



Fondo Europeo de Desarrollo Regional **FEDER**
Una manera de hacer Europa



Manual de Instrucciones de Información & Publicidad de la EDUSI INGENOVO



Este documento ha sido elaborado dentro de la Estrategia de Desarrollo Urbano Sostenible e Integrado de Villa de Ingenio, EDUSI INGENOVO, cofinanciada por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) en un 85%, en el marco del Programa Operativo Plurirregional de España 2014-2020

Índice

Introducción	3
Responsabilidades de los beneficiarios relativas a las medidas de I&P	4
Responsabilidades del Beneficiario.....	4
Normativa de aplicación en materia de comunicación	8
Características técnicas para la exhibición de los distintivos de la Unión Europea	9
Emblema de la Unión Europea.....	9
Referencia al Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)	11
El Lema “UNA MANERA DE HACER EUROPA”	11
Objetivos Temáticos.....	11
MEDIDAS DE I&P FONDOS FEDER	12
PORTAL WEB DE FONDOS EUROPEOS DEL BENEFICIARIO	12
LISTADO DE OPERACIONES.....	12
CARTEL DE OBRA TEMPORAL.....	13
CARTEL O PLACA PERMANENTE	13
CARTEL DE OPERACIÓN.....	13
APLICACIONES EN PUBLICACIONES Y DOCUMENTACIÓN PÚBLICA.....	15
PUBLICACIONES IMPRESAS O ELECTRÓNICAS	17
COMUNICACIÓN EN ACTUACIONES FORMATIVAS E INFORMATIVAS	18
Seguimiento e Indicadores de Información y Publicidad	19
Los indicadores de comunicación.....	19
La Aplicación INFOCO2014.....	23
Evaluación de las Estrategias de Comunicación	24
Buenas Prácticas	26
Direcciones de Interés	30



AYUNTAMIENTO DE INGENIO

Fondo Europeo de Desarrollo Regional **FEDER**
Una manera de hacer Europa



Unión Europea

Introducción

En 2018 el Ayuntamiento de Villa de Ingenio resultó beneficiario de las ayudas del Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) en el marco del Programa Operativo Plurirregional de España (POPE) 2014-2020 para el desarrollo de Estrategias de Desarrollo Urbano Sostenible e Integrado (EDUSI), recibiendo una subvención de 4.998.476 €, que suponen el 85% del total del presupuesto de la “EDUSI INGENOVO” presentada por el municipio (5.880.560,25 €).

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), marco normativo de las EDUSI, establece la obligación de los beneficiarios de estas ayudas de difundir entre la ciudadanía los resultados obtenidos, que tendrán que asumir esta responsabilidad destinando parte de la subvención obtenida 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 antes citado.

Por todo lo anterior, se elabora este **Manual de Instrucciones de Información & Comunicación de la EDUSI INGENOVO**, como instrumento de trabajo para contar con toda la información relativa a las obligaciones y responsabilidades del Ayuntamiento en materia de información, comunicación y publicidad durante la implementación de la Estrategia. En él se recogen tanto las exigencias del marco normativo y de la Estrategia de Comunicación del POPE, como las instrucciones y recomendaciones más prácticas dadas a lo largo del periodo por parte de las autoridades competentes: autoridad de comunicación del POPE, Red GRECO-AGE y Red GERIP, en sus comunicaciones y reuniones periódicas.

Responsabilidades de los beneficiarios relativas a las medidas de I&P

Como se ha dicho, 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.
- Informar de la cofinanciación por parte del Fondo FEDER a través del Programa Operativo 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 una infraestructura o trabajos de construcción con ayuda comunitaria total 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 sobre el 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, 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 creadas para dirigir y coordinar 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 2% del importe de 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, y responsable del seguimiento de la comunicación y publicidad llevada a cabo en la Estrategia.
- 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, 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	
Cooperación con las Autoridades de Gestión	<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.
Mención FEDER	<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.
Medidas Generales (Referidas a la Estrategia)	<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 - entrada de un edificio.
Medidas Específicas (Referidas a las operaciones)	<ul style="list-style-type: none"> – Carteles de obra: para operaciones de infraestructuras o construcciones con ayuda FEDER superior a 500.000 euros. – Placas permanentes: para operaciones de compra de 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, el Plan de Comunicación, Jornadas de difusión de la Estrategia y de Participación ciudadana, selección y propuesta de las Buenas Prácticas, etc. Tendrá, igualmente, que velar por el respeto a 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.](#)

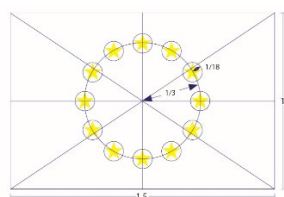
Características técnicas para la exhibición de los distintivos de la Unión Europea

Emblema de la Unión Europea

De acuerdo a lo previsto en la *Estrategia de Comunicación del POPE* que desarrolla el Anexo XII del RDC, 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). El tipo de letra que debe utilizarse junto con el emblema de la Unión puede ser cualquiera de las siguientes familias: arial, auto, calibri, garamond, trebuchet, tahoma, verdana o ubuntu, y el cuerpo del tipo utilizado deberá ser proporcional al tamaño del emblema. El color del tipo será el color corporativo PANTONE Azul Reflex, 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 contadas ocasiones 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), aunque las Estrategias de Desarrollo Urbano Sostenible e Integrado enmarcadas en el Eje 12 de Desarrollo Urbano del POPE se dirigen a 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”

MEDIDAS DE I&P FONDOS FEDER

PORTAL WEB DE FONDOS EUROPEOS DEL BENEFICIARIO

El beneficiario de las ayudas de los Fondos Europeos tiene que habilitar **una sección en su sitio corporativo o una página web con toda la información relativa a los Fondos FEDER y la EDUSI.**

El enlace de este portal web habilitado para la información del FEDER debe comunicarse a la autoridad de comunicación del POPE para que sea incluido en el **Portal web único de la Dirección General de Fondos Europeos**, donde se pueden consultar. El acceso al portal web único es el siguiente:

http://www.dgfc.sepg.minhafp.gob.es/sitios/dgfc/es-ES/eaw_tb_FEDER/Paginas/eaw_tb_FEDER.aspx

LISTADO DE OPERACIONES

Todas las operaciones llevadas a cabo con financiación de los Fondos FEDER deben aparecer en el listado de operaciones del Portal web de Política Regional de la DGFE (según el art. 115 del RDC 1303/2013), en el siguiente enlace: <http://www.dgfc.sepg.hacienda.gob.es/sitios/dgfc/es-ES/loFEDER1420/Paginas/inicio.aspx>

Para armonizar la información de todas las operaciones que aparecen en este listado es muy importante rellenar bien los campos de la operación en GALATEA relativos a:

- NOMBRE DE LA OPERACIÓN: sin códigos ni cifras numéricas; sólo el nombre de la operación.
- NOMBRE DE LA OPERACIÓN EN INGLÉS: con una buena traducción que se entienda correctamente.
- RESUMEN DE LA OPERACIÓN: no copiar el mismo nombre. Explicar brevemente en qué consiste la operación para que cualquier ciudadano/a pueda entenderlo.
- RESUMEN DE LA OPERACIÓN EN INGLÉS: con una buena traducción para que se entienda correctamente.

CARTEL DE OBRA TEMPORAL

Para **operaciones** que consistan en **obras de infraestructura o construcción** que se beneficien **de una ayuda del FEDER superior a 500.000 €**. Se colocará **durante la ejecución**, con un tamaño significativo para que sea bien visible para el público (no se especifica nada más sobre el tamaño).

La referencia a la participación de la Unión Europea ocupará, al menos, un 25% del espacio disponible, y los distintivos deberán estar, preferentemente, en la parte alta o baja del cartel.

CARTEL O PLACA PERMANENTE

Para **operaciones** donde la **contribución pública total supere los 500.000 €** y consistan en la compra de un objeto físico, la financiación de una infraestructura o trabajos de construcción habrá que colocar en el plazo de 3 meses a partir de la **conclusión de la operación** un cartel o placa con un tamaño significativo para que sea bien visible para el público.

La referencia a la participación de la Unión Europea ocupará, al menos, un 25% del espacio disponible, y los distintivos deberán estar preferentemente en la parte alta o baja del cartel.

CARTEL DE OPERACIÓN

Para el **resto de operaciones** tendrá que colocarse un cartel con información sobre el proyecto de un tamaño mínimo A3.

Debe colocarse en un lugar bien visible para el público (la entrada de un edificio, por ejemplo).

Para las placas fijas y los carteles publicitarios temporales o permanentes, los elementos básicos y obligatorios que deben contener son:

- **Nombre de la operación**

- **Objetivo Temático al que pertenece la operación. En el caso de las Estrategias DUSI, estos objetivos se describirán con los eslóganes estipulados para ello*:**
 - OT 2. “Garantizar un mejor uso de las tecnologías de información”

 - OT 4. “Conseguir una economía más limpia y sostenible”

 - OT 6. “Contribuir a la conservación del medio ambiente y el patrimonio cultural”

 - OT 9. “Promover la igualdad, la salud y la inclusión social”

- **EMBLEMA, REFERENCIA AL FONDO y LEMA tal y como se ha indicado anteriormente**

- **Referencia expresa a la cofinanciación por parte de la UNIÓN EUROPEA y del Fondo FEDER**

* Los eslóganes de los Objetivos Temáticos no coinciden exactamente con el enunciado de los mismos.

APLICACIONES EN PUBLICACIONES Y DOCUMENTACIÓN PÚBLICA

Cualquier **documentación relacionada con la Estrategia o sus operaciones** (publicaciones impresas o electrónicas, material publicitario, documentación administrativa de contratación, etc.), deberá incluir una indicación visible de la participación de la Unión Europea y el Fondo, incorporando EMBLEMA con el nombre, REFERENCIA AL FONDO y LEMA DE LA UE.

DOCUMENTACIÓN ADMINISTRATIVA

En la **documentación administrativa de carácter público** que se genere en las actuaciones cofinanciadas dentro de la Estrategia DUSI INGENOVO se deberá hacer mención a la Unión Europea y reseñar la cofinanciación de las ayudas por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional FEDER a través del Programa Operativo Plurirregional de España 2014-2020.

PROCEDIMIENTO DE CONTRATACIÓN PÚBLICA

Todos los **documentos dentro de un expediente de contratación** relativos a operaciones de la Estrategia DUSI (anuncios, pliegos, propuestas de adjudicación, contratos, etc.) deberían incluir, además de los distintivos de la UE en el encabezado (EMBLEMA, REFERENCIA AL FONDO y LEMA DE LA UE) junto al logotipo de la entidad contratante, la mención a la participación de la Unión como cofinanciadora y el Fondo FEDER en el texto, preferentemente en el título para garantizar la máxima visibilidad.



Fondo Europeo de Desarrollo Regional **FEDER**
Una manera de hacer Europa



Unión Europea

TÍTULO CONTRATO [...] "DENTRO DE LA ESTRATEGIA DE DESARROLLO URBANO SOSTENIBLE E INTEGRADO DE VILLA DE INGENIO, EDUSI INGENOVO, COFINANCIADA POR EL FONDO EUROPEO DE DESARROLLO REGIONAL (FEDER) EN UN 85%, EN EL MARCO DEL PROGRAMA OPERATIVO PLURIRREGIONAL DE ESPAÑA 2014-2020.

PLIEGOS DE CLÁUSULAS ADMINISTRATIVAS

Además de la anterior referencia en el título, entre las **obligaciones del contratista** deberán incluirse los párrafos siguientes relativos a la información y publicidad comunitaria establecidas en los Reglamentos de aplicación:

“El adjudicatario estará obligado 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”.

“En caso de ser adjudicatario, el licitador acepta 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 diciembre de 2013.”.

PLIEGOS DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS

Como en el caso anterior, además de la referencia en el título, deberán incluirse (donde corresponda) los **párrafos** siguientes **relativos a la información y publicidad comunitaria** establecidas en los Reglamentos de aplicación:

“El adjudicatario se comprometerá a adoptar las medidas de información, comunicación y visibilidad establecidas en el Anexo XII sección 2.2. del Reglamento UE N.º 1303/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo de 17 de diciembre de 2013 y, especialmente, las siguientes:

- 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.*
- 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".

"En caso de ser adjudicatario, el licitador acepta 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 diciembre de 2013".

Es importante tener en cuenta que para la justificación del cumplimiento del gasto previsto obligatorio en medidas de I&C de la Estrategia DUSI, sería conveniente reflejar en los pliegos la obligación del adjudicatario de emitir una factura específica por el gasto realizado en conceptos de I&C –carteles de obra, por ejemplo–, o bien incluir un concepto específico por este gasto en las facturas que se emitan, de manera que se pueda identificar e imputar de forma inequívoca dicho gasto de comunicación.

PUBLICACIONES IMPRESAS O ELECTRÓNICAS

Toda **publicación, impresa o electrónica**, que se desarrolle en el marco de la Estrategia: Planes, Estudios, Guías... tendrá que incluir los distintivos de la UE (EMBLEMA, REFERENCIA AL FONDO y LEMA DE LA UE) junto con el logotipo de la entidad que publique y una declaración de la cofinanciación de la Unión Europea mediante el Fondo FEDER a través del PO Plurirregional de España:

Esta [publicación/documento] se realiza dentro de la Estrategia de Desarrollo Urbano Sostenible e Integrado de Villa de Ingenio, EDUSI INGENOVO, cofinanciada por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) en un 85% en el marco del Programa Operativo Plurirregional de España 2014-2020.

COMUNICACIÓN EN ACTUACIONES FORMATIVAS E INFORMATIVAS

Todo el **material publicitario y de difusión** que acompañe a cualquier actividad formativa e informativa que se realice dentro de la Estrategia DUSI (por ejemplo: diplomas o certificados de asistencia, folletos informativos, cartelería publicitaria, roll ups, invitaciones, etc.), deberá incluir los distintivos de la UE (EMBLEMA, REFERENCIA AL FONDO y LEMA DE LA UE), junto con la mención a la cofinanciación realizada por el Fondo FEDER a través del Programa Operativo.

Lo anterior se aplicará igualmente para el **material promocional o merchandising** que acompañe a estas acciones, adaptándose a las condiciones de tamaño, formato, material, método de impresión, etc.

En el caso de las **notas de prensa y noticias**, será en el propio cuerpo de la noticia donde se tenga que hacer mención a la cofinanciación de la Unión Europea a través del Fondo FEDER en el marco del Programa Operativo Plurirregional de España 2014-2020.

Seguimiento e Indicadores de Información y Publicidad

Todas las acciones de información y publicidad que se lleven a cabo en la implementación de la Estrategia DUSI INGENOVO 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 de comunicación

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, notas de prensa, grabaciones en CD u otro formato accesible de cuñas de radio, anuncios en TV, etc.)

- Cada actuación de información y publicidad (hacer una Jornada, repartir 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:

TIPO ACTUACIÓN	DESCRIPCIÓN	INDICADORES	INDICACIONES AUTORIDAD
<p>1 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>En el caso de acciones formativas, eventos, jornadas... las computa sólo el organismo que las organiza y no el que participa.</p> <p>No se computan aquí las ruedas de prensa. Se computan en el indicador 2 de Acciones de Difusión en medios de comunicación.</p>
<p>2 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>En este indicador se dan de alta los contenidos publicados en las redes sociales.</p> <p>Las notas de prensa, noticias y anuncios en prensa se computan de forma diferenciada y evitando doble contabilización: si la nota de prensa se convierte en noticia, se pone sólo ésta última.</p> <p>Se computan en este indicador la publicación FEDER de los contratos realizados en el marco de la EDUSI (anuncios de licitación, de formalización, etc.)</p> <p>La justificación de los programas/anuncios en televisión y radio se hará mediante un extracto de los mismos, donde se recoja no sólo la pieza, sino también el programa/espacio donde se ha insertado.</p>
<p>3 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. Nº PUNTOS DE DISTRIBUCIÓN.</p>	<p>Los vídeos se consideran publicaciones y se computan en este indicador.</p> <p>Debe calcularse al inicio el número de puntos de distribución habituales con los que cuenta la entidad DUSI (tanto espacios físicos: edificios municipales, como virtuales: sitios web), e ir señalando en cada indicador si han distribuido las publicaciones en todos ellos (100%) o en una parte del total. Siempre se debe intentar llegar a porcentajes cercanos al 100%.</p>

TIPO ACTUACIÓN	DESCRIPCIÓN	INDICADORES	INDICACIONES AUTORIDAD
4 Información a través de Páginas Web 	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.	Indicador de Realización: Nº DE PÁGINAS WEB Indicador de Resultado: Nº DE VISITAS	Las visitas a la página web (o apartados específicos) sobre los Fondos se computan sólo una vez al año, poniendo el nombre "Página Web EDUSI XX" y el número de visitas a fecha de 31 de diciembre. Cada año habrá que introducir el indicador con el mismo título, y poniendo el número de visitas a la página a 31 de diciembre (o fechas aproximadas).
5 Información a través de cualquier tipo de Cartelería 	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.).	Indicador de Realización: Nº SOPORTES PUBLICITARIOS	En este indicador se da de alta también el material promocional o merchandising, sin poner en el título las cantidades, pero sí la actuación y acto en la que se ha repartido.
6 Instrucciones emitidas hacia los Participantes de los PO 	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.	Indicador de Realización: Nº DOCUMENTACIÓN INTERNA DISTRIBUIDA. Indicador de Resultado: % ORGANISMOS CUBIERTOS	Cualquier documentación (guías, manuales, instrucciones) relacionada con la implementación de la EDUSI que se haya distribuido entre las personas y órganos implicados (Unidades Ejecutoras, Gabinete de prensa, etc). Debe calcularse al inicio el número de personas/organismos internos implicados posible, e ir señalando en cada indicador si se ha distribuido entre todas ellas (100%) o entre un % del total. Se debe intentar llegar a porcentajes cercanos al 100%.
7 Redes de Información y Publicidad 	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.	Indicador de Realización: Nº REDES FORMALMENTE CONSTITUIDAS PARA PONER EN MARCHA Y LLEVAR A LA PRÁCTICA LAS DISTINTAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN. Indicadores de Resultado: Nº REUNIONES Nº ASISTENTES A TALES REUNIONES	Este indicador es introducido por las Autoridades en los Programas Plurirregionales, por lo que el beneficiario no tiene que volcar ningún tipo de información en él.

La Aplicación INFOCO2014

La aplicación para llevar a cabo el seguimiento de los indicadores de comunicación del PO 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.

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.

Evaluación de las Estrategias de Comunicación

El artículo 115 del *Reglamento (UE) N° 1303/2013* (RDC) antes citado incorpora la obligación de que se evalúen los resultados de las medidas de información y comunicación en cuanto al grado de visibilidad y concienciación de los Programas Operativos, para lo cual cada Estado miembro ha diseñado una Estrategia de Comunicación, y una metodología para llevar a cabo este proceso de evaluación de manera coordinada y coherente.

Nuestros responsables nacionales en materia de comunicación han elaborado la “*Guía General de Seguimiento y Evaluación de las Estrategias de Comunicación de los Programas Operativos FEDER y FSE 2014-2020*”, donde se define una propuesta metodológica para la puesta en marcha del proceso conjunto del seguimiento y de la evaluación de las distintas Estrategias de Comunicación.

Para realizar el seguimiento y la evaluación, un equipo de evaluadores analizará el desarrollo de las medidas de información y comunicación de los beneficiarios a través de encuestas, entrevistas personales y visitas a terreno a las entidades beneficiarias.

El/la Responsable de Comunicación de la Estrategia DUSI será la persona de contacto para estos ejercicios de evaluación, y tendrá obligación de facilitar la información requerida por este equipo de evaluadores y, en su caso, de preparar y atender la visita a sus instalaciones.

En la [Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación](#) antes mencionada se recogen las responsabilidades de los beneficiarios en cuanto a estos ejercicios de evaluación, y se enumeran en el ANEXO 4 las preguntas que los evaluadores realizarán a través de encuestas o en sus visitas.

LISTADO DE PREGUNTAS Y/O COMPROBACIONES DESTINADO A ÓRGANOS GESTORES Y/O BENEFICIARIOS

CUESTIONARIO	RESPUESTA
1. ¿Conocen la Estrategia de Comunicación del PO en el que participa?	SI NO (si es pertinente, aclarar)
2. ¿Ha recibido instrucciones específicas y/o un manual de seguimiento de las Estrategias de Comunicación?	SI NO (si es pertinente, aclarar)
3. ¿Ha participado en alguna jornada o sesión formativa en relación con los requisitos de comunicación en el nuevo periodo de programación?	SI NO (si es pertinente, aclarar)
4. ¿Forma su Organismo parte de alguna red de comunicación relacionada con los Fondos Europeos?	SI NO (si es pertinente, aclarar)
5. Si Vd. no es beneficiario, ¿Ha distribuido instrucciones específicas y/o un manual de requisitos de comunicación dirigido a los mismos?	SI NO (si es pertinente, aclarar)
6. ¿Ha aplicado correctamente las características técnicas exigidas reglamentariamente para las medidas de información y comunicación?	SI NO (si es pertinente, aclarar)
7. ¿Ha utilizado el eslogan acordado en la Estrategia de Comunicación para el material de comunicación puesto en práctica?	SI NO (si es pertinente, aclarar)
8. ¿En la convocatoria y/o resolución de las ayudas, convenios, etc. ha mencionado la participación del FEDER/FSE?	SI NO (si es pertinente, aclarar)
9. ¿En los pliegos de condiciones y cláusulas administrativas ha facilitado información acerca de los criterios de selección de los proyectos, los procedimientos de examen de las solicitudes y sus tiempos?.	SI NO (si es pertinente, aclarar)
10. ¿Ha difundido a través de algún procedimiento electrónico las distintas convocatorias existentes en el marco del PO?	SI NO (si es pertinente, aclarar)
11. Si Vd. no es el beneficiario ¿ha informado a éste de las obligaciones que, con carácter general, adquiere en materia de información y comunicación, y, en concreto, de que pasará a formar parte de la lista de operaciones que será publicada por la Autoridad de Gestión?	SI NO (si es pertinente, aclarar)
12. ¿Ha remitido notas de prensa y/o ha publicado alguna noticia a través de los medios de comunicación en relación con el PO y/o el papel desempeñado por la UE?	SI NO (si es pertinente, aclarar)
13. ¿Recopila y archiva el material de comunicación de las actuaciones que gestiona?	SI NO (si es pertinente, aclarar)
14. ¿Ha participado en alguna reunión, jornada y/o curso donde se le haya informado acerca de los procedimientos de gestión, control, evaluación y/o comunicación de los Fondos Europeos?	SI NO (si es pertinente, aclarar)
15. ¿Ha puesto en marcha alguna actuación de publicidad para hacer ver los logros conseguidos en actuaciones cofinanciadas con fondos europeos?	SI NO (si es pertinente, aclarar)
16. ¿Ha organizado alguna jornada, seminario, evento, feria y/o certamen para divulgar su participación en el PO y/o en general sobre la política regional europea en España?	SI NO (si es pertinente, aclarar)
17. ¿Conoce los criterios establecidos para la justificación de los proyectos cofinanciados como buenas prácticas?	SI NO (si es pertinente, aclarar)
18. ¿Sabe que, como beneficiario/gestor, debe informar del cumplimiento de todos los criterios establecidos de buenas prácticas de actuaciones cofinanciadas para al menos alguno de los proyectos que promueve con cargo a los fondos estructurales?	SI NO (si es pertinente, aclarar)
19. ¿Ha presentado algún proyecto del que es beneficiario/gestor para su consideración como buena práctica en el periodo 2014-2020?	SI NO (si es pertinente, aclarar)
20. ¿Cuáles son los principales problemas con los que se encuentran a la hora de dar cumplimiento a los requisitos de comunicación en el desarrollo de sus operaciones? a. Emblema comunitario b. Lema del Fondo indicado en la Estrategia de Comunicación c. Comunicar la cofinanciación europea d. Lista de beneficiarios, los nombres de las operaciones y la cantidad de fondos públicos asignados a las mismas e. Contenido de las herramientas específicas (vallas, carteles, etc.) f. Otros (especifique)	SI NO (si es pertinente, aclarar)

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.

Para el cumplimiento de este criterio se ha insistido en que lo que debe difundirse es el valor del papel de los Fondos Europeos en la actuación que se considera Buena Práctica, y que, para considerarla "convenientemente difundida", deben realizarse más herramientas y materiales de comunicación de las estipuladas como básicas y obligatorias por reglamento (carteles, placas, publicación en el BOE...). Estas herramientas de comunicación deben de tener suficiente alcance y estar dirigidas a la difusión concreta de esa actuación. En las últimas instrucciones recibidas por la autoridad en comunicación se han considerado como válidas medidas como: eventos dirigidos a la ciudadanía, vídeos con entrevistas a vecinos/as y subtítulos en inglés, anuncios en prensa, radio y televisión en medios locales, regionales y nacionales... etc.

Para poder comprobar que una herramienta de comunicación se ha hecho para la difusión de determinada actuación considerada como buena práctica, hay que vincular la factura del gasto de esa herramienta con la actuación (poniéndolo en el objeto, por ejemplo).

- 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.

La selección y propuesta de las actuaciones que puedan ser consideradas Buena Práctica ha de hacerse desde el inicio, mandando a la autoridad

competente un estudio de planificación del gasto destinado a comunicación de toda la Estrategia, donde se señalen:

- Las 10 actuaciones susceptibles de ser Buenas Prácticas con el importe de ayuda FEDER que moviliza cada una;
- Las herramientas de comunicación (obligatorias y extra para cumplir el criterio 1) que tendrá cada Buena Práctica con su precio previsto;
- Las herramientas de comunicación a usar en el resto de actuaciones que no son buena práctica;
- y el importe de gasto de comunicación que va dirigido a cada Eje: Eje 12 de Desarrollo Urbano, y Eje 13 de Gestión.

La persona responsable de la comunicación del POPE deberá revisar y validar dicho estudio de planificación.

Una vez validado el estudio de planificación del gasto de comunicación, para presentar una actuación de la Estrategia DUSI como Buena Práctica, primero habrá que elaborar un **Informe de propuesta de Buenas Prácticas en Actuaciones Cofinanciadas** 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.

INSTRUCCIONES PARA REALIZAR EL INFORME DE PROPUESTA DE BUENA PRÁCTICA*

- Debe presentarse en archivo Word, con una extensión de entre 6 u 8 páginas, con letra Times New Roman 11.
- Debe contener sólo texto y alguna fotografía (sin tablas ni logos ni gráficos)
- Debe ser corto, conciso y escrito con un lenguaje divulgativo comprensible para toda la ciudadanía.
- No debe tener portada, pues ya se le añade una común para todas las actuaciones donde viene una ficha del Programa, Objetivos, etc.
- La presentación de la actuación ocupará sólo 1 página, con texto, una fotografía de la actuación, el coste elegible (redondeado sin decimales) y un indicador de impacto (una frase con un dato medible que podría ser el Indicador de Productividad de la operación, haciendo una estimación del logro conseguido por esta actuación concreta).
- El resto de páginas será para describir cómo cumple la actuación cada uno de los siete criterios acordados para considerar una actuación como Buena Práctica.
- Cuando se describa el cumplimiento del primer criterio relativo a la difusión de la actuación, se pondrán sólo algunas fotografías de las herramientas de comunicación utilizadas (pero no documentos justificativos).

* Recogidas en diferentes reuniones de trabajo de la Red GRECO-AGE.

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

D. Josué Domínguez González

Técnico el Área de Servicios Generales

Pl. de la Candelaria, 1

35250 Ingenio, Las Palmas

Teléfono – 928 780 076 / 608 301 317

e-mail – josuedguez@ingenio.es