BREVE MANUAL RECOPILATORIO DE CUESTIONES DE TIPO PRÁCTICO PARA LOS BENEFICIARIOS/AS EN MATERIA DE COMUNICACIÓN 2014-2020

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE HACIENDA Y FUNCIÓN PÚBLICA
SECRETARÍA DE ESTADO DE PRESUPUESTOS Y GASTOS
DIRECCIÓN GENERAL DE FONDOS COMUNITARIOS

Una manera de hacer Europa

UNIÓN EUROPEA

Diciembre 2016

Coordinación y supervisión y elaboración:
Dirección General de Fondos Comunitarios
Ministerio de Hacienda y Función Pública

Maquetación:
UTE CAFFA4-DOMINUS S.L.

ÍNDICE

pág.

1. Introducción 5

2. Metodología de los indicadores de información y publicidad 7

2.1. Algunos aspectos generales a tener en cuenta 8
2.2. Los indicadores de comunicación 9

3. Consideraciones sobre determinados aspectos relevantes relacionados con las medidas de información y publicidad 13

3.1. Características técnicas para la exhibición del emblema de la Unión Europea, referencia al Fondo o los Fondos que dan apoyo a la operación y lema 13

3.2. Medidas de publicidad 14

3.3. Documentación administrativa 17

4. Criterios para la selección de Buenas Prácticas 23

5. Síntesis sobre normativa de la Unión Europea en materia de información y publicidad 25

6. Direcciones de interés 27

1. INTRODUCCIÓN

Todo lo referido a la Comunicación de los Fondos de la Política de Cohesión Europea viene adquiriendo una cada vez mayor relevancia, debido a la necesidad de, por una parte, incrementar la transparencia en la aplicación de los Fondos de esta política en los distintos estados miembros, para lo que es muy importante el poder garantizar una buena difusión e información acerca de las obligaciones y responsabilidades de los distintos beneficiarios/as y beneficiarios/as potenciales de estas ayudas, pero también es imprescindible que la ciudadanía esté bien informada de cuál es el papel que la Unión Europea juega en la mejora de su calidad de vida, para aumentar así el conocimiento y la afección con Europa.

Así, ya desde el anterior período de programación la información y publicidad alcanzó un papel más relevante que en otros períodos y éste se incrementa más si cabe en el período 2014-2020. **Esto se refleja de manera señalada en los Reglamentos (UE) nº 1303/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo, así como el nº 821/2014 de la Comisión,** en los que se establece cuál es la mejor manera para dar a conocer el papel que desempeña la Unión Europea y su intervención a través de los Fondos Estructurales de la Política Regional.

En esta línea en España se ha venido trabajando ya desde el año 2007 en una línea de trabajo conjunto por parte de todas las administraciones españolas y todos los Fondos de la Política Regional Europea, a través del trabajo en red. Así, en ese año 2007 se crea **la Red GERIP (Grupo Español de Responsables de Información y Publicidad), en la que participan todos los responsables de Comunicación de todos los Fondos y de las autoridades de gestión y las distintas administraciones regionales y que ha servido no sólo como un instrumento para compartir experiencias, sino también para hacer el diseño de las estrategias de comunicación,** que parten de un tronco común y se plasman con las distintas especificidades de las actuaciones recogidas en los distintos Programas Operativos españoles.

Hay que señalar que el hilo conductor en el actual período de programación de todas las estrategias es el de dar a conocer las mejores actuaciones cofinanciadas con los Fondos Europeos en España y sus regiones y que, por lo tanto, las actuaciones y herramientas de comunicación que se van a poner en marcha tienen como objetivo el de dar a conocer estas actuaciones, pero también, y muy especialmente, el valor añadido de los Fondos Europeos en las mismas.

Hay que indicar también que existe ya una Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación para el período 2007-2013. Aunque las nuevas estrategias de comunicación para el período 2014-2020 recogen aquellas mejoras que se deducen de la propia experiencia de los beneficiarios/as, beneficiarios/as potenciales y las autoridades de gestión y organismos intermedios y también de las recomendaciones que se deducen de las evaluaciones de todos los Planes de comunicación, que se han llevado a cabo en el año 2013, hay que resaltar el carácter continuista de las mismas con las recogidas en los Planes de Comunicación del período anterior. Por ello, esta Guía Metodológica va a servir de base a la que se elaborará a corto plazo para el nuevo período, que llevará las actualizaciones necesarias para ajustarla, si fuese necesario a la nueva reglamentación.

Este Manual no tiene el afán de ser exhaustivo, sino que trata de recoger, de una manera homogénea y clara, aquellos aspectos más relevantes de las acciones de comunicación relacionadas con las actuaciones cofinanciadas.

2. METODOLOGÍA DE LOS INDICADORES DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD

Todas las acciones de información y publicidad que se lleven a cabo están sometidas a un mecanismo de seguimiento basado en indicadores, cuya metodología está recogida en la Guía de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación, que se elaboró en el período anterior en el seno del GERIP, y que será actualizada en los primeros años de este período de Programación.

La definición de estos indicadores se ha realizado de forma coherente con el conjunto de las actuaciones recogidas en las diferentes estrategias de comunicación, elaboradas al principio de este período de programación 2014-2020, por lo que se puede afirmar que la ejecución de estas actuaciones se adecua a los indicadores que se presentan a continuación.

INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DE REALIZACIÓN Y RESULTADO DE LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

TIPOS DE ACTIVIDADES	INDICADORES DE REALIZACIÓN	INDICADORES DE RESULTADOS
1. ACTIVIDADES Y ACTOS PÚBLICOS	(Nº) EVENTOS REALIZADOS	(Nº) ASISTENTES
2. DIFUSIÓN EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN	(Nº) ACTOS DIFUSIÓN	
3. PUBLICACIONES REALIZADAS	(Nº) PUBLICACIONES EXTERNAS	(%) PUBLICACIONES DISTRIBUIDAS/EDITADAS
4. INFORMACIÓN A TRAVÉS DE PÁGINA WEB	(Nº) PÁGINAS WEB	(Nº) VISITAS
5. INFORMACIÓN A TRAVÉS DE CUALQUIER TIPO DE CARTELERÍA	(Nº) SOPORTES PUBLICITARIOS	
6. INSTRUCCIONES EMITIDAS HACIA LOS PARTICIPANTES EN LOS PROGRAMAS OPERATIVOS	(Nº) DOCUMENTACIÓN INTERNA DISTRIBUIDA	(%) ORGANISMOS CUBIERTOS
7. REDES DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD	(Nº) REDES	(Nº) REUNIONES (Nº) ASISTENTES

Con la finalidad de facilitar el correcto seguimiento del avance de la ejecución de las acciones de comunicación, a continuación se dan una serie de aclaraciones básicas destinadas a los organismos implicados en la cuantificación de los indicadores de comunicación establecidos para el período 2014-2020.

2.1. ALGUNOS ASPECTOS GENERALES A TENER PRESENTES

La información correspondiente a las distintas actuaciones de comunicación realizadas con relación a los Fondos Estructurales será recopilada por cada órgano gestor en el ámbito de las operaciones cofinanciadas de las que es responsable. Por lo tanto, deberá tener en cuenta, no sólo las acciones directamente realizadas por ellos, sino también las llevadas a cabo por aquellas otras entidades que participan en dichas operaciones que desarrollan, si las mismas se ejecutan mediante convenios (con Ayuntamientos, Universidades, por ejemplo) o líneas de ayuda (para la inversión empresarial, por ejemplo).

Para que el sistema de seguimiento funcione correctamente es esencial tener constancia documental y/o fotográfica de todas las actuaciones llevadas a cabo que se graben en la base de datos de indicadores de Comunicación (INFOCO2014). De hecho, esta es la única y mejor prueba para justificar, ante posibles controles a los que puedan someterse las operaciones cofinanciadas, la calidad de la información suministrada por el seguimiento. En el caso de las cuñas de radios, la justificación se hará con la grabación (en CD o cualquier otro soporte que permita la reproducción de audio y copia de los textos del contenido de la cuña). Por lo que se refiere a la televisión, se debería conservar, igualmente, una grabación de la emisión realizada en DVD o en otro formato accesible.

Igualmente, es muy importante que la denominación de las actuaciones se haga de una forma comprensible, evitando la utilización de acrónimos, siglas, códigos... que dificulten la identificación clara de la misma.

Los indicadores se computarán de forma individual, es decir, para cada actuación desarrollada se corresponderá con el indicador de realización y de resultados que tiene asociados. De esta forma, si el tipo de acción se repite, se introducirá en la base de datos INFOCO2014 tantas veces como se realice anualmente (es decir, se generará un nuevo registro), aunque teniendo especial cuidado cuando las actuaciones sean susceptibles de ser agrupadas para no desvirtuar la cantidad de actuaciones llevadas a cabo. El hecho de tener que introducir individualmente cada acción hace que la cuantificación de los indicadores de realización sea siempre igual al 1.

También se estimará el coste aproximado que ha implicado la realización de la acción en términos económicos, computándose el gasto total realizado, ya sea cofinanciado o soportado con recursos propios. Si la acción no ha implicado coste alguno, se le asignará el valor cero. En los casos de actividades de comunicación con un alcance que sobrepase el ámbito de los Fondos Estructurales, se estimará el coste proporcional a la importancia relativa que ha tenido la difusión específica del papel de la Unión Europea a través de la aplicación de los Fondos Estructurales y la Política Regional en dicha actividad.

No obstante, se debe tener especial cuidado en no volcar con coste cero actuaciones que en la práctica habitual vienen suponiendo un coste efectivo (placas, anuncios en periódicos...) y no vincular coste alguno a acciones que no lo tienen (como el volcado en la propia página web...).

Estos indicadores se deben volcar en la aplicación INFOCO2014 de

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

2.2. LOS INDICADORES DE COMUNICACIÓN

A) ACTIVIDADES Y ACTOS PÚBLICOS

Se recogen el número de actos de lanzamiento del/los Programas Operativos para los que se elabora la Estrategia de Comunicación, los actos informativos importantes anuales, actos en torno al Día de Europa y cualquier otro evento contemplado para desarrollar las medidas de la Estrategia o transmitir información acerca de la Política Regional Comunitaria en España.

Por lo tanto, dentro de esta categoría se consideran los seminarios, jornadas, actos de presentación o inauguración de operaciones cofinanciadas, etc. siempre que hayan sido 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.

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

- **(Nº) EVENTOS REALIZADOS.**

- **(Nº) ASISTENTES A DICHOS EVENTOS**. En el caso de grandes eventos en los que se participe (aquellos con una duración extensa de varios días y con una programación amplia y diversa en la que la temática de los Fondos constituya sólo una parte de los contenidos del evento, como es el caso, por ejemplo, de ferias) los asistentes a considerar no deberían ser todos los correspondiente a dicho evento, sino que se estimará teniendo en cuenta únicamente aquellos que hayan accedido a los contenidos e información proporcionada sobre los Fondos.

B) DIFUSIÓN Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

En este epígrafe se recogen distintos tipos de acciones de difusión realizadas en los medios (spots en TV, anuncios en prensa, cuñas 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 Programa Operativo 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 Unión Europa.**

Es necesario tener especial cuidado en la diferenciación entre nota de prensa, noticia en prensa y anuncio en prensa. En el caso de las notas de prensa emitidas que pasen posteriormente a ser noticias de prensa incluidas en cualquier medio de comunicación, se computará solamente la noticia, teniéndose que eliminar el registro inicial de la nota en la aplicación INFOCO2014 para evitar la doble contabilización.

Asimismo, se incluirán también en este indicador las publicaciones de licitaciones, bases reguladoras y órdenes de ayuda, convenios, etc. tanto en prensa, como en los diarios oficiales correspondientes, de las operaciones cofinanciables por los POs.

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

• (Nº) ACTOS DIFUSIÓN.

C) PUBLICACIONES REALIZADAS

Se recogen cualquier tipo de publicaciones editadas (en soporte papel o electrónico: libros, folletos, revistas, CD, DVD, videos...) dirigidos a la ciudadanía con la finalidad de dar a conocer los Programas Operativos o alguna de sus actuaciones concretas, así como aquellas relacionadas con la Política Regional Europea.

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

• (Nº) PUBLICACIONES EXTERNAS: computará para cada ejercicio la publicación en sí y no el número de ejemplares de la misma. La fecha que se señalaría sería la correspondiente a la primera de cada anualidad, porque si es periódica se deberá registrar anualmente.

• (%) PUBLICACIONES DISTRIBUIDAS/EDITADAS: se señalará el porcentaje de ejemplares que se han distribuido respecto a los editados. En el caso de publicaciones que se puedan descargar, de forma abierta, electrónicamente, este porcentaje será necesariamente del 100%.

• (Nº) PUNTOS DE DISTRIBUCIÓN: este indicador cuantifica los puntos a los que se distribuyen las publicaciones por tipo de destinatario, no el número de puntos dentro de cada uno (por ejemplo: 1. Universidades, 2. Comunidades Autónomas, 3. Cámaras de Comercio... y así tantos como se disponga en cada organismo). También se considera, como un punto de distribución más, la difusión electrónica (si se puede descargar la publicación por internet o el envío directo masivo por correo electrónico).

Este número es muy estable en el tiempo y es el mismo para todas las actuaciones diferentes. No obstante, en caso de que fuese necesario modificarlo, se mantendría el inicial hasta el momento de producirse el cambio, sustituyéndose por el nuevo a partir de esa fecha.

D) INFORMACIÓN A TRAVÉS DE PÁGINAS WEB

Contabiliza las principales Web utilizadas para la transmisión de información sobre los Programas Operativos o algunas actuaciones en concreto, así como la relacionada con la Política Regional Europea. Se contabilizan no sólo la de la Autoridad de Gestión, sino las de los Organismos Intermedios y/o beneficiarios Públicos, así como las de aquellos que hacen de intermediarios frente a beneficiarios/as privados, que participan en la aplicación de los Fondos de este Programa Operativo.

Es condición necesaria que dichas webs tengan un apartado específico dedicado a la aplicación de los Fondos Estructurales en el mismo en el que se ofrezca toda la información sobre la Política Regional, el Programa Operativo a través del que recibe la financiación comunitaria, y sobre todo, la puesta en marcha y gestión de todas las actuaciones llevadas a cabo por el organismo, incluidas de forma destacada aquellas que ha seleccionado como sus mejores actuaciones (las Buenas Prácticas de Actuaciones cofinanciadas). Hacia estos apartados específicos existirá un enlace desde el Portal Web Único en España, en el caso del FEDER, el de la Dirección General de Fondos Comunitarios del Ministerio de Hacienda y Función Pública.

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

• (Nº) PÁGINAS WEB.

• **(Nº) VISITAS**, que recogerá la cuantificación de las visitas a este apartado específico en la web de cada Organismo.

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

E) INFORMACIÓN A TRAVÉS DE CUALQUIER TIPO DE CARTELERÍA

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

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

• **(Nº) SOPORTES PUBLICITARIOS.**

F) INSTRUCCIONES EMITIDAS HACIA LOS PARTICIPANTES DE LOS PROGRAMAS OPERATIVOS

Se incluye toda la documentación distribuida desde las Autoridades de Gestión y/o los Organismos Intermedios hacia los Organismos Gestores de los Programas Operativos y/o potenciales beneficiarios/as/beneficiarios/as de los Fondos Europeos aplicados a través de los distintos Programas Operativos.

Se trata de garantizar la transparencia de las actuaciones para conseguir la mayor excelencia en las actuaciones a cofinanciar a través de los Fondos Europeos y facilitar el cumplimiento de la normativa comunitaria. Tales instrucciones deben entenderse en sentido amplio y podrán consistir en 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.

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

• **(Nº) DOCUMENTACIÓN INTERNA DISTRIBUIDA.**

• **(%) ORGANISMOS CUBIERTOS.** Este indicador mide el porcentaje, respecto al total de entidades afectadas por la documentación, al que se ha distribuido la misma.

G) REDES DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD

Se recogen las 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, en la línea de especial sensibilización sobre el establecimiento de redes comunitarias, que permitan garantizar el intercambio de Buenas Prácticas y el intercambio de experiencias en materia de comunicación.

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

• **(Nº) REDES FORMALMENTE CONSTITUIDAS PARA PONER EN MARCHA Y LLEVAR A LA PRÁCTICA LAS DISTINTAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN.**

• **(Nº) REUNIONES QUE SE HAN LLEVADO A CABO.**

• **(Nº) ASISTENTES A TALES REUNIONES.**

3. CONSIDERACIONES SOBRE DETERMINADOS ASPECTOS RELEVANTES RELACIONADOS CON LAS MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD

Las actuaciones contenidas en las Estrategias de Comunicación tratan de garantizar la transparencia de las intervenciones para conseguir las mejores actuaciones posibles a cofinanciar a través de los Fondos Europeos y de concienciar a la ciudadanía del papel que la Unión Europea juega en el incremento de su calidad de vida, resaltando el papel que en ello pueden tener los Fondos Estructurales.

A continuación, se señalan algunas de las medidas de información y publicidad más destacadas.

3.1. CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS PARA LA EXHIBICIÓN DEL EMBLEMA DE LA UNIÓN EUROPEA, REFERENCIA AL FONDO O LOS FONDOS QUE DAN APOYO A LA OPERACIÓN Y EL LEMA

A) EMBLEMA (LOGO)

El emblema de la Unión Europea a que se hace referencia en el anexo XII, sección 2.2, punto 1, letra a), del Reglamento (UE) nº 1303/2013 deberá figurar en color en los sitios web. En todos los demás medios de comunicación, el color se utilizará siempre que sea posible; podrá utilizarse una versión monocroma únicamente en casos justificados.

El emblema de la Unión será siempre claramente visible y ocupará un lugar destacado. Su posición y tamaño serán los adecuados a la escala del material o documento utilizados. El nombre «UNIÓN EUROPEA» siempre aparecerá sin abreviar y debajo del emblema. No se utilizará la cursiva, el subrayado ni otros efectos. En relación con el emblema de la Unión, el texto se compondrá de manera que no interfiera en modo alguno con dicho emblema. El cuerpo del tipo utilizado deberá ser proporcional al tamaño del emblema. El color del tipo será azul reflex, negro o blanco, en función del contexto.

Con relación a otros logotipos, el emblema de la Unión Europea tendrá como mínimo el mismo tamaño, medido en altura y anchura, que el mayor de los demás logotipos.

B) REFERENCIA AL FONDO O FONDOS

Se deberá incluir el nombre del Fondo a través del cual se recibe la ayuda europea, con su nombre entero y/o las siglas. Se recomienda ambas cosas. No se utilizará la cursiva, el subrayado ni otros efectos. En caso de que una operación esté cofinanciada por varios Fondos, podrá sustituirse por la referencia a los Fondos Estructurales y de Inversión Europeos (EIE).

C) LEMA

El elegido con carácter general en el caso del FEDER es **"Una manera de hacer Europa".** Es el obligado para todas las operaciones llevadas a cabo por la Administración General del Estado o las Entidades Locales. En el caso de las Comunidades Autónomas se recomienda este

lema sin perjuicio de que se pueda mantener el lema utilizado en el pasado por alguna Comunidad Autónoma, si así lo desea.

Este lema, al igual que la referencia al Fondo, excepto en el caso de pequeños artículos promocionales deberá ir separado del emblema de la Unión Europea (logo) y al tratarse del "slogan" de referencia a la Política Regional Europea, deberá presentarse de forma destacada, utilizando para ella, el tipo de letra, color,… que haga posible que ello sea así.

3.2 MEDIDAS DE PUBLICIDAD

A) CARTELES TEMPORALES (obras de infraestructuras o construcción que se beneficie de una ayuda superior a 500.000 euros).

El beneficiario/a colocará un cartel temporal en el enclave durante la ejecución de toda la operación.

El cartel debe ser visible para el público y de tamaño significativo, y debe hacer constar:

- **El nombre de la operación y el principal objetivo de ésta.**

Nombre, por ejemplo: Construcción del Centro de Investigación X.

Objetivo, dependerá del objetivo temático al que pertenezca la actuación. Se recogen a continuación todas las posibilidades a recoger como objetivo, según el Objetivo Temático (OT):

- OT 1. "Promover el desarrollo tecnológico, la innovación y una investigación de calidad";
- OT 2. "Garantizar un mejor uso de las tecnologías de información";
- OT 3. "Conseguir un tejido empresarial más competitivo";
- OT 4. "Conseguir una economía más limpia y sostenible";
- OT 5. "Frenar el cambio climático";
- OT 6. "Contribuir a la conservación del medio ambiente y el patrimonio cultural";
- OT 7. "Lograr un transporte sostenible";
- OT 8. "Conseguir formación y un empleo de calidad";
- OT 9. "Promover la igualdad, la salud y la inclusión social";
- OT 10. "Conseguir una educación de calidad".

- **El emblema de la Unión Europea,** es decir, la bandera europea.

- **La referencia a la Unión Europea**, con las palabras "UNIÓN EUROPEA".

- **La referencia al Fondo o Fondos** que cofinancia/n.

- **El lema del Fondo.**
Las características técnicas se han recogido en el apartado anterior.

Esta información referida a la participación de la Unión Europea debe ocupar, como mínimo, el 25% de la superficie del cartel. Cualquier otra información contenida en el cartel se presentará dentro del 75% restante de la superficie del mismo.

Los emblemas (logos) institucionales se colocarán con preferencia en la parte alta o baja del cartel, si sólo hay dos, en las esquinas. El tipo de letra y la colocación de todo lo obligatorio será la que mejor convenga al resto del cartel.

B) PLACAS o CARTELES PERMANENTES (cuando la contribución pública total a la operación supere los 500.000 euros, la operación consista en la compra de un objeto físico, la financiación

de una infraestructura o en trabajos de construcción).

El beneficiario/a colocará una placa o cartel permanente, visible para el público y de tamaño significativo, en un plazo de tres meses a partir de la conclusión de una operación.

Al igual que los carteles, las placas deben contener:

- El nombre de la operación y el principal objetivo de la actividad apoyada por aquélla. Para este objetivo se remite a lo ya recogido en los carteles temporales.

- **El emblema de la Unión Europea**, es decir, la bandera europea.

- La referencia a la Unión Europea, con las palabras "UNIÓN EUROPEA".

- La referencia al Fondo o Fondos que cofinancia/n.

- El lema del Fondo.

Las características técnicas se han recogido en el apartado anterior

La información referida a la participación de la Unión Europea debe ocupar, como mínimo, el 25% de la superficie de la placa, pudiendo ser el conjunto de toda la placa.

El tipo de letra y la colocación de todo lo obligatorio será la que mejor convenga al resto del cartel.

C) PARA EL RESTO DE OPERACIONES NO CONTEMPLADAS EN LOS PUNTOS A Y B

El beneficiario/a informará al público del apoyo obtenido de los Fondos, al menos, a través de su página web, y colocando un cartel con información sobre el proyecto de un tamaño mínimo A3 y en un lugar bien visible para el público, por ejemplo el portal de su edificio, en el que se mencionará la ayuda financiera de la Unión atendiendo a los elementos anteriormente expuestos. Se recomienda ver la estrategia de comunicación, en el caso de beneficiarios/as privados para los que estas dos cuestiones sean de difícil cumplimiento.

D) MATERIAL DE DIFUSIÓN; MERCHANDISING Y ARTÍCULOS PROMOCIONALES DE PEQUEÑO TAMAÑO

La edición de publicaciones relacionadas con los Programas Operativos o las operaciones que cofinancian llevarán una indicación visible de la participación de la Unión Europea y el Fondo, incorporando el emblema Europeo, de acuerdo con las normas generales de utilización del mismo descritas en el capítulo 5 de esta Guía y el lema del Fondo, en general "Una manera de hacer Europa".

En el caso de merchandising y artículos promocionales de pequeño tamaño, se recomienda incluir esta misma información, procurando que el espacio destinado a ello sea suficientemente visible.

Sólo para este tipo de artículos servirá algo similar al ejemplo que se propone a continuación:

UNIÓN EUROPEA	Fondo Europeo de Desarrollo Regional
	Una manera de hacer Europa

E) INFORMACIÓN ELECTRÓNICA O AUDIOVISUAL

El material audiovisual que se realice sobre los Programas o las operaciones cofinanciadas deberá reservar un espacio destinado para destacar la participación de la Unión Europea y el Fondo correspondiente, que contendrá la información requerida en esta Guía, además del lema.

Toda esta información deberá aparecer en la carátula del disco DVD/CD, en su interior, así como en el propio anuncio o película.

F) PÁGINAS WEB

Las páginas web de los organismos beneficiarios públicos y/o intermediarios frente a beneficiarios/as privados, a los efectos de la obligación de tener un portal web único en España, que será en el caso del FEDER el de la Dirección General de Fondos Comunitarios del Ministerio de Hacienda y Función Pública, deberán contener un apartado específico para proporcionar información sobre la Política Regional, los Programas Operativos y sus propias operaciones apoyadas a través de los mismos y se hará especial mención a las Buenas Prácticas de actividades cofinanciadas. A esos apartados específicos se podrá acceder a través de enlaces desde el portal web único.

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

a) el emblema de la Unión (logo) deberá figurar en color;

b) tanto el emblema como la referencia a la Unión serán visibles al llegar a dicho sitio web, en la superficie de visión de un dispositivo digital, sin que el usuario tenga que desplegar toda la página;

c) la referencia al Fondo en cuestión deberá figurar de forma visible en el mismo sitio web;

d) la proporción y el tamaño del emblema serán los adecuados a la propia web.

e) El lema de la Unión Europea, de forma general "Una Manera de Hacer Europa"

Si existen logos institucionales más allá del de la propia Unión Europea, la referencia al Fondo y el lema, deben colocarse separados de los mismos, los propios y el de la Unión Europea.

El tipo de letra y la colocación de todo lo obligatorio será la que mejor convenga al resto del diseño particular de la web.

G) ACTIVIDADES INFORMATIVAS Y FORMATIVAS

La organización de actividades informativas (conferencias, seminarios, exposiciones, jornadas, etc.) relacionadas con actuaciones cofinanciadas debería colocar la bandera de la Unión Europea en la sala donde tuvieran lugar las reuniones o eventos programados.

Asimismo, tanto en el cartel/trasera de dicha actividad informativa, si lo hubiese, como en el programa y demás material informativo, se debe hacer constar de forma clara la participación de la Unión Europea, y, en concreto, los mismos requisitos mencionados con anterioridad: emblema de la UE, referencia a la UE, y al Fondo correspondiente y el lema.

Si existen logos institucionales más allá del de la propia Unión Europea, la referencia al Fondo y el lema, deben colocarse separados de los mismos, los propios y el de la Unión Europea.

El tipo de letra y la colocación de todo lo obligatorio será la que mejor convenga al resto del diseño particular del cartel/trasera, programa o resto de material divulgativo.

H) ANUNCIOS DE PRENSA

Los anuncios de prensa, además de sus elementos habituales (título, imagen, cuerpo de texto, etc.) deberán incluir el emblema de la Unión Europea, la referencia al Fondo en cuestión y el lema correspondiente, como regla general "Una manera de Hacer Europa".

3.3 DOCUMENTACIÓN ADMINISTRATIVA

La gestión de los expedientes cofinanciados deberá incluir una mención a la financiación de la Unión Europea, especificando el Fondo en el marco del cual se realiza la actuación a través de un Programa Operativo. Esta obligación se referirá, entre otros, a:

- Convocatorias de ayudas.
- Formularios de solicitudes de ayudas.
- Notificaciones de concesión.
- Anuncios de licitación.
- Pliegos de cláusulas administrativas y de prescripciones técnicas.
- Contratos administrativos.
- Trabajos presentados por el contratista (estudios, informes, encuestas, otros).
- Convenios de colaboración.

A) ÓRDENES DE CONVOCATORIAS

Las órdenes de convocatorias de ayudas cofinanciadas deberán contener los siguientes elementos:

- En la exposición de motivos deberá reseñarse la justificación de la financiación del FEDER.

- En el articulado se reseñará la cofinanciación de las ayudas por el Fondo que se trate a través del Programa Operativo que corresponda. A modo ilustrativo, se propone el siguiente tipo de mención:

"Este proyecto se tiene previsto cofinanciar por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) o Fondo Social Europeo (FSE)" (Según el Fondo del que se trate).

- En el articulado, se indicará la normativa comunitaria que regula las obligaciones del beneficiario con respecto a las normas de información y publicidad. A modo ilustrativo, se propone el siguiente tipo de mención:

"Si finalmente es aceptada su propuesta, va a aparecer en la lista pública prevista en el artículo 115, apartado 2 del Reglamento (UE) 1303/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo de 17 de diciembre de 2013".

Hay que señalar la importancia de tener constancia de que los beneficiarios/as últimos de las ayudas hayan informado de la cofinanciación comunitaria de la actividad. Para ello, el Organismo Intermedio deberá disponer de los medios necesarios para saber que dicha obligación se está llevando a cabo. Podría facilitar las herramientas para llevar a cabo la acción, hacerse cargo de la difusión de dicha información o cualquier otro medio del que pudiera dotarse con esta finalidad.

B) MODELOS DE SOLICITUD Y RESOLUCIÓN DE AYUDAS

En los modelos de solicitud que acompañan las órdenes de convocatorias de ayudas cofinanciadas debería figurar el emblema de la Unión Europea con la leyenda del Fondo cofinanciador.

En los modelos de resolución y notificación de la concesión de la ayuda a los beneficiarios/as se tendría que indicar que la Unión Europea cofinancia la ayuda, sugiriéndose la inclusión del emblema Europeo y el nombre del Fondo.

A modo ilustrativo, se propone el siguiente tipo de mención:

"Este proyecto se cofinancia por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) o por el Fondo Social Europeo (FSE)" (Según el Fondo del que se trate).

Además, también se debe incluir un texto en el que se haga referencia a la aceptación de la inclusión del beneficiario en la Lista de Operaciones del artículo 115, apartado 2 del Reglamento (UE) 1303/2013:

"Esta resolución/adjudicación supone su aceptación a ser incluido en la lista pública que se recoge en el artículo 115, apartado 2 del Reglamento (UE) 1303/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo de 17 de diciembre de 2013".

C) PROCEDIMIENTOS DE CONTRATACIÓN PÚBLICA

Tanto los anuncios de licitación de los contratos, como en los pliegos de cláusulas administrativas y de prescripciones técnicas, deberán incluir una mención a la participación de la UE y el Fondo que cofinancia. Para garantizar la máxima visibilidad posible se recomienda que se haga constar dicha circunstancia en el título.

Si en el anuncio de licitación figura el emblema de la Administración contratante se incluirá también el de la Unión Europea, con la referencia "Unión Europea" y el Fondo que cofinancia.

A título de ejemplo:

Logo Admón. que contrata ***Logo UE***

Referencia al Fondo

RESOLUCIÓN de … por la que se anuncia licitación pública para la contratación del proyecto "Denominación de la operación", cofinanciado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional en el marco del Programa Operativo de ..... , 2014-2020

1. Entidad adjudicadora. […]

2. Objeto del contrato. […]

.....

X. Presupuesto base de licitación: XX.XXX €. Existe el crédito presupuestario preciso para atender a las obligaciones económicas que se deriven de la contratación, con cargo a la partida presupuestaria … Dicho importe está cofinanciado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional en el marco del Programa Operativo de ....., 2014-2020.

Entre las obligaciones del contratista, figurarán expresamente las relativas a la información y publicidad comunitaria establecidas en los Reglamentos de aplicación.

Ejemplo Pliego de cláusulas administrativas particulares

Obligaciones de Información y Publicidad:
La entidad adjudicataria estará obligada a cumplir las obligaciones de información y publicidad establecidas en el anexo XII, sección 2.2. del Reglamento (UE) 1303/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo de 17 de diciembre de 2013.

Ejemplo Pliego de prescripciones técnicas:

Obligaciones de Información y Publicidad:

La empresa adjudicataria estará obligada a cumplir las obligaciones de información y publicidad establecidas en el anexo XII, sección 2.2. del Reglamento (UE) 1303/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo de 17 de diciembre de 2013, y, especialmente, las siguientes:

a) En los documentos de trabajo, así como en los informes y en cualquier tipo de soporte que se utilice en las actuaciones necesarias para el objeto del contrato, aparecerá de forma visible y destacada el emblema de la UE, haciendo referencia expresa a la Unión Europea y el Fondo Europeo de Desarrollo Regional.

b) En toda difusión pública o referencia a las actuaciones previstas en el contrato, cualquiera que sea el medio elegido (folletos, carteles, etc...), se deberán incluir de modo destacado los siguientes elementos: emblema de la Unión Europea de conformidad con las normas gráficas establecidas, así como la referencia a la Unión Europea y al Fondo Europeo de Desarrollo Regional, incluyendo el lema "Una manera de hacer Europa".

Ejemplo Contratos administrativos:

Logo Admón. que contrata ***Logo UE***

Referencia al Fondo

En Madrid …

REUNIDOS
De una parte …

De otra parte …

ANTECEDENTES ADMINISTRATIVOS

Primero.- […]

Cuarto.- Este proyecto está cofinanciado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional en el marco del Programa Operativo de ....., 2014-2020.

CLÁUSULAS DEL CONTRATO

Primera.- D./Dª ... en nombre y representación de ... se compromete a llevar a cabo la ejecución de este contrato titulado …… cofinanciado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional.

Quinta.- La entidad adjudicataria estará obligada a cumplir las obligaciones de información y publicidad establecidas en el apartado 2.2 del Anexo XII del Reglamento (UE) nº 1303/2013.

D) CONVENIOS DE COLABORACIÓN

En los convenios de colaboración que se refieran a actuaciones cofinanciadas figurará claramente una referencia expresa a la participación de la Unión Europea y el Fondo que interviene.

Entre las obligaciones de la institución con al que se convenia, figurarán expresamente las relativas a la información y publicidad comunitaria establecidas en el Reglamento (UE) nº 1303/2013.

El texto del Convenio debería incluir una cláusula en la que se informe a la institución con la que se convenia de las obligaciones que en materia de información y publicidad debe cumplir como beneficiaria de la ayuda comunitaria.

Se indicará también que el nombre de dicha institución, de la operación y la cuantía de la ayuda recibida será objeto de publicación.
A título de Ejemplo

Logo Admón. *Logo entidad con la que se convenia* *Logo UE*

Referencia al Fondo

Convenio de colaboración entre el Gobierno de XXXX y la Entidad de XXX para ... (Objeto a desarrollar)

Partes

De una parte, D. XXX, en representación de
De otra, D. XXX, en representación de

Antecedentes
...
...
Cláusulas

Tercera. Las obligaciones de la Entidad XXX son las siguientes
- [...]

- Asumir la responsabilidad de informar que la actividad ejecutada ha sido seleccionada en el marco del Programa Operativo del FEDER y hacer publicidad, de acuerdo con el anexo XII del Reglamento (UE) n. 1303/2013 y el Reglamento de Ejecución (UE) n. 821/2014 de la Comisión, de las características técnicas de las medidas de información y publicidad.

- Aceptar que su nombre se publique, junto con el nombre de la actividad cofinanciada, de acuerdo con el artículo 115.2 del Reglamento (UE) núm. 1303/2013 del Parlamento y del Consejo.

- Hacer constar en las memorias justificativas que se redacten, así como en los trabajos, las actividades, las publicaciones, los documentos o los actos públicos relacionados con la finalidad del Convenio, la imagen corporativa de la Dirección General de XXX, así como el emblema de la Unión Europea, la referencia al FEDER y el lema «Una manera de hacer Europa».

4. CRITERIOS PARA LA SELECCIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS

La detección, análisis y transferencia de Buenas Prácticas constituye el eje fundamental de todas las Estrategias de Comunicación y constituye una herramienta esencial para la gestión pública y para el avance en la consecución de los objetivos de la Política Regional Comunitaria.

Los criterios para la identificación y selección de Buenas Prácticas de actuaciones cofinanciadas son los acordados en el seno de la red GERIP de responsables de información y publicidad y están recogidos en la Guía Metodológica de seguimiento y Evaluación de los Planes de comunicación de los Programas Operativos FEDER, FSE y Fondo de cohesión" elaborada en el anterior período de programación 2007-2013 y que va a ser objeto de revisión en los primeros años del actual. Estos criterios son los siguientes:

- La actuación ha sido convenientemente difundida entre los beneficiarios/as, beneficiarios/as potenciales y el público en general. Se deberá presentar todo lo realizado para la comunicación de la citada actuación.

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

- 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.

- 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.

- 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.

- 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.

- 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.

Su presentación se hará a través de un informe de Buenas Prácticas (formulado en castellano y en inglés), en el que se presentará

con lenguaje accesible y claro la Actuación y se aportarán los argumentos necesarios para justificar el cumplimiento de los anteriores criterios, así como cuanta documentacióngráfica y documental de apoyo se considere oportuna. Asimismo, se deberá facilitar el importe de la ayuda y el gasto total al que asciende la operación en cuestión y el impacto de la misma en términos de desarrollo económico y empleo.

Todos los Organismos Públicos que reciban Fondos procedentes de la Política de Cohesión en cada Programa Operativo deberán presentar al menos una Buena Práctica por año. Esta obligación se hace extensible a aquellos Organismos Públicos que gestionan líneas de ayuda a empresas y/o equipos de investigación, que en este caso deberán presentar Buena Prácticas que impliquen a alguna o algunas de las empresas y/o equipos de investigación que hayan sido beneficiarios de las ayudas de una determinada convocatoria. En todo caso, se intentará que el montante global que supongan las Buenas Prácticas presentadas en el total del período supere al menos el 50% del montante total asignado.

5. SÍNTESIS SOBRE NORMATIVA DE LA UNIÓN EUROPEA EN MATERIA DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD

La normativa aplicable en materia de información y publicidad en la gestión del Fondo Europeo de Desarrollo Regional para el período 2014-2020, es la referida a continuación:

- REGLAMENTO (UE) Nº 1303/2013 DEL PARLAMENTO Europeo Y DEL CONSEJO de 17 de diciembre de 2013 por el que se establecen disposiciones comunes relativas al Fondo Europeo de Desarrollo Regional, al Fondo Social Europeo, al Fondo de Cohesión, al Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural y al Fondo Europeo Marítimo y de la Pesca, y por el que se establecen disposiciones generales relativas al Fondo Europeo de Desarrollo Regional, al Fondo Social Europeo, al Fondo de Cohesión y al Fondo Europeo Marítimo y de la Pesca, y se deroga el Reglamento (CE) nº 1083/2006 del Consejo. Capítulo II y Anexo XII.

- REGLAMENTO DE EJECUCIÓN (UE) Nº 821/2014 DE LA COMISIÓN de 28 de julio de 2014 por el que se establecen disposiciones de aplicación del Reglamento (UE) nº 1303/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo en lo que se refiere a las modalidades concretas de transferencia y gestión de las contribuciones del programa, la presentación de información sobre los instrumentos financieros, las características técnicas de las medidas de información y comunicación de las operaciones, y el sistema para el registro y el almacenamiento de datos. Capítulo II.

6. DIRECCIONES DE INTERÉS

A) ADMINISTRACIÓN DEL ESTADO

• Responsable de Comunicación de la Autoridad de Gestión de los Programas Operativos FEDER
Ángeles Gayoso Rico
Vocal Asesora
Dirección General de Fondos Comunitarios.
Ministerio de Hacienda y Función Pública
Teléfono: 91 583 76 43/4
e-mail: ***agayoso@sepg.minhafp.es***
Web: http://www.dgfc.sepg.minhafp.gob.es

B) COMISIÓN EUROPEA

• Dirección General de Política Regional
B-1049 Bruselas- Bélgica
Teléfono: + 32 2 296 06 34
Email: ***regio-info@ec.europa.eu***
Web: http://ec.europa.eu/regional_policy/index_es.htm

• Representación en España de la Comisión Europea
Paseo de la Castellana, 46-28046 Madrid
Teléfono: 91 423 80 00
E-mail: ***eu-es-docu@ec.europa.eu***
Web: http://ec.europa.eu/spain/index_es.htm

Una manera de hacer Europa

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE HACIENDA Y FUNCIÓN PÚBLICA
SECRETARÍA DE ESTADO DE PRESUPUESTOS Y GASTOS
DIRECCIÓN GENERAL DE FONDOS COMUNITARIOS

UNIÓN EUROPEA