

MANUAL DE INSTRUCCIONES PARA EL CUMPLIMIENTO DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DEL FSE+

MEDIDAS E INDICADORES

ENERO 2024

INTRODUCCIÓN

Se ha elaborado esta guía con el objetivo de facilitar a los beneficiarios FSE+ el cumplimiento de la normativa en materia de comunicación, así como el seguimiento de las medidas marcadas en la Estrategia de comunicación del FSE+.

Dada la importancia que la Unión Europea otorga a la Estrategia de Comunicación, se requiere la **cumplimentación** de cada uno de los indicadores y medidas contenidos en la misma, extremo que será determinante en la realización de los controles administrativos posteriores a la justificación de las operaciones y proyectos que reciban financiación europea.

Los beneficiarios FSE+ están **obligados a dar publicidad** de la cofinanciación por el FSE+ y a **difundir los proyectos** de acuerdo con las directrices de información y publicidad establecidas en el Reglamento UE nº 2021/1060 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 24 de junio de 2021. En particular, se deberán respetar los siguientes puntos:

- En el **sitio web oficial del beneficiario**, cuando dicho sitio web exista, y en sus cuentas en las **redes sociales** harán una breve descripción de la operación, de manera proporcionada en relación con el nivel de la ayuda, con sus objetivos y resultados, y destacarán la ayuda financiera de la Unión;
- Proporcionarán una declaración que destaque la ayuda de la Unión de manera visible en **documentos y materiales de comunicación** relacionados con la ejecución de la operación, destinados al público o a los participantes;
- Con respecto a **operaciones cuyo coste total sea superior a 100 000 EUR**: exhibirán placas o vallas publicitarias resistentes en un lugar bien visible para el público, en las que figure el emblema de la Unión, de conformidad con las características técnicas que figuran en el anexo IX del Reglamento UE nº 2021/1060, tan pronto como comience la ejecución física de operaciones que impliquen inversiones físicas o se instalen los equipos que se hayan adquirido;
- Para las **operaciones que no superen los 100.000 EUR**: exhibirán en un lugar bien visible

para el público al menos un cartel de tamaño mínimo A3 o una pantalla electrónica equivalente con información sobre la operación donde se destaque la ayuda de los Fondos; en los casos en los que el beneficiario sea una persona física, dicho beneficiario asegurará, en la medida de lo posible, la disponibilidad de información adecuada donde se destaque la ayuda de los Fondos, en un lugar visible para el público o mediante una pantalla electrónica;

- Para las **operaciones de importancia estratégica y las operaciones cuyo coste total sea superior a 10 000 000 EUR**: organizarán una actividad o acto de comunicación, según convenga, y harán participar a la Comisión y a la autoridad de gestión responsable en su momento oportuno.

MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

La definición de las medidas de información y comunicación deberá atender al cumplimiento de los objetivos establecidos y tienen que ser diseñadas en función del público objetivo:

- Las medidas deberán estar **adaptadas** al público destinatario, para que éste reciba la información en función de sus necesidades de forma clara, completa y coherente.
- Las medidas deberán ser **accesibles**, utilizando los canales de comunicación y soportes más adecuados para cada grupo destinatario, haciendo hincapié en las medidas de accesibilidad para las personas con discapacidad, y debiendo estar la información disponible cuando el destinatario la necesite.
- Los **logotipos** del FSE+ y de la Dirección General de Atención Humanitaria y del Sistema de Acogida de Protección Internacional deberán incorporarse, de forma visible, tanto en las sedes de las entidades ejecutoras y los CAR como en todo el material que se elabore y utilice durante la ejecución de las operaciones y proyectos cofinanciados por el FSE+ y en la difusión de los mismos. Los logotipos serán siempre los oficiales y no podrán ser modificados.
- Además, el Ministerio de Hacienda ha diseñado una identidad visual (imagen de marca) que identifica a todos los Fondos Europeos en España (FAMI, FTJ, FEADER, FSE+, FEMPA y FEDER) como Estado Miembro.

Se recomienda su utilización por parte de los beneficiarios. Este logo debe convivir con el que exige el reglamento como logo único “Cofinanciado por la UE”, y se ha puesto a disposición de autoridades de gestión, organismos intermedios y beneficiarios a través de un manual de identidad visual:

https://www.fondoseuropeos.hacienda.gob.es/sitios/dgfc/es-ES/ipr/fcp2020/c/Documents/Manual_Identidad_Visual_Fondos_Europeos.pdf

- **Los canales de comunicación** en los que podrá darse publicidad al proyecto cofinanciado por el FSE+ podrán ser:
 - Internet.
 - Páginas web.
 - Medios de comunicación tradicionales.
 - Ruedas de prensa.
 - Redes sociales.
 - Otros.

- **Es importante tener en cuenta la perspectiva de género:**
 - Indicadores desagregados por género cuando así se solicite.
 - Utilizar lenguaje no sexista.
 - Imágenes no sexistas ni estereotipadas.
 - Mensajes que no fomenten estereotipos de género.
 - Visibilizar buenas prácticas en materia de igualdad de género.
 - Promover la participación equilibrada entre mujeres y hombres.

Los beneficiarios FSE+ reflejarán todas las medidas adoptadas en materia de información y publicidad, debiendo adjuntarse ejemplares de todo el material utilizado o archivo electrónico con dicho material escaneado (en los CAR solo en la memoria final).

Asimismo, en el caso de campañas en medios de comunicación, se adjuntarán las notas de prensa, artículos, noticias, etc., o archivo electrónico con dicho material escaneado. Si se trata de medios digitales, se adjuntará “captura de pantalla” de la noticia, publicidad, cuadros de visualizaciones, etc. Si el administrador web tiene posibilidad, adicionalmente se puede proporcionar un PDF descargado de la propia aplicación Google Analytics con la información detallada del nº de visitas, incremento de las mismas, en el caso de Páginas Web. De la misma

forma se puede hacer en el caso de redes sociales, con las métricas propias de sus canales.

INDICADORES DE REALIZACIÓN Y DE RESULTADOS

Con el fin de facilitar la labor de justificación de las medidas adoptadas para dar publicidad a los proyectos subvencionados, seguidamente se relacionan los indicadores de realización y de resultados, los cuales habrán de recogerse en la tabla Excel que se proporciona, y que deberá acompañar a las justificaciones económicas y/o de actividades de cada una de las operaciones y proyectos (sólo en Memoria Final en el caso de los CAR).

La información común a todos los Indicadores será:

- **Entidad:** nombre de la entidad (campo obligatorio).
- **Nombre del proyecto:** título del proyecto correspondiente (campo obligatorio).
- **Año:** año en el que se realice la acción, que deberá corresponder al año de ejecución del proyecto (campo obligatorio).
- **Importe:** importe destinado a esa acción/indicador.
- **Región:** cuando sea posible, por tipo de región, según las establecidas por el FSE+. Se consignará también la provincia.

En los casos en que un indicador recoja la fecha de realización, dicho campo será obligatorio.

No se tendrán en cuenta aquellas actuaciones que no tengan cumplimentados todos los campos obligatorios.

INDICADOR COI01: ENTRADAS PUBLICADAS EN REDES SOCIALES

Definición: contabilizar las entradas en redes que informen sobre proyectos, logros o cualquier elemento relevante relacionado con el programa o los programas, publicadas tanto por perfiles institucionales de beneficiarios y organismos involucrados en la gestión (organismos gestores, organismos intermedios, autoridad de gestión), como por los perfiles de altos cargos de los mismos, así como del posible perfil Europe Direct del centro relevante.

Redes sociales: X/Twitter, LinkedIn, Facebook, Instagram, y TikTok.

Contabilización: la entrada debe poner de manifiesto la (co)financiación de la UE, ya sea a través de un hashtag, el emblema europeo, o una referencia explícita en el texto a los fondos europeos o al programa que (co)financia, siendo posible también la combinación de varias opciones. Se contabilizarán como entradas los mensajes enviados (p. ej. tuit), pero no los mensajes reenviados

(p.ej. retuit) ni la reproducción en cuenta propia de entradas de otras cuentas.

Se contabilizará como entrada única, los siguientes los casos:

- Que en una misma fecha se publiquen varias entradas que conformen un hilo argumental (p. ej. hilo de tuits).
- Cuando una misma entrada (i.e. mismo contenido) se publique en varias redes sociales.

Imputación del coste (sólo aplicable a beneficiarios FSE+): será posible imputar un **coste real o un coste nocional** a una entrada, cuando se haya incurrido en un coste necesario para la realización de la misma.

- En el caso de los perfiles institucionales en redes, será posible imputar un coste nocional a cada entrada en concepto de **coste asociado a la gestión del perfil** donde se publica la entrada.
- Cuando la entrada incluya material de comunicación (videos, infografías, publicaciones, etc.), cuya realización haya corrido a cargo del beneficiario o del organismo involucrado en la gestión, se podrá imputar a la entrada un **coste adicional asociado a dicha realización**, siempre que este coste no se haya asociado a ninguna otra entrada (COI01), actuación en medios (COI02) o evento (COI03).
- En los perfiles de altos cargos en redes, no será posible imputar coste alguno a una entrada, salvo cuando la entrada incluya material de comunicación no publicado por perfiles institucionales y se podrá imputar a la entrada el coste de realización cuando éste no se haya asociado a ninguna otra entrada (COI01), actuación en medios (COI02) o evento (COI03).
- Siempre será posible imputar un coste nulo a una entrada.

INDICADOR COI02: ACTUACIONES EN MEDIOS.

Definición: contabiliza las actividades que implican difusión a través de medios de comunicación sobre proyectos, logros o cualquier elemento relevante relacionado con el programa o programas.

Medios de comunicación: radio, televisión, prensa, internet (incluido YouTube), publicaciones en papel y cartelería (cuya elaboración no responda a una obligación reglamentaria), etc.

Tipos de actuaciones en medios: noticias, videos, entrevistas, reportajes, publinreportajes, anuncios, podcasts, cuñas, notas de prensa, newsletters, etc.

Contabilización: será imprescindible que la actuación ponga de manifiesto la (co)financiación UE, ya sea a través de un hashtag, el emblema europeo o una referencia explícita en el texto, audio o imagen a los fondos europeos o al programa que (co)financia, siendo posible también la combinación de varias opciones.

Imputación del coste (sólo aplicable a beneficiarios FSE+): será posible imputar un **coste real o un coste nominal** a una actuación, cuando se haya incurrido en un coste necesario para la realización de la misma.

- Cuando la actuación incluya material de comunicación (videos, infografías, publicaciones, etc.), cuya realización haya corrido **a cargo del beneficiario o del organismo** involucrado en la gestión, se podrá imputar a la actuación un coste adicional asociado a dicha realización, siempre que este coste no se haya asociado a ninguna entrada (COI01), otra actuación en medios (COI02) o evento (COI03).
- Siempre será posible imputar un coste nulo a una actuación.

INDICADOR COI03: EVENTOS CELEBRADOS

Definición: este indicador contabilizará las actuaciones de comunicación sobre proyectos, logros o cualquier elemento relevante relacionado con el programa o programas llevadas a cabo a través de eventos públicos, tanto en formato presencial como online.

Actuaciones de comunicación: eventos de lanzamiento de programas, actos de presentación o inauguración de operaciones y proyectos, conferencias, ferias, congresos, visitas institucionales, foros, seminarios, jornadas de formación y de puertas abiertas, etc.

Contabilización: será imprescindible que el evento, o una parte significativa del mismo (mínimo un 25% en tiempo del evento), tenga como elemento central los fondos europeos y haga referencia al programa o programas al que se asocie el indicador.

- Será necesario que el evento no se encuentre orientado a organismos involucrados en la gestión de fondos, sino que cuente con la participación y asistencia de la ciudadanía,

beneficiarios, potenciales beneficiarios, sociedad civil o socios del partenariado.

- También será imprescindible que el evento cumpla alguna de las siguientes condiciones:
 - ✓ Organizado por un beneficiario u organismo involucrado en la gestión del programa;
 - ✓ Contribución financiera significativa de un beneficiario u organismo involucrado en la gestión del programa (al menos un 50% del coste de la organización del evento);
 - ✓ Participación destacada de un beneficiario u organismo involucrado en la gestión del programa (al menos, un 25% en tiempo de la agenda programada del evento).

Imputación del coste (sólo aplicable a beneficiarios FSE+): será posible imputar un **coste real o un coste nocional** a un evento cuando se haya incurrido en un coste necesario para la organización o, en su caso, participación en el mismo. Según el caso, en relación con:

- Eventos cuya organización corra **a cargo de un beneficiario o un organismo involucrado en la gestión, y que tengan como elemento central los fondos europeos** y se refieran al programa/s al que se asocie el indicador, será posible imputar como coste asociado al mismo la totalidad de los costes relacionados con su organización en los que hayan podido incurrir el beneficiario o el organismo involucrado en la gestión.
- Eventos cuya organización corra **a cargo de un beneficiario o un organismo involucrado en la gestión, pero donde sólo una parte del evento tenga como elemento central los fondos europeos** y se refiera al programa/s, será posible imputar como coste asociado al mismo la parte proporcional de los costes relacionados con su organización en los que hayan podido incurrir el beneficiario o el organismo involucrado en la gestión. Se considerará la proporción del programa del evento (partiendo de un mínimo del 25% en tiempo) que tenga como elemento central los fondos europeos, en relación a la duración total del programa.
- Eventos cuya organización **no corra a cargo de un beneficiario o un organismo involucrado en la gestión**, pero que cuenten con una contribución financiera significativa (superior al 50% del coste de la organización del evento), o una participación destacada de uno o más beneficiarios u organismos involucrados en la gestión (al menos, un 25% en tiempo del evento), será posible imputar como coste asociado al mismo el coste total en el que haya podido incurrir el beneficiario o el organismo en virtud de su financiación o participación.

INDICADOR CRI01: PERSONAS RECEPTORAS DE ENTRADAS EN REDES SOCIALES

Definición: este indicador sirve de métrica del alcance de las entradas en redes sociales recogidas en el indicador COI01.

Entradas en redes sociales: son las que tienen por objeto informar sobre proyectos, logros o cualquier elemento relevante relacionado con el programa o programas, y que hayan sido publicadas por los perfiles institucionales de beneficiarios y organismos involucrados en la gestión o, en su caso, de los perfiles de altos cargos de los mismos, así como del posible perfil Europe Direct del centro relevante.

Contabilización: se realizará en base a las entradas en redes recogidas en el indicador COI01.

- El número de personas receptoras de cada una de ellas se tratará de aproximar por la suma del número de reacciones e interacciones (likes, recomendar, comentarios, retuits, enviados, compartidos, guardados, y similares).
- En caso de que la entrada en redes incluya material de comunicación respecto al que la red ofrezca una cuantificación del número de reproducciones o descargas, se podrá adicionar este número a la suma del número de reacciones e interacciones.

NOTA: Por el esfuerzo desproporcionado que entrañaría tratar de evitar la contabilización múltiple de reacciones de una misma persona receptora ante una entrada –por ejemplo, de quien haya podido ser contabilizada por dar un me gusta, incluir un comentario y haber reproducido o descargado cierto contenido-, la contabilización se hará como suma estricta de reacciones (y, en su caso, de reproducciones o descargas) sin atender a que varias puedan provenir de un mismo perfil o persona.

INDICADOR CRI02: PERSONAS RECEPTORAS DE ACTUACIONES EN MEDIOS

Definición: este indicador sirve de métrica del alcance de las actividades* que implican difusión a través de medios de comunicación sobre proyectos, logros o cualquier elemento relevante relacionado con el programa o programas.

Actividades de difusión: noticias, videos, entrevistas, reportajes, publirreportajes, anuncios, podcasts, cuñas, notas de prensa, newsletters.

Contabilización: se realizará en base a las actuaciones en medios recogidas en el indicador COI02.

- Respecto a cada una de las actuaciones en medios recogidas en el indicador COI02, se tratará de aproximar el número de personas receptoras de acuerdo con la mejor estimación disponible del tamaño de la audiencia del medio en que se haya difundido la actividad que se pueda obtener con las herramientas habituales de estimación de audiencia para dicho medio (visualizaciones en YouTube, visitas a página web, medición de audiencias por parte del propio medio, número de descargas, ejemplares vendidos o distribuido).
- También se tendrán en cuenta las personas receptoras que visualicen en diferido actuaciones que se emitieron en directo (entrevistas, reportajes, etc.).

NOTA: No se considerará doble contabilidad cuando una misma persona receptora reciba el mensaje por distintos medios (por ej. a través de una cuña de radio y un anuncio en prensa). En esos casos se contabilizará la misma persona receptor tantas veces como actividades se hayan desarrollado.

INDICADOR CRI03: ASISTENTES A EVENTOS

Definición: este indicador sirve de métrica del alcance de las actuaciones de comunicación sobre proyectos, logros o cualquier elemento relevante relacionado con el programa o programas llevadas a cabo a través de eventos públicos, tanto en formato presencial como online.

Eventos públicos: eventos de lanzamiento de programas, actos de presentación o inauguración de operaciones y proyectos, conferencias, ferias, congresos, visitas institucionales, foros, seminarios, jornadas de formación y de puertas abiertas, etc.

Contabilización: se realizará en base a los eventos celebrados recogidos en el indicador COI03, registrando el número de asistentes (presenciales y virtuales, en directo y en diferido), o la mejor estimación posible del número de asistentes en caso de actos en vía pública o al aire libre donde no exista un control de acceso. Según el caso, en relación con:

- Eventos cuya organización corra **a cargo de un beneficiario o un organismo involucrado en la gestión, y que tengan como elemento central los fondos europeos** y se refieran al programa o programas al que se asocie el indicador, se contabilizará el número de asistentes como la suma de las audiencias presencial y telemática (ya sea en vivo o en diferido) del evento.
- Eventos cuya organización corra **a cargo de un beneficiario o un organismo involucrado en la gestión, pero donde sólo una parte del evento tenga como elemento central los fondos europeos** y se refiera al programa o programas, se contabilizará solo la parte proporcional del

número de asistentes que resulte de la suma de las audiencias presencial y telemática (ya sea en vivo o en diferido) del evento. Se tendrá en consideración la proporción del programa del evento (partiendo de un mínimo del 25% en tiempo del evento) que tenga como elemento central los fondos europeos en relación a la duración total del programa.

- En relación con eventos cuya organización **no corra a cargo de un beneficiario o un organismo involucrado en la gestión**, pero que cuenten con una contribución financiera significativa (superior al 50% del coste de la organización del evento), o una participación destacada de uno o más beneficiarios u organismos involucrados en la gestión (al menos, un 25% en tiempo de la agenda programada del evento), será posible contabilizar una parte proporcional del número de asistentes que resulte de la suma de las audiencias presencial y telemática (ya sea en vivo o en diferido) del evento (pudiendo ser, por ejemplo, esta proporción la contribución financiera respecto de la totalidad de los costes relacionados con la organización del evento –al menos un 50%-, o la participación respecto del total de participantes en el evento –mínimo un 25%-).

NOTA: Por el esfuerzo desproporcionado que entrañaría tratar de evitar la contabilización múltiple de asistentes a un evento (por ej. quien haya podido confirmar su asistencia presencial a un evento y después lo visualice online), la contabilización se hará como suma estricta del número de asistentes presenciales, audiencia aproximada en streaming y número de visualizaciones del evento grabado