

Manual de instrucciones de Información & comunicación

Estrategia de Desarrollo Urbano Sostenible e Integrado

CREACERES





ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	4
RESPONSABILIDADES DE LOS BENEFICIARIOS RELATIVAS A LAS MEDIDAS DE I&P	5
Responsabilidades del Beneficiario.....	5
NORMATIVA DE APLICACIÓN EN MATERIA DE COMUNICACIÓN	9
CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS PARA LA EXHIBICIÓN DE LOS DISTINTIVOS DE LA UE ..	10
Emblema de la Unión Europea	10
Referencia al Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)	12
El Lema “UNA MANERA DE HACER EUROPA”	12
Objetivos Temáticos.....	12
SEGUIMIENTO E INDICADORES DE INFORMACIÓN & PUBLICIDAD	13
Los Indicadores de Comunicación	13
La Aplicación INFOCO2014.....	16
BUENAS PRÁCTICAS	18
Criterios a cumplir por las Buenas Prácticas.....	18
ANEXOS	20
Anexo I. Direcciones de Interés.....	20
Anexo II. Manual de Identidad Visual.....	20

Este documento ha sido elaborado dentro de la Estrategia de Desarrollo Urbano Sostenible e Integrado de la ciudad de Cáceres “CreaCeres”, cofinanciada por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) en un 80%, en el marco del Programa Operativo Plurirregional de España 2014-2020.

INTRODUCCIÓN

Los aspectos relativos a la información y publicidad (I&P) de las actuaciones llevadas a cabo bajo el marco de los Fondos Europeos se consideran en el actual periodo de programación como elementos de gran relevancia. Por ello, las instituciones comunitarias han reiterado la necesidad de hacer llegar a la ciudadanía las actuaciones que se llevan a cabo con financiación europea y la información sobre cómo se invierten los recursos financieros de la Unión, en aras de la transparencia y el principio de gobernanza democrático.

Es el *Reglamento (UE) nº1303/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo por el que se establecen las disposiciones comunes y general relativas al Fondo FEDER y otros, de 17 de diciembre de 2013 (RDC)* el que establece en este ámbito tanto a las autoridades de gestión como a los beneficiarios de las ayudas como **principales responsables de esta labor de comunicación y publicidad**, que tendrán que asumir esta responsabilidad destinando parte de las ayudas directamente a acciones de información y publicidad sobre las actuaciones desarrolladas, incidiendo en que éstas han sido posibles gracias a la financiación europea.

En el ámbito de las Estrategias DUSI, es la *Orden HAP/2427/2015 de 13 de noviembre, por la que se aprueban las bases y la primera convocatoria para la selección de Estrategias de Desarrollo Urbano Sostenible e Integrado cofinanciadas mediante el programa operativo FEDER de crecimiento sostenible 2014-2020*, la que en su vigésimo tercero apartado de información y comunicación impele a las entidades beneficiarias a cumplir lo establecido en materia de información y publicidad en el *Anexo XII del Reglamento (UE) nº 1303/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo (RDC)*.

Por todo lo anterior, el Ayuntamiento de Cáceres, como beneficiario de la ayuda recibida para la implementación de su **Estrategia de Desarrollo Urbano Sostenible e Integrado de la ciudad de Cáceres "CreaCeres"** cofinanciada al 80% por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional-FEDER en el marco del Programa Operativo Plurirregional de España 2014-2020, está obligado a cumplir con el capítulo de normas de información y publicidad impuestas por la normativa vigente, y recogidas en España por la *Estrategia de Comunicación del Programa Operativo Plurirregional de España 2014-2020*.

El presente **Manual de Instrucciones de Información & Comunicación de la Estrategia DUSI de Cáceres** pretende recopilar toda la información relativa a las obligaciones y responsabilidades que tendrá el Ayuntamiento en materia de información, comunicación y publicidad durante la implementación de la Estrategia, teniendo en cuenta tanto las exigencias que emanan del marco normativo, como las instrucciones y recomendaciones de carácter más práctico que dan las autoridades competentes: autoridad de gestión del POPE en materia de comunicación, y las Redes GRECO AGE y GERIP en sus reuniones periódicas.

RESPONSABILIDADES DE LOS BENEFICIARIOS RELATIVAS A LAS MEDIDAS DE I&P

Como se ha dicho anteriormente, según el *Reglamento (UE) nº1303/2013 (RDC)* los beneficiarios de las ayudas de los Fondos Europeos son responsables del cumplimiento de la normativa comunitaria en materia de información y comunicación, y de la aplicación de la *Estrategia de Comunicación del Programa Operativo Plurirregional de España 2014-2020* junto con las autoridades de gestión.

Responsabilidades del Beneficiario

En concreto, el RDC obliga al beneficiario de las ayudas a *“adoptar las medidas necesarias para hacer llegar al público información sobre las operaciones financiadas por un Programa Operativo de acuerdo con el Reglamento, y comunicar con dicho público al respecto”*. Y cita como **responsabilidades del beneficiario** (en el punto 2.2. del Anexo XII), las siguientes:

- Reconocer el apoyo de los Fondos a la operación mostrando el EMBLEMA de la Unión Europea, la REFERENCIA AL FONDO (en este caso el FEDER) y el LEMA "UNA MANERA DE HACER EUROPA".
- Informar al público durante la realización de una operación de todo lo relacionado con ella (descripción, objetivos, resultados esperados...) en su página web, destacando el apoyo financiero de la UE, y colocando carteles o placas (diferentes según el tipo de operación) con información sobre el proyecto, mencionando la ayuda financiera de la Unión y situándolos en lugares visibles.
- Informar, mediante una declaración, de la cofinanciación por parte del Fondo FEDER a través del PO Plurirregional de España (POPE) en cualquier documento relacionado con la ejecución de una operación destinado al público o a los participantes.

ACTUACIONES DE COMUNICACIÓN DE LOS BENEFICIARIOS

Las actuaciones de comunicación que han de abordar los beneficiarios para informar al público del apoyo obtenido por los Fondos dependen del estado de ejecución de la operación:

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

- a) Haciendo una breve descripción de la operación en el PORTAL WEB que haya habilitado para la información de los Fondos Europeos, de manera proporcionada al nivel de apoyo prestado, detallando sus objetivos y resultados, y destacando la ayuda de la Unión Europea.
- b) Colocando una valla o CARTEL DE OBRA temporal de tamaño significativo y en un lugar bien visible para el público, en caso de operaciones consistentes en financiación de obras de infraestructura o construcción con ayuda comunitaria superior a 500.000 euros.
- c) En caso de operaciones no contempladas en el punto anterior b), colocando un CARTEL DE TAMAÑO MÍNIMO A3 con información del proyecto, en el que se mencione la ayuda financiera de la Unión y situado en un lugar bien visible para el público.

A la finalización de la operación el beneficiario informará al público del apoyo obtenido de los Fondos:

- a) Manteniendo con carácter permanente la información de la operación en el PORTAL WEB dedicado a los Fondos Europeos.
- b) Sustituyendo la valla o cartel de obra temporal por una PLACA O CARTEL PERMANENTE de tamaño significativo, colocada en un lugar bien visible para el público en un plazo de tres meses a partir de la conclusión de una operación que consista en la compra de un objeto físico, en la financiación de una infraestructura o en trabajos de construcción cuya contribución pública total a la operación supere los 500.000 euros.
- c) Manteniendo con carácter permanente el CARTEL DE TAMAÑO MÍNIMO A3 en operaciones no contempladas en el punto b).

MATERIAL DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

En todo caso, el beneficiario ha de asegurarse de que las partes que intervienen en la operación han sido informadas de la financiación comunitaria. Cualquier documento relacionado con la ejecución de una operación que se destine a beneficiarios potenciales, al público o a los participantes, incluidos los certificados de asistencia o de otro tipo, contendrá una declaración en la que se informe de que ha recibido apoyo de los Fondos Europeos.



Además de lo referido en el RDC, tanto la Estrategia de Comunicación del POPE como las redes de información y publicidad que coordinan los asuntos en materia de comunicación de los Fondos de la Política de Cohesión, GERIP y GRECO-AGE, han ido estableciendo una serie de directrices para armonizar la gestión de la comunicación de las Estrategias DUSI, estableciendo una serie de recomendaciones y requisitos técnicos y gráficos para aplicarlas.

Junto con las responsabilidades de los beneficiarios de Fondos Europeos anteriormente mencionadas, las **obligaciones y recomendaciones específicas con relación a la información y la comunicación de las Estrategias DUSI**, serían:

- Destinar al menos un 0,3% de la cantidad que se recibe como financiación para la Estrategia a actuaciones de comunicación.
- Designar a una persona como Responsable de Comunicación de la Estrategia, perteneciente al propio organismo y con capacidad para tomar decisiones en materia de comunicación. Esta persona será la responsable de los indicadores volcados en la plataforma INFOCO2014 (aunque no sea la que introduzca directamente los indicadores en la aplicación) y será miembro de la Red GRECO-AGE.
- Disponer de un apartado específico en sus webs institucionales, o hacer una web específica, con información sobre el Fondo FEDER, el Programa Operativo, y toda la información conjunta de todo el proceso de aplicación de la Estrategia DUSI en su organismo (sus operaciones, objetivos y resultados, la comunicación, las convocatorias, su compromiso contra el fraude, etc.).
- Para el seguimiento de todas las acciones de información y publicidad que se lleven a cabo en la Estrategia, se debe ir volcando la información de los indicadores en la aplicación INFOCO2014, preferiblemente de forma continuada, aunque hay obligación de hacerlo, al menos, dos veces al año.
- Presentar, al menos, una Buena Práctica al año (10 en total) y en general, presentar como Buena Práctica el 50% de la Ayuda de la EDUSI.

Hay que recordar que el incumplimiento de estas medidas relacionadas con la comunicación y publicidad de la Estrategia puede dar lugar a correcciones financieras de hasta el 5% de la ayuda concedida.

OBLIGACIONES EN MATERIA DE I&P – EDUSI

<p>Cooperación con las Autoridades de Gestión</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Nombramiento de responsable de comunicación – Inclusión de sus datos en los listados de operaciones financiadas – Remisión de información sobre indicadores – Conservar documentación que acredite el cumplimiento de las obligaciones de publicidad. – Selección y propuesta de 10 actuaciones que puedan ser consideradas Buenas Prácticas durante todo el periodo de ejecución de la Estrategia.
<p>Mención FEDER</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Toda medida de información y comunicación llevada a cabo (jornadas, publicaciones, publicaciones en boletines o diarios oficiales, anuncios en prensa...) debe reconocer el apoyo recibido del FEDER en la forma adecuada.
<p>Medidas Generales (Referidas a la Estrategia)</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Página web con información acerca de la aplicación de los Fondos Europeos. – Cartel con información sobre el proyecto en lugares bien visibles para el público.
<p>Medidas Específicas (Referidas a las operaciones)</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Carteles de obra: para infraestructuras o construcciones con ayuda FEDER superior a 500.000 euros. – Placas permanentes: para objetos físicos, infraestructuras o construcciones con contribución pública total superior a los 500.000 euros.

Estas obligaciones implicarán de forma distinta a los distintos órganos de gestión y ejecución de las Estrategias. En líneas generales, la **UNIDAD DE GESTIÓN** a través del/la Responsable de Comunicación designado/a se ocupará de las medidas de información y publicidad referidas al conjunto de la Estrategia DUSI y no a operaciones concretas: el Portal Web de la EDUSI, distribuir los manuales o guías de instrucciones de comunicación, Jornadas de difusión de la Estrategia y de Participación ciudadana, selección y propuesta de las Buenas Prácticas, etc. Será, igualmente, la encargada de velar por el respeto de la normativa europea y facilitar su cumplimiento.

Las **ÁREAS o UNIDADES EJECUTORAS** se ocuparán de las medidas de información y publicidad referidas a operaciones concretas, en cumplimiento de sus objetivos y derivadas de las obligaciones legales, asegurando su conformidad con la normativa europea.

NORMATIVA DE APLICACIÓN EN MATERIA DE COMUNICACIÓN

La **normativa de aplicación en materia de comunicación y publicidad** que recoge todos estos aspectos, y bajo la cual se ha elaborado este Manual de Instrucciones de Información & Comunicación viene recogida en los siguientes documentos:

- Capítulo II y Anexo XII del Reglamento (UE) 1303 /2013 de Disposiciones Comunes, del Parlamento Europeo y de la Comisión de 17 de diciembre de 2013.
- Reglamento de ejecución (UE) 821/2014 de la Comisión (Capítulo II + ANEXO II).
- Estrategia de Comunicación del PO Plurirregional de España.
- Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de las Estrategias de Comunicación de los PO FEDER y FSE 2014-2020.
- Breve Manual Recopilatorio de Cuestiones de Tipo Práctico para los Beneficiarios en Materia de Comunicación 2014-2020.
- Indicaciones de las Redes GERIP y GRECO-AGE.

CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS PARA LA EXHIBICIÓN DE LOS DISTINTIVOS DE LA UNIÓN EUROPEA

Emblema de la Unión Europea

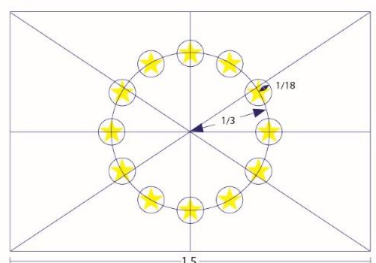
De acuerdo con lo estipulado en el Reglamento 821/2014 que establece disposiciones de aplicación del Reglamento 1303/2013 de disposiciones comunes a todos los fondos, en toda actuación en que se utilicen logotipos institucionales (por ejemplo, el de la entidad beneficiaria) se empleará también el **Logotipo de la Unión Europea (Emblema y nombre)**.

Éste debe aparecer en color siempre que sea posible, en un lugar destacado y con un tamaño que nunca podrá ser inferior al del logotipo más grande de entre los que lo acompañen. El nombre "Unión Europea" aparecerá siempre debajo del Emblema, sin abreviar y sin efectos (ni cursiva ni subrayado ni otros), y en el color corporativo Pantone Reflex Blue, negro o blanco en función del contexto.

El Emblema de la UE consiste en una bandera rectangular de color azul, cuya longitud equivale a tres medios de su anchura. Doce estrellas doradas equidistantes forman un círculo imaginario cuyo centro se sitúa en el punto de intersección de las diagonales del rectángulo. El radio del círculo equivale a un tercio de la anchura de la bandera. Cada una de las estrellas de cinco puntas se inscribe en un círculo imaginario cuyo radio equivale a un dieciochoavo de la anchura de la bandera. Todas las estrellas están en posición vertical, esto es, con una punta dirigida hacia arriba y otras dos sobre una línea recta imaginaria, perpendicular al asta de la bandera.



Unión Europea





Los colores del emblema son el PANTONE Reflex Blue para la superficie del rectángulo y el PANTONE Yellow C para las estrellas. Para su reproducción en cuatricromía, en la paleta web u otros sistemas de color, los valores serán los siguientes:



CMYK: 100 / 80 / 0 / 0
RGB: 0 / 51 / 153
HEX: 003399



CMYK: 0 / 0 / 100 / 0
RGB: 255 / 204 / 0
HEX: FFCC00

El Emblema de la UE deberá utilizarse preferiblemente en color y sobre fondos blancos. Cuando lo anterior no sea posible, las indicaciones de uso serán las siguientes:



UNIÓN EUROPEA

Para la reproducción en **monocromía** se utilizarán únicamente la tinta negra o el PANTONE Reflex Blue. Cuando la **tinta** escogida sea la **negra**, deberá delimitarse la superficie del rectángulo con un borde negro y estampar las estrellas, también en negro, sobre fondo blanco.



UNIÓN EUROPEA

En caso de que en la versión **monocroma** la **tinta** disponible sea el **PANTONE Reflex Blue**, se utilizará este como color de fondo al 100%, y se reproducirán las estrellas en negativo blanco.



UNIÓN EUROPEA

Sólo en casos específicos se podrá utilizar una **versión en negativo** (en blanco) delimitando la superficie del rectángulo con un borde blanco y estampando las estrellas en color blanco.



UNIÓN EUROPEA

Cuando no sea posible evitar un **fondo de color**, se rodeará el rectángulo del emblema con un borde blanco de grosor equivalente a un veinticincoavo de la altura del rectángulo.

Referencia al Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)

La **mención al Fondo Europeo de Desarrollo Regional** se pondrá siempre que el soporte lo permita (no sería necesario en objetos de pequeño formato), con su nombre entero y/o las siglas FEDER. No se utilizará cursiva, subrayado ni otros efectos, y deberá presentarse de forma destacada y separado del Emblema de la UE.

El Lema “UNA MANERA DE HACER EUROPA”

El **lema** elegido para el Fondo, “**Una manera de hacer Europa**”, se pondrá, igualmente, cuando el tamaño lo permita, y se debe presentar de forma destacada y separado del Emblema de la UE.

Objetivos Temáticos

Para este periodo de programación 2014-2020 se han definido 11 Objetivos Temáticos (OT)¹, aunque el Eje Prioritario 12 de Desarrollo Urbano Sostenible e Integrado del POPE, en el que se insertan las Estrategias DUSI, se concentra en 4 de ellos: OT2, OT4, OT6 y OT9.

La **referencia al Objetivo Temático** se debe incluir en aquellos elementos de comunicación de operaciones concretas, tales como carteles temporales o carteles permanentes. A continuación, se señalan los eslóganes vinculados a cada OT:

- OBJETIVO TEMÁTICO 2 (OT2)
“Garantizar un mejor uso de las tecnologías de información”
- OBJETIVO TEMÁTICO 4 (OT4)
“Conseguir una economía más limpia y sostenible”
- OBJETIVO TEMÁTICO 6 (OT6)
“Contribuir a la conservación del medio ambiente y el patrimonio cultural”
- OBJETIVO TEMÁTICO 9 (OT9)
“Promover la igualdad, la salud y la inclusión social”

¹ En el Acuerdo de Asociación de España 2014-2020, documento de carácter estratégico que expone las prioridades de inversión de los Fondos de la Política de Cohesión (FEDER, FSE, FEADER y FEMP) para el período 2014-2020 en nuestro país. Disponible en: http://www.dgfc.sepg.hacienda.gob.es/sitios/dgfc/es-ES/jpr/fcp1420/p/pa/Documents/20171215_AA_España_2014_2020_final.pdf.

SEGUIMIENTO E INDICADORES DE INFORMACIÓN & PUBLICIDAD





Los Indicadores de Comunicación




Todas las acciones de comunicación, información y publicidad que se lleven a cabo en la implementación de la EDUSI CreaCeres y sus operaciones deberán someterse al mecanismo de seguimiento establecido en la Estrategia de Comunicación del POPE y desarrollado por la *Guía de Seguimiento y Evaluación de las Estrategias de Comunicación de los PO del FEDER y del FSE 2014-2020*, elaborada de forma consensuada por los integrantes de la Red GERIP.

Los indicadores establecidos para llevar el seguimiento en materia de información y publicidad se han definido teniendo en cuenta las actuaciones recogidas en las diferentes Estrategias de Comunicación. De manera general, se pueden señalar algunos aspectos importantes a tener en cuenta a la hora de recoger la información sobre los indicadores de comunicación estipulados:

- El beneficiario de las ayudas es el responsable de recopilar la información correspondiente a las distintas actuaciones de comunicación realizadas en el seno de la Estrategia, por lo que tendrá que tener en cuenta no sólo las actividades realizadas por él mismo, sino también las realizadas por otras entidades participantes (Unidades Ejecutoras, adjudicatarios de contratos, etc.).
- La información de los indicadores debería volcarse de forma continuada en la aplicación INFOCO2014, a poder ser cuando se llevan a cabo las operaciones. En todo caso será obligatorio hacerlo dos veces al año: en marzo y octubre de cada año.
- Para su justificación, será necesario presentar constancia documental y/o fotográfica de todas las actuaciones llevadas a cabo en materia de información y publicidad que se hayan recogido en la base de datos de INFOCO2014 (fotografías de eventos, material publicitario impreso, grabaciones en CD u otro formato accesible de cuñas de radio, anuncios en TV, notas de prensa, etc.)
- Cada actuación de información y publicidad (hacer una Jornada, editar un folleto, imprimir bolígrafos...) se computará de forma individual, en su correspondiente indicador. Si la acción se repite anualmente, se generará un nuevo registro para que se compute en el informe anual correspondiente.
- Se estimará el coste aproximado de la actuación en términos económicos, computando el coste total realizado (ya sea cofinanciado o soportado con recursos propios); si no ha implicado coste se pondrá el valor 0.

Los **indicadores** para el seguimiento de la Estrategia en materia de comunicación y publicidad serán los siguientes:

CATEGORÍA DE ACTUACIONES	DESCRIPCIÓN	INDICADORES
<p>Actividades y Actos Públicos</p> 	<p>Seminarios, jornadas, actos de presentación, o inauguración de operaciones cofinanciadas, etc., organizados por el organismo correspondiente y que todo, o en parte, del contenido de los mismos se haya referido a cualquier aspecto relacionado con los Fondos Estructurales o la Política Regional Europea.</p>	<p>Indicador de Realización: Nº EVENTOS REALIZADOS.</p> <p>Indicador de Resultado: Nº ASISTENTES A DICHOS EVENTOS</p>
<p>Difusión y Medios de Comunicación</p> 	<p>Acciones de difusión realizadas en los medios (spots en TV, anuncios en prensa, cuñas en radio, noticias en Internet y en redes sociales, y "banner", notas de prensa en teletipos...) utilizados de forma individual o formando parte de una campaña publicitaria con motivo de dar a conocer el PO o alguna de sus actuaciones concretas, o la Política Regional Europea, entre la ciudadanía, siempre que en ellas se recoja claramente el papel jugado por el Fondo correspondiente o el papel de la UE.</p>	<p>Indicador de Realización: Nº ACTOS DE DIFUSIÓN</p>
<p>Publicaciones Realizadas</p> 	<p>Cualquier tipo de publicaciones editadas (en soporte papel, o electrónico: libros, folletos, revistas, CD, DVD, videos...).</p>	<p>Indicador de Realización: Nº PUBLICACIONES EXTERNAS.</p> <p>Indicadores de Resultado: % PUBLICACIONES DISTRIBUIDAS/EDITADAS.</p> <p>Nº PUNTOS DE DISTRIBUCIÓN.</p>
<p>Información a través de Páginas Web</p> 	<p>Principales Web utilizadas para la transmisión de información sobre los Programas Operativos o algunas actuaciones en concreto, así como la relacionada con la Política Regional Europea.</p>	<p>Indicador de Realización: Nº DE PÁGINAS WEB</p> <p>Indicador de Resultado: Nº DE VISITAS</p>

CATEGORÍA DE ACTUACIONES	DESCRIPCIÓN	INDICADORES
<p>Información a través de cualquier tipo de Cartelería</p> 	<p>Distintos soportes (pósteres, carteles, placas, expositores, stands y/o vallas) utilizados con fines publicitarios. También se incluirá el material promocional realizado (bolígrafos, carpetas, camisetas, pendrives, etc.).</p>	<p>Indicador de Realización: Nº SOPORTES PUBLICITARIOS</p>
<p>Instrucciones emitidas hacia los Participantes de los PO</p> 	<p>Guías metodológicas, indicaciones, informaciones, correos electrónicos enviados que tengan por objeto aclarar temas o resolver cuestiones relacionadas con la gestión y aplicación de los Fondos comunitarios, etc.</p>	<p>Indicador de Realización: Nº DOCUMENTACIÓN INTERNA DISTRIBUIDA.</p> <p>Indicador de Resultado: % ORGANISMOS CUBIERTOS</p>
<p>Redes de Información y Publicidad</p> 	<p>Redes de Comunicación, establecidas, a nivel europeo, y en España y sus regiones, para poner en marcha y llevar a la práctica la estrategia de comunicación. Este indicador no lo rellenan los beneficiarios, sino las propias redes.</p>	<p>Indicador de Realización: Nº REDES FORMALMENTE CONSTITUIDAS PARA PONER EN MARCHA Y LLEVAR A LA PRÁCTICA LAS DISTINTAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN.</p> <p>Indicadores de Resultado: Nº REUNIONES QUE SE HAN LLEVADO A CABO.</p> <p>Nº ASISTENTES A TALES REUNIONES</p>



La Aplicación INFOCO2014

La aplicación para llevar a cabo el seguimiento de los indicadores de comunicación del PO Plurirregional de España para este periodo de financiación es INFOCO2014, donde habrán de grabarse los datos sobre cada uno de los indicadores de forma continuada conforme se vayan realizando las actuaciones de comunicación. En cualquier caso, se han establecido dos periodos obligatorios para volcar datos en la plataforma INFOCO2014, en el mes de marzo de cada año (o un mes antes de las fechas previstas para el primero de los Comités de Seguimiento de ese año) y en el mes de octubre de cada año.

Según las indicaciones de la Autoridad de Gestión, el volcado de indicadores lo harán directamente en la plataforma los beneficiarios de más 50.000 habitantes o capitales de provincia, mientras que los de menos de 50.000 habitantes mandarán sus indicadores a su OIG, que se encargará de traspasar la información a la aplicación INFOCO2014.

Igualmente, para poder realizar el control y seguimiento de estos indicadores, es necesario que la UG vaya haciendo un repositorio de todas las pruebas documentales/fotográficas/multimedia que den constancia de todas y cada una de las actuaciones en materia de información, comunicación y publicidad que se hayan realizado durante la implementación de la Estrategia.

Sobre el sistema de seguimiento de los indicadores de la Estrategia DUSI y el volcado de datos en la Plataforma INFOCO2014, hasta la fecha se han ido dando algunas indicaciones por parte de las autoridades y redes de comunicación, que serían las que siguen:

- Se ha recomendado al beneficiario que guarde en un archivo propio (tipo Excel) toda la información relativa a los indicadores de comunicación y publicidad de su Estrategia y operaciones, porque existe la posibilidad de que la DGFE haga un borrado de archivos erróneos, y se pierda información.
- La UG debe facilitar el nombre de la persona encargada de volcar la información en la aplicación INFOCO2014 (que no tiene por qué ser la persona Responsable de Comunicación de la Estrategia, aunque ésta última es la responsable de la información transmitida) y solicitar su acceso a la aplicación.
- A la hora de grabar información sobre indicadores, hay que tener especial cuidado con los títulos, evitando que aparezca la cuantificación. Se recomienda que los títulos sean descriptivos, que hagan mención a la actuación, al público al que iba dirigida y, a ser posible, que se mencione al FEDER.
- Las redes sociales no pueden darse de alta como indicadores, pero sí el contenido puesto en ellas en el indicador 2: *Difusión y Medios de Comunicación*.



- Las notas de prensa, las noticias y los anuncios en prensa se computan de forma diferenciada.
- En el caso de acciones formativas, eventos, jornadas... las computa sólo el organismo que las organiza y no el que participa.
- Las visitas a las páginas web (o apartados específicos sobre los Fondos en las páginas webs institucionales) de los beneficiarios se computan sólo una vez al año, con fecha de 31 de diciembre.
- El indicador 7: *Redes de Información y Publicidad* debe ser introducido por la Autoridad de Gestión en los Programas Plurirregionales, por lo que el beneficiario no tiene que volcar ningún tipo de información en él.

PLANTILLA INDICADORES I&P APLICACIÓN INFOCO2014 (SIMULACIÓN)

Tipo de Actividad	Indicador realización	Selección	Ejecución	Nombre Actuación	Indicador Resultado	Ejecución	Fecha	Montante estimado
01	Nº de eventos realizados	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Nº de asistentes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
02	Nº de actos de difusión	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
03	Nº de publicaciones externas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	% publicaciones distribuidas /editadas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
					Nº puntos de distribución	<input type="checkbox"/>		
04	Nº de páginas web	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Nº de visitas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
05	Nº de soportes publicitarios	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
06	Nº de documentación interna distribuida	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	% de organismos cubiertos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
07	Nº de redes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Nº de reuniones	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
					Nº de asistentes	<input type="checkbox"/>		

BUENAS PRÁCTICAS

Criterios a cumplir por las Buenas Prácticas

La detección, análisis y transferencia de Buenas Prácticas constituye un eje fundamental de todas las Estrategias de Comunicación, por lo que es una obligación en materia de comunicación establecida por la AG/OI, que los beneficiarios presenten y difundan una Buena Práctica de entre sus actuaciones con carácter anual en todo el periodo de programación, por lo que serían 10 Buenas Prácticas. Concretamente, las Buenas Prácticas deben presentarse de forma que, cuando se acabe el período, hayan supuesto un importe superior al 50% de la Ayuda recibida.

De acuerdo a lo establecido en el seno de la Red GERIP y lo recogido en *la Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los POs FEDER, FSE y Fondo de Cohesión*, para que las actuaciones puedan ser consideradas Buenas Prácticas deben cumplir los siguientes criterios:

1. Que la actuación haya sido convenientemente difundida entre los beneficiarios/as, beneficiarios/as potenciales y el público en general. Para ello se deberá presentar todo lo realizado para la comunicación de la citada actuación.
2. Que la actuación incorpore elementos innovadores. Habrá que destacar el carácter innovador de la actuación, que puede estar vinculado a:
 - las metodologías,
 - las tecnologías o procesos,
 - los servicios facilitados,
 - las distintas herramientas empleadas para ponerla en marcha,
 - la innovación respecto al territorio,
 - la innovación respecto al ámbito de ejecución y
 - respecto al público objetivo.
3. Adecuación de los resultados obtenidos a los objetivos establecidos. Se han de destacar los principales objetivos, haciendo ver el valor añadido que supone el haber recibido Fondos Europeos, indicando si todos ellos se están cumpliendo y haciendo hincapié en qué tipo de actividades y resultados se pueden atribuir al proyecto: impacto en términos físicos, cuantitativos, cualitativos.
4. Contribución a la resolución de un problema o debilidad detectada en el ámbito territorial de ejecución. Es preciso describir a qué problemática responde el proyecto presentado y cómo su puesta en marcha favorece el desarrollo del territorio y/o del público objetivo.



5. Alto grado de cobertura sobre la población a la que va dirigida. Debe mencionarse el alcance, no solo sobre los beneficiarios/as sino también sobre la población en general.
6. Consideración de los criterios horizontales de igualdad de oportunidades y no discriminación, así como responsabilidad social y sostenibilidad ambiental. Se debe indicar cómo se han aplicado estos criterios en la actuación correspondiente.
7. Sinergias con otras políticas o instrumentos de intervención pública. Se tendrá en cuenta si la acción ha reforzado la actuación de otros Fondos (regionales, nacionales, europeos) y ha contribuido a potenciar los aspectos positivos de los mismos.

Para el **cumplimiento del criterio 1** relativo a la difusión de la actuación, para que una actuación pueda ser considerada Buena Práctica hay que resaltar el valor del papel de los Fondos Europeos en la misma, y deben usarse herramientas y materiales de comunicación que vayan más allá de las obligatorias por reglamento (carteles, placas, publicación en el BOE...), justificando el gasto con facturas específicas donde se vea claro que la medida de comunicación ha ido dirigida a esa actuación, y guardando y presentando las pruebas documentales y gráficas de todas ellas.

La selección y propuesta de las actuaciones que puedan ser consideradas Buena Práctica ha de hacerse desde el inicio, mandando un cronograma temporizado hasta 2023 de las mismas, con una breve descripción a la autoridad de gestión u organismo intermedio.

Para presentar una actuación de la Estrategia DUSI como Buena Práctica, primero habrá que elaborar un informe que recoja el cumplimiento de los criterios establecidos anteriormente, y una descripción de la misma que incluya el coste elegible y la ayuda europea, así como una valoración del impacto de la misma. En las sucesivas reuniones mantenidas en la red GRECO-AGE, se ha especificado el formato de este informe, pidiendo concretamente que se trate de un documento sencillo de 6 u 8 páginas en Word con sólo texto y fotos (sin logos ni tablas), que explique la información en un lenguaje lo más sencillo posible, en tipo de letra "Times New Roman" tamaño 11. Las fotos deben estar intercaladas en el texto, pero han de guardarse siempre con la máxima resolución posible por si son necesarias para su futura difusión.

En caso de ser aceptada la actuación como Buena Práctica, el documento debería traducirse al inglés para su difusión fuera de nuestras fronteras.



ANEXOS

Anexo I. Direcciones de Interés

REPRESENTANTE DE LA AUTORIDAD DE GESTIÓN

D^a Ángeles Gayoso Rico

Vocal Asesora

Dirección General de Fondos Europeos

Paseo de la Castellana 162 – planta 20 despacho 25

28046 – Madrid

Teléfono - 915837643/4

Fax – 915835696

e-mail – agayoso@sepg.minhafp.es

RESPONSABLE DE COMUNICACIÓN ESTRATEGIA DUSI

Nombre

Responsable de Comunicación

Cargo

Dirección

Teléfono -

Fax -

e-mail -

Anexo II. Manual de Identidad Visual.