

BREVE MANUAL RECOPILATORIO DE CUESTIONES DE TIPO PRÁCTICO EN MATERIA DE COMUNICACIÓN

Una manera de hacer Europa



Diciembre 2010

Coordinación y Supervisión:

Dirección General de Fondos Comunitarios
Ministerio de Economía y Hacienda

Elaboración:

RegioPlus
Consulting 

Maquetación:

CAFFAA COMUNICACIÓN

Esta publicación ha sido cofinanciada por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional en el marco del Programa Operativo de Asistencia Técnica FEDER 2007-2013

Madrid, Diciembre de 2010

Una manera de hacer Europa



ÍNDICE

1 Introducción.

2 Metodología de los indicadores de información y publicidad.

2.1. Algunos aspectos generales a tener en cuenta.

2.2. Los indicadores de comunicación.

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

3.1. Medidas de publicidad.

3.2. Documentación administrativa.

4 Criterios para la selección de Buenas Prácticas.

4.1. Buenas Prácticas de Comunicación.

4.2. Buenas Prácticas de Actuaciones Cofinanciadas.

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

6 Direcciones de interés.



1. INTRODUCCIÓN

La normativa de información y publicidad comunitaria ha adquirido en el período 2007-2013 una especial relevancia. Los Reglamentos (CE) nº 1083/2006 del Consejo, así como el nº 1828/2006 de la Comisión, establecen la necesidad de dar a conocer el papel que desempeña la Unión Europea y su intervención a través de los Fondos Estructurales y de Cohesión de la Política Regional.

En este sentido, la Dirección General de Fondos Comunitarios del Ministerio de Economía y Hacienda ha elaborado un "Plan de Comunicación de los Programas Operativos (PO) de I+D+i por y para el beneficio de las empresas y de Economía basada en el Conocimiento 2007-2013" y un "Plan de Comunicación del PO del Fondo de Cohesión-FEDER".

En ambos Planes se incluye, como una de las actuaciones destinada a los beneficiarios, la elaboración de "Guías Prácticas". En respuesta a ello, se presenta el siguiente Breve Manual recopilatorio de cuestiones de tipo práctico en materia de comunicación, que pretende ser, sin ánimo de ser exhaustivo, un compendio de:

- **Los avances realizados hasta la fecha en el marco de las Redes de Información y Publicidad constituidas de GERIP y GRECO-AGE**
- **Las orientaciones contenidas en la Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los PO FEDER, FSE y FC.**
- **El contenido de los propios Planes de Comunicación de los citados Programas Operativos.**

Por lo tanto, este Manual trata de recoger, de una manera homogénea y clara, aquellos aspectos más relevantes de las acciones de información y publicidad relacionadas con las actuaciones cofinanciadas.

Una manera de hacer Europa



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 se recoge en la mencionada Guía de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los PO FEDER, FSE y FC.

La definición de estos indicadores se ha realizado de forma coherente con el conjunto de las actuaciones recogidas en los distintos Planes de Comunicación, por lo que se puede afirmar que la ejecución de dichas acciones debería adecuarse a los indicadores que se presentan en la siguiente tabla.

INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DE REALIZACIÓN Y RESULTADO DE LOS PLANES 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 PÁGINAS WEB	(Nº) PÁGINAS WEB	(Nº) VISITAS
5. INFORMACIÓN A TRAVÉS DE CUALQUIER TIPO DE CARTELERA	(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 información y publicidad, a continuación se dan una serie de aclaraciones básicas destinadas a todos los organismos implicados en la cuantificación de los indicadores de comunicación establecidos para el periodo 2007-2013.

Una manera de hacer Europa



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, debería 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 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.

Al igual, es muy importante que la denominación de las actuaciones se haga de una forma comprensible, evitando la utilización de acrónimos, siglas, códigos ... que dificulte 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 INFOCO 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 a 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 UE 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,...).

Una manera de hacer Europa



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 el Plan de Comunicación, los actos informativos importantes anuales, actos en torno del Día de Europa y cualquier otro evento contemplado para desarrollar las medidas del Plan o transmitir información acerca de la Política Regional Comunitaria en España.

Por lo tanto, dentro de esta categoría se considerarían los seminarios, jornadas, actos de presentación o inauguración de operaciones cofinanciadas, etc., siempre que todo o parte del contenido a tratar en los mismos estuviese referido a cualquier aspecto relacionado con los Fondos Estructurales o la Política de Cohesión.

Los indicadores a cumplimentar relativo a este grupo de acciones son dos:

- **(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 estimarán teniendo en cuenta únicamente aquellos que hayan accedido a los contenidos e información proporcionada sobre los fondos.

Una manera de hacer Europa



2.2. LOS INDICADORES DE COMUNICACIÓN

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 y “banner” en Internet, 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.

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 INFOCO para evitar la doble contabilización.

Asimismo, aquí se incluirán también 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:

- **(Nº) ACTOS DIFUSIÓN.**

Una manera de hacer Europa



2.2. LOS INDICADORES DE COMUNICACIÓN

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 POs o alguna de sus actuaciones concretas, así como aquellas relacionadas con la Política Regional Europea.

Los indicadores a cumplimentar relativo a este grupo de acciones son tres:

- **(Nº) PUBLICACIONES EXTERNAS:** computará para cada ejercicio la publicación en sí, y no el número de ejemplares de la misma. La fecha que se señalará sería la correspondiente a la primera de cada anualidad.
- **(%) 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 distribuye 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 POs o algunas actuaciones en concreto, así como la relacionada con la política regional europea. En el caso de los Programas Regionales se contabilizan sólo las relativas a la/as Autoridades de Gestión y la/as de los Organismos Intermedios regionales responsables de la gestión de los Fondos en las distintas Administraciones regionales.

Es condición necesaria que dichas Web tengan una página específica dedicada a los Fondos Estructurales, en la que se ofrezca información sobre la Política de Cohesión, el Programa Operativo o las actuaciones de dichos Programas Operativos.

Una manera de hacer Europa



2.2. LOS INDICADORES DE COMUNICACIÓN

Los indicadores a cumplimentar relativo a este grupo de acciones son dos:

- **(Nº) PÁGINAS WEB.**
- **(Nº) VISITAS.**

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

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, pen-drives, 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 a los Organismos Gestores de los Programas Operativos y/o potenciales beneficiarios/beneficiarios 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, informes, correos electrónicos enviados que tengan por objeto aclarar temas o resolver cuestiones relacionadas con la gestión y aplicación de los fondos, etc.

Una manera de hacer Europa



2.2. LOS INDICADORES DE COMUNICACIÓN

Los indicadores a cumplimentar relativo a este grupo de acciones son dos:

- **(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 para poner en marcha y llevar a la práctica la estrategia de comunicación plasmada en los Planes de Comunicación, en la línea de especial sensibilización sobre el establecimiento de redes comunitarias, que permitan garantizar el intercambio de buenas prácticas y el intercambio de experiencias en materia de información y publicidad.

Los indicadores a cumplimentar relativo a este grupo de acciones son dos:

- **(Nº) REDES FORMALMENTE ESTABLECIDAS PARA PONER EN MARCHA Y LLEVAR A LA PRÁCTICA LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PLASMADA EN LOS DISTINTOS PLANES DE COMUNICACIÓN.**
- **(Nº) REUNIONES QUE SE HAN LLEVADO A CABO.**
- **(Nº) ASISTENTES A TALES REUNIONES.**

Una manera de hacer Europa



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

Las actuaciones contenidas en los Planes de Comunicación han tratado 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.



Una manera de hacer Europa



3.1. MEDIDAS DE PUBLICIDAD

A) CARTELES.

El beneficiario colocará un cartel en el enclave durante toda la ejecución de la operación, cuando ésta consista en la financiación de una infraestructura o en trabajos de construcción cuyo coste supere los 500.000 euros.

El cartel debe ser visible y de gran tamaño, y debe hacer constar:

- **El tipo y el nombre de la operación** (por ejemplo: Construcción del Centro de Investigación X).
- **El emblema de la Unión Europea**, es decir, la bandera europea:
- **La referencia a la Unión Europea**, con las palabras "UNIÓN EUROPEA", debajo o a la derecha del mencionado emblema.
- **La referencia al Fondo que cofinancia**, con su nombre entero y/o las siglas. Se recomienda ambas cosas.
- **El lema del Fondo**: "UNA MANERA DE HACER EUROPA".

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.

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

Una manera de hacer Europa



3.1. MEDIDAS DE PUBLICIDAD

B) PLACAS EXPLICATIVAS PERMANENTES.

El beneficiario colocará una placa explicativa permanente, visible y de gran tamaño, en un plazo máximo de seis meses a partir de la conclusión de una operación, cuando ésta consista en la compra de un objeto físico, en la financiación de una infraestructura o en trabajos de construcción cuyo coste supere los 500.000 euros.

Al igual que los carteles, las placas deben contener:

- **El nombre de la operación.**
- **El emblema de la Unión Europea**, es decir, la bandera europea:
- **La referencia a la Unión Europea**, con las palabras "UNIÓN EUROPEA", debajo o a la derecha del mencionado emblema.
- **La referencia Fondo que cofinancia**, con su nombre entero y/o las siglas. Se recomienda ambas cosas.
- **El lema del Fondo:** "UNA MANERA DE HACER EUROPA".

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 letras y la colocación de todo lo obligatorio será la que mejor convenga al resto de la placa.

Una manera de hacer Europa



3.1. MEDIDAS DE PUBLICIDAD

C) MATERIAL DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD 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 del 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 "Una manera de hacer Europa".

En el caso de artículos promocionales de pequeño tamaño, se recomienda incluir esta misma información, procurando que el espacio destinado a ello sea suficientemente visible. A efectos meramente demostrativos, se muestra el siguiente ejemplo, teniendo en cuenta, según cada caso, que se hará referencia al Fondo correspondiente:



D) 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 del Fondo correspondiente, que contendrá la información requerida en esta Guía, además del lema.

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

Una manera de hacer Europa



3.1. MEDIDAS DE PUBLICIDAD

E) PÁGINAS WEB.

Las páginas Web de los organismos beneficiarios deben contener un apartado específico para proporcionar información sobre la Política Regional Europea, los Programas Operativos y/o las operaciones apoyadas a través de los mismos para poder ser considerada como indicador de comunicación.

F) 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 "UNA MANERA DE HACER EUROPA".

G) ANUNCIOS DE PRENSA.

Los anuncios de prensa, además de sus elementos habituales (título, imagen, cuerpo de texto, etc...), deberían incluir el emblema de la Unión Europea, la referencia al Fondo en cuestión y el lema correspondiente: "UNA MANERA DE HACER EUROPA".

Una manera de hacer Europa



3.2. DOCUMENTACIÓN ADMINISTRATIVA

La gestión de los expedientes cofinanciados debería 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:
"Estas ayudas/actuaciones podrán/van a ser cofinanciadas con cargo al (señalar el Fondo)".
- 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:

"Los beneficiarios aceptaran la publicación en la lista de beneficiarios de los fondos percibidos y el nombre de la operación cofinanciada (artículos 6 y 7 del Reglamento (CE) 1828/2006) y se comprometen a asumir la responsabilidad de informar que dicha actividad ha sido seleccionada en el marco del PO de ... y hacer publicidad (artículo 8 del Reglamento (CE) 1828/2006)".

Hay que señalar la importancia de tener constancia de que los beneficiarios 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.

Una manera de hacer Europa



3.2. DOCUMENTACIÓN ADMINISTRATIVA

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 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:

“Estas ayudas/actuación podrán/va a ser cofinanciadas por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) con cargo al Programa Operativo de ... 2007-2013”

o bien:

“Este proyecto/actuación podrá/va a ser cofinanciado por la Unión Europea con cargo al Fondo Europeo de Desarrollo Regional”.

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 Beneficiarios del artículo 7.2.d) del Reglamento (CE) 1828/2006:

“Esta resolución supone su aceptación a ser incluido en la lista pública que se recoge en el artículo 7.2.d) del Reglamento (CE) 1828/2006 de la Comisión de 8 de diciembre de 2008.”

Una manera de hacer Europa



3.2. DOCUMENTACIÓN ADMINISTRATIVA

C) CONTRATACIÓN: ANUNCIO DE LICITACIÓN, PLIEGOS Y CONTRATOS.

Cuando las actuaciones cofinanciadas se lleven a cabo mediante contratación pública, deberá figurar de manera clara y concisa la participación financiera de la Unión Europea y el Fondo correspondiente, en los pliegos de cláusulas administrativas y en los contratos. A modo ilustrativo, se propone el siguiente tipo de mención:

“Este proyecto/actuación va a ser cofinanciado por la Unión Europea con cargo al Fondo Europeo de Desarrollo Regional / Fondo de Cohesión”.

“Los beneficiarios se comprometen a asumir la responsabilidad de informar que la actividad ejecutada ha sido seleccionada en el marco del PO ... y hacer publicidad, de acuerdo con lo establecido en los artículos 8 y 9 del Reglamento anteriormente mencionado, y en el artículo 1, apartados 1) y 2), del Reglamento (CE) N° 846/2009 de la Comisión, de 1 de septiembre de 2009”.



Una manera de hacer Europa



3.2. DOCUMENTACIÓN ADMINISTRATIVA

C) 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, el Fondo que interviene.

Entre las obligaciones de la institución con la que se convenia, figurarán expresamente las relativas a la información y publicidad comunitaria establecidas en el Reglamento (CE) nº 1828/2006 y el Reglamento (CE) Nº 846/2009.

El texto del Convenio debería incluir una cláusula en la que se informe a la institución con la que se convenia de que el nombre de dicha institución, de la operación y la cuantía de la ayuda recibida será objeto de publicación.

“Los beneficiarios se comprometen a asumir la responsabilidad de informar que la actividad ejecutada ha sido seleccionada en el marco del PO ... y hacer publicidad, de acuerdo con lo establecido en los artículos 8 y 9 del Reglamento anteriormente mencionado, y en el artículo 1, apartados 1) y 2), del Reglamento (CE) Nº 846/2009 de la Comisión, de 1 de septiembre de 2009”.

Una manera de hacer Europa



4. CRITERIOS PARA LA SELECCIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS

La detección, análisis y transferencia de Buenas Prácticas constituye una herramienta muy relevante para la gestión pública y para el avance en la consecución de los objetivos de la Política Regional Comunitaria.



Una manera de hacer Europa



4.1. BUENAS PRÁCTICAS DE COMUNICACIÓN.

En la Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER, Fondo de Cohesión y FSE 2007-2013, elaborada por la Dirección General de Fondos Comunitarios del Ministerio de Economía y Hacienda y la Subdirección General de la Unidad Administradora del Fondo Social Europeo del Ministerio de Trabajo e Inmigración, con la colaboración de las Comunidades Autónomas, se enumeraron los criterios que han permitido definir el concepto de “buena práctica” en materia de comunicación, de cara al seguimiento de las actuaciones, y como referente a la hora de contrastar distintas actuaciones.

Así, se estima que constituye una buena práctica aquel proyecto o actuación, técnica o medio de gestión vinculado al ámbito de la información y la publicidad en el que confluyan las siguientes características:

- **Uso de recursos innovadores en la presentación, organización y/o desarrollo.**
- **Adecuación de los contenidos a los objetivos perseguidos.**
- **Incorporación de criterios de Igualdad de oportunidades.**
- **Adecuación con el objetivo general de difusión de los fondos.**
- **Alto grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción de comunicación.**
- **Evidencia de un alto grado de calidad.**
- **Uso de nuevas tecnologías de la información.**

Una manera de hacer Europa



4.2. BUENAS PRÁCTICAS DE ACTUACIONES COFINANCIADAS

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. Estos criterios son los siguientes:

- **ELEVADA DIFUSIÓN ENTRE LOS BENEFICIARIOS, BENEFICIARIOS POTENCIALES Y EL PÚBLICO EN GENERAL.** Se deberían presentar todo lo realizado para la comunicación de la citada actuación (diferentes indicadores de comunicación). Se valorará muy especialmente que alguna actuación de comunicación se haya considerado como Buena Práctica de comunicación.
- **INCORPORACIÓN DE ELEMENTOS INNOVADORES.** Habría que destacar el carácter innovador de la propia actuación que puede estar vinculado a las tecnologías, a procesos, a servicios facilitados, a distintas herramientas empleadas para ponerlo en marcha, etc.
- **ADECUACIÓN DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS A LOS OBJETIVOS ESTABLECIDOS.** Se han de destacar los principales objetivos, haciendo ver el valor añadido que supone el haber recibido fondos europeos, indicando si todos ellos se están cumpliendo y haciendo hincapié en que tipo de actividades y resultados se pueden atribuir al proyecto.
- **CONTRIBUCIÓN A LA RESOLUCIÓN DE UN PROBLEMA O DEBILIDAD REGIONAL.** Es preciso describir a qué problemática responde el proyecto presentado y cómo su puesta en marcha favorece el desarrollo regional.
- **ALTO GRADO DE COBERTURA SOBRE LA POBLACIÓN A LA QUE VA DIRIGIDO.** Debe mencionarse el alcance, no sólo sobre los beneficiarios, sino también sobre la población en general de esa región.
- **CONSIDERACIÓN DE LOS CRITERIOS HORIZONTALES DE IGUALDAD DE OPORTUNIDADES Y DE 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 actuación ha reforzado la actuación de otros fondos (tanto regionales, como nacionales, como europeos) y ha contribuido a potenciar los efectos positivos de los mismos.

Una manera de hacer Europa



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 y del Fondo de Cohesión, para el período 2007-2013, es la referida a continuación:

- **REGLAMENTO (CE) No 1083/2006 DEL CONSEJO de 11 de julio de 2006** por el que se establecen las disposiciones generales relativas al Fondo Europeo de Desarrollo Regional, al Fondo Social Europeo y al Fondo de Cohesión y se deroga el Reglamento (CE) no 1260/1999. Título IV, Capítulo III, Artículo 69.
- **REGLAMENTO (CE) No 1828/2006 DE LA COMISIÓN de 8 de diciembre de 2006** por el que se fijan normas de desarrollo para el Reglamento (CE) nº 1083/2006 del Consejo, por el que se establecen las disposiciones generales relativas al Fondo Europeo de Desarrollo Regional, al Fondo Social Europeo y al Fondo de Cohesión, y el Reglamento (CE) nº 1080/2006 del Parlamento Europeo y del Consejo, relativo al Fondo Europeo de Desarrollo Regional. Sección 1 del Capítulo II, Artículos 2 a 10.
- **REGLAMENTO (CE) No 846/2009 DE LA COMISIÓN de 1 de septiembre de 2009** que modifica el Reglamento (CE) no 1828/2006, por el que se fijan normas de desarrollo para el Reglamento (CE) no 1083/2006 del Consejo, por el que se establecen las disposiciones generales relativas al Fondo Europeo de Desarrollo Regional, al Fondo Social Europeo y al Fondo de Cohesión, y el Reglamento (CE) no 1080/2006 del Parlamento Europeo y del Consejo, relativo al Fondo Europeo de Desarrollo Regional. Artículo 1.

Una manera de hacer Europa



6. DIRECCIONES DE INTERÉS

A) ADMINISTRACIÓN GENERAL DEL ESTADO

Responsable de Comunicación de la Autoridad de Gestión de los Programas Operativos FEDER y Fondo de Cohesión
Ángeles Gayoso Rico
Vocal Asesora
Dirección General de Fondos Comunitarios
Ministerio de Economía y Hacienda
Tel. 34-91.583.76.43
Email: agayoso@sgpg.meh.es
Web: <http://www.dgfc.sgpg.meh.es/index.jsp>

B) COMISIÓN EUROPEA

Dirección General de Política Regional
B-1049 Bruselas – BÉLGICA
Teléfono: +32 2 296 06 34
Fax: +32 2 296 60 03
E-mail: 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
Fax: 91 576 03 87
E-mail: eu-es-docu@ec.europa.eu
Web: http://ec.europa.eu/spain/index_es.htm

Una manera de hacer Europa



Una manera de hacer Europa

