evaluación:

### **Medidas de evaluación interna**

Se trata de los sistemas de evaluación cuantitativa y cualitativa llevadas a cabo por la propia Secretaría Conjunta a través de las siguientes fases:

- Evaluación interna anual. Se trata de observar si los objetivos de comunicación de la estrategia de comunicación se han cumplido durante el año anterior. Los resultados

serán presentados ante el Comité de Seguimiento para su discusión y, en su caso, para la modificación de la estrategia de comunicación.

- Evaluación interna intermedia. Realizada en 2018 para evaluar los resultados de la estrategia de comunicación durante los primeros años de vida del Programa Interreg Sudoe. Complementada con la evaluación externa, dará lugar a un informe de evaluación que será asimismo presentado ante el comité de seguimiento y que será utilizado para modificar la estrategia de comunicación si fuera necesario.
- Evaluación interna final. Evaluación realizada en el 2023 al finalizar todos los proyectos del Programa y que, con la ayuda de las evaluaciones anuales, la evaluación intermedia y las evaluaciones externas, dará lugar a un informe de evaluación sobre el cumplimiento de los objetivos de la estrategia de comunicación en su conjunto.

Esta tabla muestra los indicadores generales de comunicación en el Programa de Cooperación:

Identificación	Indicador	Unidad de medida	Valor previsto (2023) (opcional)	Fuente de datos
OI_63	Número de acciones de comunicación y difusión elaboradas	Nº	9	Secretaría Conjunta
OI_64	Número de eventos transnacionales	Nº	9	Secretaría Conjunta

Los indicadores de evaluación interna de objetivos comprendidos en la estrategia de comunicación son los siguientes:

Indicador	Unidad de medida	Valor previsto	Fuente de datos	Tipos de fuente
Número de visitas anuales a la página web del Programa	Nº	21.000 visitas anuales, con una media de 3 páginas	Secretaría Conjunta	Estadísticas de la página web

		consultadas por visita y una duración media de 3 minutos		
Número de seguidores en las redes sociales	Nº	Aumento de 100 seguidores en Facebook y Twitter con respecto al año anterior y aumento de 50 seguidores en Youtube y LinkedIn con respecto al año anterior, a partir del 2016	Secretaría Conjunta	Estadísticas de las redes sociales
Número de informaciones compartidas a través de la cuenta Facebook y Twitter del Programa Interreg Sudoe	Nº	100 anuales a partir del 2016	Secretaría Conjunta	Estadísticas de las redes sociales
Número de suscriptores del boletín Sudoe News	Nº	15.000	Secretaría Conjunta	Estadísticas de número de suscriptores
Número de boletines enviados	Nº	32	Secretaría Conjunta	Estadísticas sobre envío de boletines
Número de ideas publicadas en la Bolsa de Proyectos	Nº	Aumento de 25 ideas publicadas en la Bolsa con respecto al año anterior, a partir de 2016	Secretaría Conjunta	Estadísticas de participación en la Bolsa de Proyectos de la página web
Número de visionados del vídeo promocional	Nº	Mínimo 100 visionados al año	Secretaría Conjunta	Estadísticas de Youtube

		de publicación del vídeo a partir del momento de su publicación		
Número de asistentes a los seminarios de pre lanzamiento	Nº	180	Secretaría Conjunta	Lista de firmas de participantes
Valoración positiva de los seminarios de pre lanzamiento	Porcentaje	Valoración general superior al 50% de satisfacción	Secretaría Conjunta	Formulario de evaluación on line
Número de asistentes al seminario de lanzamiento	Nº	600	Secretaría Conjunta	Lista de firmas de los participantes
Valoración positiva del seminario de lanzamiento	Porcentaje	Valoración general superior al 50% de satisfacción	Secretaría Conjunta	Formulario de evaluación on line
Número de asistentes a la reunión técnica de la segunda fase	Nº	80% de los invitados	Secretaría Conjunta	Lista de firmas de los participantes
Valoración positiva de la reunión técnica	Porcentaje	Valoración general superior al 50% de satisfacción	Secretaría Conjunta	Formulario de evaluación on line
Número de asistentes a los seminarios de apertura de convocatoria	Nº	400	Secretaría Conjunta	Lista de firmas de los participantes
Valoración positiva de los seminarios de apertura de convocatoria	Porcentaje	Valoración general superior al 50% de satisfacción	Secretaría Conjunta	Formulario de evaluación on line
Número de asistentes a los seminarios de gestión de proyectos	Nº	80% de los invitados	Secretaría Conjunta	Lista de firmas de los participantes

Valoración positiva del seminario de gestión de proyectos	Porcentaje	Valoración general superior al 50% de satisfacción	Secretaría Conjunta	Formulario de evaluación on line
Número de asistentes a los seminarios de capitalización	Nº	200	Secretaría Conjunta	Lista de firmas de los participantes
Valoración positiva de los seminarios de capitalización	Porcentaje	Valoración general superior al 50% de satisfacción	Secretaría Conjunta	Formulario de evaluación on line
Presentaciones del Programa Sudoe en el marco de otros eventos	Nº	6	Secretaría Conjunta	Programa del evento con el nombre de los ponentes
Número de páginas web de proyectos creadas	Nº	1 por proyecto	Secretaría Conjunta	Páginas web individuales de los proyectos
Número de noticias publicadas en medios de comunicación sobre el Programa o los proyectos	Nº	20 anuales	Secretaría Conjunta	Búsqueda on line de noticias
Número de informaciones sobre el Programa o los proyectos publicadas en Internet (que no correspondan a medios de comunicación)	Nº	40 anuales	Secretaría Conjunta	Búsqueda on line de informaciones

### Medidas de evaluación externa

La estrategia de comunicación prevé la contratación de asistencia técnica para una evaluación externa de los resultados de la estrategia de comunicación, que servirá para

complementar la evaluación interna. Se prevé una evaluación externa intermedia (2018) y una evaluación externa final (2023).

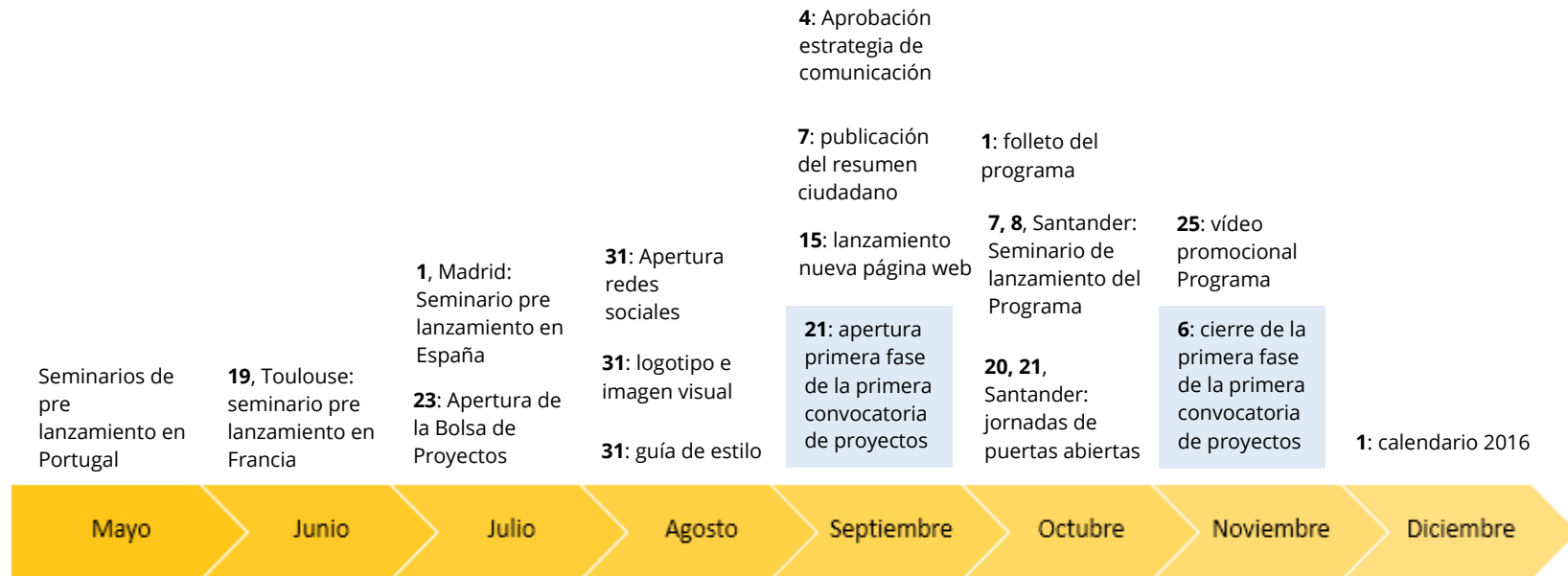
## **12. Principales novedades con respecto a la estrategia de comunicación del Programa SUDOE 2007-2013**

De forma general, la estrategia de comunicación actual toma como base el plan de comunicación de la programación 2007-2013 y continúa utilizando la mayor parte de las medidas anteriores, que han demostrado ser herramientas eficaces. No obstante, la estrategia de comunicación actual apuesta por hacer la comunicación más accesible a los públicos objetivos que constituyen las contrapartes estratégicas y agentes difusores, los medios de comunicación y a la ciudadanía en general, siguiendo los principios de transparencia y visibilidad. Por este motivo, las principales novedades de la estrategia de comunicación de la nueva generación del Programa son las siguientes:

- **El uso del inglés** como nueva lengua de comunicación, limitado a las comunicaciones generales del Programa y a las redes sociales.
- La apertura de **redes sociales**, con el objetivo de aprovechar al máximo las posibilidades de comunicación on line que ofrecen.
- La **estrategia conjunta de comunicación** con otros programas Interreg, a través del logotipo armonizado, la base de datos KEEP y la futura página web.
- Una **estrategia visual**, basada en una imagen visual simplificada y la publicación regular de imágenes y vídeos acompañando a las informaciones.
- **Nuevas publicaciones** para hacer la comunicación más accesible a todos los públicos objetivos, como el resumen ciudadano, las fichas sobre el impacto de los proyectos y la guía para comunicar los proyectos.

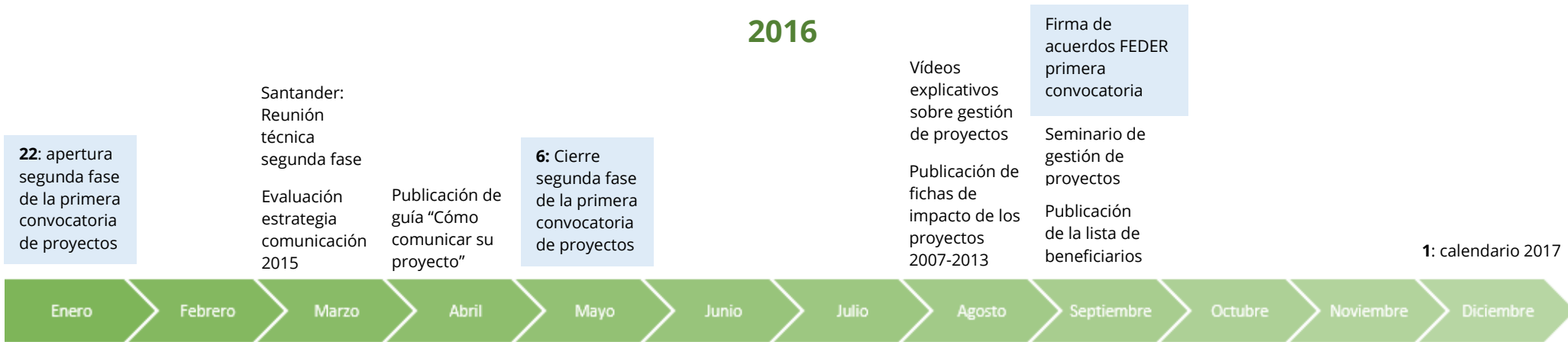
### 13. Calendario orientativo estrategia de comunicación

2015





## 2016



## 2017



## 2018

Firma de acuerdos FEDER segunda convocatoria

Seminario de gestión de proyectos

Publicación de la lista de beneficiarios

Evaluación estrategia comunicación 2017

Santander: reunión técnica segunda fase

Evaluación interna intermedia de la estrategia comunicación

Evaluación externa intermedia de la estrategia comunicación

Apertura de la cuarta convocatoria de proyectos

Firma de acuerdos FEDER tercera convocatoria

Santander: seminario de apertura de convocatoria  
Santander: jornadas de puertas abiertas

Seminario de gestión de proyectos  
Publicación de la lista de beneficiarios

1: calendario 2019

Enero

Febrero

Marzo

Abril

Mayo

Junio

Julio

Agosto

Septiembre

Octubre

Noviembre

Diciembre

## 2019

Firma de acuerdos FEDER cuarta convocatoria

Seminario de gestión de proyectos

Publicación de la lista de beneficiarios

1: calendario 2020

Santander: reunión técnica segunda fase

Evaluación estrategia comunicación 2018

Enero

Febrero

Marzo

Abril

Mayo

Junio

Julio

Agosto

Septiembre

Octubre

Noviembre

Diciembre

## 2020

Apertura de la quinta convocatoria de proyectos

Santander: seminario de apertura de convocatoria

Santander: jornadas de puertas abiertas

Evaluación estrategia comunicación 2019

Santander: reunión técnica segunda fase

Santander: seminario de capitalización

Publicación de fichas de impacto de los proyectos 2014-2020

1: calendario 2021



Firma de acuerdos FEDER quinta convocatoria

Seminario de gestión de proyectos

Publicación de la lista de beneficiarios

Evaluación estrategia comunicación 2020

Santander: seminario de capitalización

Publicación de fichas de impacto de los proyectos 2014-2020

1: calendario 2022

## 2021



## 2022

Evaluación  
estrategia  
comunicación  
2021

Santander:  
seminario de  
capitalización

Publicación de  
fichas de  
impacto de los  
proyectos 2014-

1: calendario 2023



## 2023

Evaluación  
estrategia  
comunicación  
2022

Santander:  
seminario de  
capitalización

Publicación de  
fichas de  
impacto de los  
proyectos  
2014-2020

Evaluación  
interna final  
de la  
estrategia  
comunicación

Evaluación  
externa final  
de la  
estrategia  
comunicación

1: calendario 2024



