



SECRETARÍA GENERAL  
DE INMIGRACIÓN  
Y EMIGRACIÓN

DIRECCIÓN GENERAL  
DE MIGRACIONES



**UNIÓN EUROPEA**

Fondo Social Europeo  
El FSE invierte en tu futuro

# **MANUAL DE INSTRUCCIONES PARA EL CUMPLIMIENTO DE**

## **LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA BENEFICIARIOS DEL F.S.E**

### **MEDIDAS E INDICADORES**

**MAYO 2017**

Desde la Dirección General de Migraciones hemos elaborado esta guía con el objetivo de facilitar a las entidades beneficiarias de la subvención el cumplimiento de la normativa y medidas marcadas en la “Estrategia de Comunicación para el Programa Operativo de Inclusión Social y de la Economía Social”, en adelante POISES, establecidas por la Unidad Administradora del Fondo Social Europeo (UAFSE).

Las entidades con programas cofinanciados por el Fondo Social Europeo quedarán por tanto obligadas a cumplir las siguientes directrices.

Dada la importancia que la Unión Europea establece en este Programa Operativo a la Estrategia de Comunicación, **se requiere la cumplimentación** de cada uno de los indicadores y medidas y así se tendrá en cuenta en la valoración de las memorias y requerimientos.

Las entidades quedan **obligadas a dar publicidad** de la cofinanciación del FSE y a dar difusión de los proyectos de acuerdo con las directrices de información y publicidad establecidas en el Reglamento UE nº 1303/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 17 de diciembre de 2013 y desarrolladas posteriormente en el Documento la “Estrategia de comunicación del POISES 2014-2020”.

Contenidos de las medidas de información y comunicación:

- **Adaptadas** al público destinatario para que reciba la información de forma clara, completa y coherente.
- **Accesibles** utilizando los canales de comunicación para cada grupo de destinatarios, haciendo especial hincapié en las medidas de accesibilidad para las personas con discapacidad.
- Los **Logotipos** del FSE y de la Dirección General de Migraciones que aparecen en la resolución deberán incorporarse de forma visible tanto en las sedes de las entidades como en todo el material que se elabore para los proyectos subvencionados por el FSE.
  - Los logotipos deben ser los oficiales y no podrán ser modificados.Se podrá utilizar tanto en el formato cuadrado como el rectangular con el lema “Invierte en tu futuro”.
- Canales de comunicación en los que dará publicidad del proyecto cofinanciado por el FSE :
  - Internet.

- Redes sociales.
- Páginas web.
- Medios de comunicación tradicionales.
- Ruedas de prensa etc.
- Campañas divulgativas.
- Publicaciones – Materiales de difusión.
- Jornadas y seminarios.
- Recopilación de casos de buenas prácticas.
- Carteles (mínimo A3) en lugares visibles con información sobre el proyecto.

En la Memoria intermedia y final se reflejarán todas las medidas adoptadas en materia de información y publicidad, adjuntando copia (original o escaneada) de todo el material utilizado y editado.

Así mismo en el caso de medios de comunicación se adjuntará copia (original o escaneada) de la nota de prensa, artículo, noticias... En el caso de los medios digitales se adjuntará “captura de pantalla” de la noticia, publicidad, cuadros de visualizaciones, etc.

A continuación ofrecemos instrucciones detalladas sobre cada indicador para su correcto cumplimiento. Rogamos se ponga especial atención en estos indicadores para que no existan errores de cumplimentar unos indicadores en otros o incorporación de datos no correctos.

La tabla que se cumplimentará junto a la Memoria intermedia/final será la tabla Excel que adjuntamos, añadiendo filas en función de las necesidades. Rogamos no se modifique ninguno de los datos ni orden en ella establecido.

A modo de ejemplo se expone aquí dicha tabla.

DATOS DE EJECUCIÓN

INDICADORES DE COMUNICACIÓN DE POISES

ENTIDAD:

Nombre del proyecto:

Tipo actividad/Indicador 1:		ACTIVIDADES Y ACTOS PÚBLICOS						
Tipo Actividad	Nº Actividades	Nombre Actuación	Nº Asistentes	Año	Importe	Región	Hombre	Mujer
1								
1								
1								
1								
1								

  

Tipo actividad/Indicador 2:		ACCIONES DE DIFUSIÓN			
Tipo Actividad	Nº Actividades	Nombre Actuación	Año	Importe	Región
2					
2					
2					
2					
2					

  

Tipo actividad/Indicador 3:		PUBLICACIONES REALIZADAS					
Tipo Actividad	Nº Actividad	Nombre Actuación	% Distribución	Puntos Distribución	Año	Importe	Región
3							
3							
3							
3							
3							

  

Tipo actividad/Indicador 4:		PÁGINAS WEB			
Tipo Actividad	Nº Actividad	Nombre Actuación	Nº Visitas	Año	Importe
4					
4					
4					
4					
4					

  

Tipo actividad/Indicador 5:		REDES SOCIALES		
Tipo Actividad	Nº Actividad	Nombre Actuación	Año	Importe
5				
5				
5				
5				
5				

  

Tipo actividad/Indicador 6:		CARTELERIA				
Tipo Actividad	Nº Actividad	Nombre Actuación	Nº soportes publicitarios	Año	Importe	Región
6						
6						
6						
6						
6						

  

Tipo actividad/Indicador 7:		REDES DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD					
Tipo Actividad	Nº Actividad	Nombre Actuación	Nº Reuniones	Nº Asistentes	Año	Importe	Región
7							
7							
7							
7							
7							

  

TIPO DE ACTIVIDAD:	El número de Indicador al que hace referencia							
1. ACTIVIDADES Y ACTOS PÚBLICOS:	Nº de actos de lanzamiento del P.O, actos informativos importantes, eventos a destacar.							
2. ACCIONES DE DIFUSIÓN:	Acciones realizadas en los medios: TV, Radio, prensa, "banner"... No redes sociales.							
3. PUBLICACIONES REALIZADAS	Folletos, libros, revistas, CD, etc. Nº de publicaciones editadas y distribuidas							
4. PÁGINAS WEB	Páginas webs que transmiten información sobre el proyecto FSE Solicitar al administrador de la web el incremento en el año del periodo elegible de usuarios/as y visitas.							
Nº visitas pag. Web								
5. REDES SOCIALES	Facebook, twitter, LinkedIn...							
6. CARTELERIA	Carteles, vallas, placas, merchandising... No diplomas o certificados							
7. REDES DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD	Redes de comunicación establecidas para poner en marcha y llevar a la práctica la Estrategia de Comunicación definida, con especial atención a la redes comunitarias que permiten garantizar el intercambio de experiencias y buenas prácticas.							
Nº de Actividad	El número de actividades que se realizan iguales, pero puede variar de región etc							
Nombre de actuación	Nombre del proyecto o actividad resumido y concreto							
Nº asistentes	Participantes reales en el acto. Contabilizar asistentes hombres y mujeres							

## INSTRUCCIONES PARA EL CUMPLIMIENTO DE LOS INDICADORES DE COMUNICACIÓN

Con el fin de facilitar la labor de justificación de la publicidad efectuada, se detallan los **indicadores** necesarios para el **Plan de Comunicación** que se recogerán en la tabla Excel de la Memoria intermedia/final aclarando el modo de cumplimentar cada uno de ellos. (La tabla Excel se adjunta con la documentación a cumplimentar y se debería devolver en el mismo formato Excel en archivo adjunto).

En el marco de una programación donde las actuaciones están orientadas a resultados, la importancia de los indicadores resulta vital ya que permite conocer el alcance de los resultados obtenidos y comunicar y visibilizar las actuaciones cofinanciadas con el Fondo Social Europeo.

En esta línea para el seguimiento y evaluación de la estrategia de comunicación del Programa Operativo se proponen los siguientes indicadores.

Para evitar reiteraciones primero aclaramos la información común a todos ellos:

**Entidad:** Nombre de la entidad tal y como consta en la concesión de la subvención.

**Nombre del proyecto:** Título del proyecto correspondiente, conforme a la Resolución de concesión (facilitar esta tabla para cada uno de los proyectos subvencionados y cofinanciados FSE).

**Año:** El año en el que se realice la acción deberá corresponder al año de ejecución del programa.

**Importe:** El importe destinado a esa acción/indicador.

**Región:** Localidad en la que se desarrolla la acción.

### INDICADOR 1

**ACTIVIDADES Y ACTOS PÚBLICOS:** Se recogen el número de actos de lanzamiento del Programa Operativo o del proyecto cofinanciado con el Fondo Social.

Actos que realice la entidad con el fin de dar publicitar al proyecto subvencionado.

- Actos informativos importantes anuales, acto en torno al Día de Europa y cualquier otro evento contemplado para desarrollar las medidas de la estrategia o transmitir información acerca de la política comunitaria.

- Deberá constar el número de asistentes y en el caso de que sea posible se desagregará por género en la última columna (no cambiar el orden, por razones técnicas).
  - El número de asistentes se contabilizará en función de los asistentes relacionados con el proyecto cofinanciado FSE. Es decir, en el caso de que sea un acto común para varios proyectos se realizará un cálculo proporcional de los que asisten en relación con el POISES y FSE, según número de horas, stand etc.
- En este indicador no se requieren los cursos y talleres realizados los cuales ya constan en la memoria justificativa.

## INDICADOR 2

**ACCIONES DE DIFUSIÓN:** Recoge las medidas de distintos tipos de difusión realizadas en medios de comunicación. Bien sean en radio, prensa, TV, “banner” en internet, etc. Utilizados de forma individual o formando parte de una campaña publicitaria, con motivo de dar a conocer el programa subvencionado por la Dirección General y cofinanciado por el FSE.

- No se recoge aquí la publicidad realizada a través de redes sociales ni se contabilizan el número de e-mails enviados.
- Donde pone “nombre de la actuación” especificar el medio de comunicación y nombre de la campaña o noticia.
- Se adjuntará copia (original o escaneada) de la nota de prensa.
- En el caso de cuñas y anuncios TV se procurará presentar copia en formato digital de los mismos.
- En el caso de repetición del mismo anuncio se contabilizará como una actividad/número.

## INDICADOR 3

**PUBLICACIONES REALIZADAS:** Se recoge aquí cualquier tipo de publicación editada en soporte papel o electrónico. Véase folletos, revistas, libros, CD, correos postal, etc. dirigidas a la ciudadanía con la finalidad de dar a conocer el programa subvencionado por la Dirección General y cofinanciado por el FSE.

- En “nombre de la actuación” se deberá especificar el tipo de material editado Ej. Tríptico.

- Puntos de distribución: este indicador cuantifica el número de puntos a los que se distribuye las publicaciones por tipo de destinatario, no el número de puntos dentro de cada uno. Por ejemplo: Universidades, Cámaras de Comercio, ONG's, etc. y así tantos como disponga. También se considera como un punto de distribución la difusión electrónica.
- Nº de actividad: hacer referencia a las publicaciones en sí editadas y no el número de ejemplares.
- (%) Publicaciones distribuidas/editadas: se señalará el porcentaje de ejemplares que se han distribuido con respecto a los editados. En el caso de publicaciones que se pueden descargar electrónicamente, el porcentaje será necesariamente el 100%.
- Se deberá presentar copia (original o escaneada) de dichas publicaciones.

#### INDICADOR 4

**PÁGINAS WEB:** Se recogerá la/las páginas web que hagan referencia al proyecto subvencionado por la Dirección General y cofinanciado por el FSE y contenga los logotipos y la publicidad correspondiente.

- En "nombre de la actuación" se deberá poner el nombre de la página web (URL) en la que se informa sobre el Programa Operativo y/o el programa cofinanciado por FSE.
- Importe: en caso de tener contabilizado el coste de una página web destinada al programa destino de esta subvención.
- Número de visitas: Registrar el incremento en el número de visitas desde el inicio del proyecto hasta la finalización del mismo. Es decir, el periodo de ejecución. Para ello se requiere solicitar los datos al administrador de la web, quien obtiene fácilmente esta información así como picos de visitas, periodos, perfil de visitantes etc.
- En el caso de que la página web contenga información no solo del POISES, el FSE y/o la Política de Cohesión, entonces calcularemos las visitas de forma proporcional; por ejemplo, en nuestra página web disponemos de 10 secciones, pero sólo una habla del POISES, el FSE y/o la Política de Cohesión, entonces imputaremos el 10% de visitas. Esta proporción la aplicaremos también para calcular el montante financiero estimado.
- Adjuntar en la documentación escaneada captura de pantalla con esta información.

## INDICADOR 5

**REDES SOCIALES:** Se contabilizarán el número de actividades/ información que se sube a las redes sociales a través de Facebook, Twitter, LinkedIn,... para informar sobre el programa subvencionado por la Dirección General y cofinanciado por el FSE.

- En caso de contar con un blog se podrán contabilizar aquí las entradas subidas.
- Los SMS se podrán registrar en este indicador.
- En “nombre de la actividad” especificar el tipo de “red social o comunicación” a la que se refiere. Ej. 30 twits.
- No se solicita número de visitas o usuarios.
- Importe: hacer constar el importe utilizado en publicidad en algunas de estas redes en caso de que se haya invertido con coste económico para informar sobre el programa subvencionado por la Dirección General y cofinanciado por el FSE.

## INDICADOR 6

**CARTELERIA:** En este indicador se contabilizan todos los diversos soportes (carteles, placas, expositores, stands o vallas utilizados con fines publicitarios, con la finalidad de dar a conocer el Programa Operativo o alguna de las actuaciones específicas. Se incluirá también en este indicador el material promocional editado, el merchandising (bolígrafos, camisetas, pendrives etc.).

- En “nombre de la actuación” se deberá especificar el tipo de material editado.
- Especificar el número de soportes publicitarios que se editan.

## INDICADOR 7

**REDES DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD:** En este indicador se recogen las redes de comunicación establecidas para poner en marcha y llevar a la práctica la Estrategia de Comunicación definida con especial atención a las redes comunitarias que permiten garantizar el intercambio de experiencias y buenas prácticas.

Especificar número de reuniones, número de asistentes y la región donde se establecen dichas reuniones.