



Comunicación











Caminito Del Rey

El desarrollo urbano
a través del turismo de interior
de la Costa del Sol

FONDO EUROPEO DE DESARROLLO REGIONAL (FEDER)

UNA MANERA DE HACER EUROPA

ÍNDICE

 Introducción	4
 Objetivos	4
 Recomendaciones de cuestiones prácticas en materia de comunicación para la Estrategia DUSI "Caminito del Rey"	5
 Buenas prácticas	18
 La toma de imágenes en la Estrategia DUSI "Caminito del Rey"	19
 Plan de comunicación de la Estrategia DUSI "Caminito del Rey"	26
 Indicadores de información y publicidad	31
 Documentos de referencia	35

INTRODUCCIÓN

La Diputación de Málaga, es beneficiaria de fondos europeos para la puesta en marcha de las actuaciones de la Estrategia "DUSI Caminito del Rey: el desarrollo urbano a través del turismo de interior de la Costa del Sol", aprobada en la primera convocatoria de ayudas cofinanciadas por la Unión Europea a través del Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER).

Por ello, forma parte del engranaje de la comunicación de la Unión Europea, y será la responsable de informar al público de la ayuda obtenida del FEDER.

Este documento persigue la gestión eficaz de las actividades de información y publicidad en la ejecución de las actuaciones de la Estrategia DUSI "Caminito del Rey". Con él se pretende realizar una planificación coherente para alcanzar los objetivos establecidos por la Estrategia, fijando los mecanismos más apropiados y dando cumplimiento a la serie de normas recogidas en la Estrategia de Comunicación del Programa Operativo.

Este manual pretende homogeneizar la imagen pública de todas las actuaciones que se lleven a cabo en el marco de la Estrategia DUSI "Caminito del Rey", para alcanzar una comunicación integrada, implicada, consciente y accesible para todos, teniendo como referencia aspectos útiles y de obligado cumplimiento recogidos de la Estrategia de comunicación del actual Programa Operativo Pluriregional de España (POPE); y del "Breve manual recopilatorio de cuestiones de tipo práctico en materia de comunicación" del anterior periodo de programación; además de cualquier información relevante vertida en las reuniones de la Red de comunicación GRECO-AGE de la que esta Diputación, a través de la Unidad de Gestión (en adelante Servicio de Recursos Europeos), forma parte.

OBJETIVOS

El propósito de las acciones de comunicación se centra en difundir las actuaciones de la Estrategia DUSI "Caminito del Rey", y contribuirán a alcanzar los resultados esperados con su ejecución:

- 👑 Promover la protección, fomento y desarrollo del patrimonio cultural y natural.
- 👑 Rehabilitar y embellecer diferentes espacios públicos que fomenten la dinamización social y económica.
- 👑 Fomentar la movilidad sostenible.
- 👑 Mejorar la eficiencia energética.
- 👑 Incrementar la empleabilidad de la ciudadanía.
- 👑 Mejorar los servicios turísticos y alcanzar una oferta integrada y diversificada.
- 👑 Incorporar la Administración electrónica para hacer los servicios públicos urbanos más personalizables, proactivos y accesibles.

Asimismo, favorecerá el conocimiento y acercamiento de los agentes implicados a los objetivos y resultados de los Fondos europeos, y más concretamente al FEDER, contribuyendo de esta manera al cumplimiento del Programa.

A fin de reforzar estos aspectos a través de una línea coordinada y evitar hechos inconsistentes, el mensaje que cada Unidad Ejecutora pretenda transmitir para las operaciones que se lleven a cabo, así como los detalles de la actividad de comunicación de la que se trate, se desarrollarán en estrecha consulta con el Servicio de Recursos Europeos, que quedará a disposición de las Unidades Ejecutoras para solventar cualquier duda que pudiera surgir, así como para cooperar en el planteamiento y ejecución de las actividades..

1. RECOMENDACIONES DE CUESTIONES PRÁCTICAS EN MATERIA DE COMUNICACIÓN PARA LA ESTRATEGIA DUSI "CAMINITO DEL REY"

Todas las medidas de información y publicidad destinadas a los beneficiarios finales de la Estrategia DUSI "Caminito del Rey" deben dar cumplimiento a las requisitos que en materia de información y publicidad establece el actual Programa Operativo Plurirregional de España 2014-2020.

La Diputación de Málaga deberá llevar a cabo acciones que afecten al general de la Estrategia o a las actuaciones aprobadas, y que deberán materializarse de manera adecuada con el objeto de dar la mayor difusión a las mismas y a la intervención del Fondo Europeo de Desarrollo Regional en su cofinanciación. En el desarrollo de dichas acciones publicitarias se deberá cumplir con las directrices establecidas por la Unión Europea sobre actividades de comunicación, información y publicidad que deben llevar a cabo los Estados miembros en relación con la intervención de los Fondos Estructurales.

La Diputación de Málaga será la responsable principal de informar al público de la cofinanciación del Fondo Europeo de Desarrollo Regional en las actuaciones llevadas a cabo. Las medidas que en materia de comunicación deben desarrollar las entidades beneficiarias son, al menos, las siguientes:

- 👑 Facilitar a la Autoridad de Gestión, cuando así sea requerido, toda la información relativa al cumplimiento de los requisitos en materia de información y publicidad, sometiéndose a la verificación previa a la certificación de gastos y comunicando cualquier incidencia en todo lo relativo a la puesta en marcha de estas medidas.
- 👑 Cumplimentar los indicadores de información y publicidad.
- 👑 Tener a disposición del Organismo Intermedio, de la Autoridad de Gestión y/o cualquier otro organismo responsable, toda la documentación y soporte gráfico suficiente que facilite el control acerca de la correcta aplicación de, al menos, todas las medidas en materia de información y publicidad que estuviese obligado a llevar a cabo.
- 👑 Informar al público de la cofinanciación del FEDER. Así, la entidad beneficiaria debe anunciar claramente que la/s operación/es o la Estrategia que está ejecutando ha/n sido seleccionada/s en el marco de un Programa Operativo y ha/n sido o está/n siendo cofinanciadas por el FEDER. Cualquier documento relativo a las operaciones de esta Estrategia DUSI, incluirá esta declaración.

▪ LENGUAJE IGUALITARIO Y COMUNICACIÓN ACCESIBLE

La Estrategia DUSI "Caminito del Rey" se planteó desde el compromiso de lucha por la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, y basándose en los principios de no discriminación por razón de edad, religión, origen étnico, orientación sexual o discapacidad.

Por ello, teniendo en cuenta la necesidad de ser conscientes de la importancia del lenguaje en nuestra visión del entorno y de las posibilidades de transformación hacia actitudes más positivas que a través de él podemos alcanzar, resulta necesario el empleo de términos que contribuyan a la construcción de una imagen de una sociedad igualitaria en la que todas las personas participen y tengan igualdad de oportunidades.

De esta manera, se prestará especial atención al cumplimiento de estos criterios en todos los documentos que se generen.

Lenguaje no sexista y no discriminatorio

Cualquier contenido, acción o medida implementada en el ámbito de la comunicación general de la Estrategia se diseñará desde un enfoque inclusivo evitando la discriminación por razón de sexo, origen racial o étnico, religión o creencias, discapacidad, edad u orientación sexual.

En todo caso, las actuaciones evitarán y trabajarán por la eliminación de los sesgos de género, partiendo de la utilización de un lenguaje no sexista, la inclusión de contenidos que no degraden a las mujeres y que proyecten una imagen igualitaria acorde con la realidad social a la que se aspira.

Las actuaciones generales de comunicación, así como las que refuercen otras operaciones de la Estrategia, promoverán la ruptura de las dinámicas de conformismo e inacción, fomentando la inclusión, la participación, el trabajo conjunto y la eliminación de barreras sociales, contribuyendo a la mejora de las condiciones y la calidad de vida.

Comunicación accesible

La comunicación accesible será la herramienta de la que la Estrategia hará uso para ofrecer soluciones posibles para que cualquier persona, con independencia de su condición y circunstancias, pueda recibir y comprender los mensajes que se pretenden difundir, dando cumplimiento, así, a Ley 27/2007, de 23 de octubre, por la que se reconocen las lenguas de signos españolas y se regulan los medios de apoyo a la comunicación oral de las personas sordas, con discapacidad auditiva y sordociegas; la Ley 11/2011, de 5 de diciembre, por la que se regula el uso de la lengua de signos española y los medios de apoyo a la comunicación oral de las personas sordas, con discapacidad auditiva y con sordoceguera en Andalucía; y, por supuesto, la Estrategia Española de discapacidad 2012-2020.

Por ello, se tendrán en consideración la incorporación macrocaracteres, contrastes cromáticos, braille, subtítulos, lengua de signos, wayfinding y cualquier otra herramienta o sistema que facilite el entendimiento e integración de las personas con discapacidad de cualquier índole.

Asimismo, cumpliendo con el compromiso adquirido con la conservación del medio ambiente, se fomentará y priorizará el uso de materiales reciclados y reciclables en todos los productos generados en el marco de la Estrategia DUSI "Caminito del Rey".

1.1. LOGOTIPOS

UNIÓN EUROPEA

La utilización del emblema de la Unión Europea es obligatoria en todas las acciones visuales de información y publicidad sobre la participación del FEDER.

- El emblema de la Unión Europea normalizado según Anexo I del Reglamento (CE) Nº 1828/2006, de aplicación general (ver ANEXO I), así como la referencia a la Unión

Europea, con las palabras "UNIÓN EUROPEA" debajo o a la derecha del mencionado emblema.

La edición de publicaciones relacionadas con el programa Operativo o las operaciones cofinanciadas, llevarán de manera visible la indicación sobre la participación de la Unión Europea y del Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER), y el lema del fondo "Una manera de hacer Europa".



UNIÓN EUROPEA

Únicamente en los artículos promocionales de pequeño tamaño, puede incluirse la mención al fondo y al lema en el propio logotipo. A modo ilustrativo, se muestra el siguiente ejemplo:



DIPUTACIÓN

Asimismo, se incorporará el logotipo de la Diputación de Málaga:



ESTRATEGIA "DUSI CAMINITO DEL REY"

Existe un Manual de identidad corporativa que rige el empleo de la imagen específica de la Estrategia. El manual, todos los elementos, así como las diferentes aplicaciones se encuentran disponibles en la carpeta compartida habilitada para la Estrategia DUSI.

En líneas generales, además de la creación de una imagen identificativa, se han adaptado los demás elementos obligatorios que exige el Programa para su vinculación directa con nuestra Estrategia. De este modo, el nombre del fondo y el lema del mismo tiene su propia imagen, creándose diferentes pautas de uso según el caso.



FONDO EUROPEO DE DESARROLLO REGIONAL (FEDER)

UNA MANERA DE HACER EUROPA

FONDO EUROPEO DE DESARROLLO REGIONAL (FEDER)

UNA MANERA DE HACER EUROPA

(v. verde)

UNA MANERA DE HACER EUROPA

FONDO EUROPEO DE DESARROLLO REGIONAL (FEDER)

(v. azul)

FONDO EUROPEO DE DESARROLLO REGIONAL (FEDER)

UNA MANERA DE HACER EUROPA

UNA MANERA DE HACER EUROPA

FONDO EUROPEO DE DESARROLLO REGIONAL (FEDER)

Del mismo modo, se ha creado un eslogan, que destaca su simbología y filosofía, asociado a los valores y oportunidades que pretende generar la Estrategia DUSI "Caminito del Rey".

Ciudades que brillan

En todo momento, deberá garantizarse que los logotipos de la Unión Europea, de la Diputación de Málaga y de la Estrategia sean del tamaño suficiente que permitan su completa visibilidad, así como la lectura del lema "Una manera de hacer Europa" y del Fondo Europeo de Desarrollo regional.

Los logotipos **no se colocarán de manera arbitraria**, sino que se mantendrá el siguiente orden establecido. Así, el de la Diputación de Málaga y Unión Europea se ubicarán preferentemente en la parte superior, en los extremos, izquierdo y derecho respectivamente, del documento/producto. El logotipo de la Unión Europea tendrá un tamaño igual o superior al de la Unión Europea.

La colocación del nombre del Fondo y el lema "Una manera de hacer Europa" se colocarán cercanos a estos logotipos sin estar en la misma línea.

El logotipo del DUSI irá, preferiblemente en la parte inferior.

Cabe destacar que existen modelos creados para los diferentes usos que pudieran darse.

1.2. MENCIÓN OBLIGATORIA

Como norma general, todos los documentos pertenecientes a los expedientes de las actuaciones o de la gestión de la Estrategia evidenciarán su vinculación con la misma, anunciándose claramente que dicho documento, o la actuación a la que se haga referencia,

está cofinanciado por la Unión Europea a través del Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER).

Ejemplo de texto mínimo obligatorio sería:

"La Estrategia DUSI "Caminito del Rey" está cofinanciada por la Unión Europea a través del Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) "

- 🏰 Las carpetas/archivadores para recoger cualquier tipo de documentación o expediente (con la inclusión de los logotipos obligatorios).
- 🏰 El material entregado a los destinatarios (con la inclusión de los logotipos obligatorios y de la mención).
- 🏰 La documentación técnica generada (manuales, oficios, informes, memorias técnicas, proyectos, etc. (con la inclusión de los logotipos obligatorios y de la mención).
- 🏰 La documentación utilizada para el desarrollo de las operaciones (convenios, pliegos, contratos, listados, fichas de inscripción, encuestas, etc.).
- 🏰 Cualquier otro material generado: facturas, etiquetas, sellos, pegatinas, etc.

▪ *PROCEDIMIENTOS DE CONTRATACIÓN PÚBLICA*

Tanto los **anuncios de licitación de los contratos**, como los **pliegos de cláusulas administrativas** y de **prescripciones técnicas**, deberán incluir una mención a la participación de la Unión Europea y al Fondo Europeo de Desarrollo Regional.

Para garantizar el cumplimiento de la normativa y la máxima visibilidad:

- 🏰 El **objeto** incluirá, la mención la Estrategia DUSI "Caminito del Rey" y al Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER).
- 🏰 El pliego de **cláusulas administrativas** incorporará expresamente las obligaciones del contratista en materia de información y publicidad:

"Obligaciones de Información y Publicidad:

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

- 🏰 El pliego de **prescripciones técnicas**:

Incorporará un texto identificativo sobre la Estrategia DUSI "Caminito del Rey":

"La Estrategia "DUSI Caminito del Rey: el desarrollo urbano a través del turismo de interior de la Costa del Sol", fue aprobada en la primera convocatoria para la selección de Estrategias de Desarrollo Urbano Sostenible e Integrado cofinanciadas por la Unión Europea a través del Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER).

La Diputación de Málaga impulsa esta Estrategia para el desarrollo socioeconómico de los municipios de Antequera, Álora, Ardales y Valle de Abdalajís con el fin de dar respuesta a los problemas y retos

UNA MANERA DE HACER EUROPA

comunes, y conseguir el desarrollo urbano sostenible de esta área, cuya potenciación es clave para el desarrollo sostenible del conjunto de la provincia. Para ello, la Estrategia se centra en tres pilares:

- a) Promoción y puesta en valor de los recursos culturales y naturales del área como motores turísticos y económicos,*
- b) Actuaciones urbanas enfocadas a la potenciación turística del área, de forma que se mejore el acceso, movilidad y transporte*
- c) Promoción económica a través del fomento de la iniciativa privada y potenciación del emprendimiento. Se potenciará la participación ciudadana, el desarrollo de competencias entre los ciudadanos para paliar el desempleo y emigración juvenil y se impulsará la eficiencia en la gestión municipal mediante el uso de herramientas TIC y tecnologías eficientes."*



Asimismo, deberá contemplar un apartado de obligaciones del contratista en materia de información y publicidad:

"Obligaciones de Información y Publicidad:

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

- a) En los documentos de trabajo, así como en los informes y en cualquier tipo de soporte que se utilice en las actuaciones necesarias para el objeto del contrato, aparecerá de forma visible y destacada el emblema de la UE, haciendo referencia expresa a la Unión Europea y el Fondo Europeo de Desarrollo Regional.*
- b) En toda difusión pública o referencia a las actuaciones previstas en el contrato, cualquiera que sea el medio elegido (folletos, carteles, etc.), se deberán incluir de modo destacado los siguientes elementos: emblema de la Unión Europea de conformidad con las normas gráficas establecidas, así como la referencia a la Unión Europea y al Fondo Europeo de Desarrollo Regional, incluyendo el lema "Una manera de hacer Europa."*

Además, se dará cumplimiento a lo reflejado en el apartado 1.1. y 1.3.

-  El **anuncio de licitación**, como mínimo, hará mención a la cofinanciación de la Unión Europea a través de FEDER y, de ser posible, incluirá el logotipo de la UE.
-  Todos los documentos que formen parte del expediente de contratación, incluyendo por supuesto el propio **contrato**, indicarán claramente que el objeto al que se refiere forma parte de la Estrategia DUSI "Caminito del Rey" y que está cofinanciado por la Unión Europea a través del Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER), e incluirá, como mínimo, el logotipo de la Unión Europea, la mención al FEDER y el lema.

1.3. SEÑALIZACIÓN

Las normas de señalización contempladas en este Manual, serán de aplicación en aquellas actuaciones que conlleven, por ejemplo, obras, instalación de suministros o adecuación de infraestructuras.

En el caso de encontrarse limitaciones por el tipo de arquitectura de los edificios, espacio limitado o características particulares de los lugares a señalar, se pondrá en conocimiento del Servicio de Recursos Europeos, con el fin de determinar la solución pertinente conforme a las exigencias del Programa.

▪ SEÑALIZACIÓN EXTERIOR: CARTELES DE OBRA

Se colocará un cartel en el enclave de la obra, independientemente del presupuesto de la misma, durante toda la ejecución de la operación, debiendo ser éste visible y de gran tamaño, y haciéndose constar:

- 👑 El tipo y el nombre de la operación
- 👑 Objetivo principal de la operación en la que se enmarque la actuación en cuestión:
 - OT 2. Se pondría como objetivo “garantizar un mejor uso de las tecnologías de información”.
 - OT 4. Se pondría como objetivo “conseguir una economía más limpia y sostenible”.
 - OT 6. Se pondría como objetivo “contribuir a la conservación del medio ambiente y el patrimonio cultural”.
 - OT 9. Se pondría como objetivo “promover la igualdad, la salud y la inclusión social”.
- 👑 El emblema de la Unión Europea, es decir, la bandera europea, junto con 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 recomiendan ambas cosas.
- 👑 El lema del Fondo Europea de Desarrollo Regional: "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.

Con el fin de ampliar la visibilidad de la cofinanciación de los fondos, se ha determinado la utilización de este cartel en todas y cada una de las actuaciones de obra que se lleven a cabo en el marco de la Estrategia, independientemente del importe de la misma.

UNA MANERA DE HACER EUROPA

Modelo de cartel de obra de la Estrategia DUSI "Caminito del Rey" (v. horizontal y v. vertical):



Para en los casos en los que sea demandado, existe la posibilidad de colocar al lado del cartel obligatorio, uno secundario, de menor dimensión, con los datos técnicos de la obra:



▪ SEÑALIZACIÓN EXTERIOR: PLACAS EXPLICATIVAS PERMANENTES

Una vez finalizada la ejecución de las intervenciones, y en el plazo máximo de 3 (tres) meses, se colocará una placa explicativa permanente visible y de gran tamaño, que deberá contener:

- 👑 El tipo y el nombre de la operación
- 👑 Objetivo principal de la operación:
 - OT2. Se pondría como objetivo “garantizar un mejor uso de las tecnologías de información”.
 - OT4. Se pondría como objetivo “conseguir una economía más limpia y sostenible”.
 - OT6. Se pondría como objetivo “contribuir a la conservación del medio ambiente y el patrimonio cultural”.
 - OT9. Se pondría como objetivo “promover la igualdad, la salud y la inclusión social”.
- 👑 El emblema de la Unión Europea, es decir, la bandera europea, junto con 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 recomiendan 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.

Modelo de placa explicativa permanente de la Estrategia DUSI "Caminito del Rey":



Para la señalización exterior se utilizará un **material** que deberá responder a condiciones climatológicas adversas: resistencia a la corrosión, resistencia a la temperatura, condiciones de humedad, absorción de agua, materiales y acabado.

▪ OTROS

Para aquellas intervenciones que no se ajusten a los criterios anteriormente descritos, se colocará al menos un cartel con información sobre el proyecto (de un tamaño mínimo A3) en un lugar bien visible para el público (por ejemplo la entrada de un edificio), y que respetará las mismas pautas definidas anteriormente.

▪ SEÑALÉTICA INTERIOR

En caso de que una actuación requiera la instalación de señalética interior, se dispondrá respetando la normativa de información y publicidad de la Estrategia y, por supuesto, del Programa; así como del cumplimiento de los principios de no discriminación e igualdad.

La señalética interior seguirá el compromiso de la Estrategia DUSI "Caminito del Rey" con la comunicación accesible, contribuyendo a un espacio para todos en los edificios o salas en los que se instalen. De este modo, se procurará seguir un enfoque de discapacidad (auditiva, visual, física...) que contribuirá a la plena inclusión social de los usuarios eliminando cualquier forma de discriminación basada en las necesidades especiales y diferentes; y un enfoque de género, garantizando, además, la justicia social entre mujeres, hombres y personas de diversa identidad sexual.

1.4. PUBLICIDAD

Cualquier actuación de publicidad que se lleve a cabo deberá dar cumplimiento a la normativa en materia de información y publicidad, adaptándolo a las características del soporte o formato del que se trate, de manera que impulse el alcance de la acción. Por ejemplo:

- 👑 Audiovisuales (spots publicitarios, vídeos, animaciones, etc.): incluirán los logotipos obligatorios. La mención expresa al FEDER y al lema "Una manera de hacer Europa" se hará oral y escrita, incorporando, siempre que sea posible, el eslogan de la Estrategia, "Ciudades que brillan".
- 👑 Cuñas radiofónicas: deberá mencionarse expresamente la cofinanciación de la actuación por el FEDER y al lema "Una manera de hacer Europa", e incorporando, siempre que sea posible, el eslogan de la Estrategia, "Ciudades que brillan".
- 👑 En anuncios publicitarios impresos: incluirán los logotipos obligatorios, la mención expresa al FEDER y al lema "Una manera de hacer Europa" en lugar preferente, e incorporando, siempre que sea posible, el eslogan de la Estrategia, "Ciudades que brillan".

1.5. MATERIAL PROMOCIONAL O AUDIOVISUAL/ PUBLICACIONES

Todo el material promocional o audiovisual que se produzca, así como las publicaciones que se realicen (anuncios, licitaciones, etc.) deberán reservar un espacio para disponer la información obligatoria de la Estrategia y el Fondo Europeo de Desarrollo Regional, debiéndose revisar, ante posible duda, el documento "Breve manual recopilatorio de cuestiones de tipo práctico para los beneficiarios/as en materia de comunicación 2014-2020".

Siempre que sea posible, se utilizarán materiales reciclados y reciclables.

▪ PAUTAS DE USO DE ETIQUETAS (HASHTAGS) EN REDES SOCIALES

Se recomienda seguir las siguientes indicaciones en el caso de incluir etiquetas en las publicaciones de redes sociales:

- 👑 Se utilizarán las etiquetas, por ejemplo, para referirse a eventos o cuando se faciliten una búsqueda específica.
- 👑 Se incluirá el uso de la tilde en las etiquetas conforme al uso tradicional de las normas de acentuación de la RAE.
- 👑 Se empleará la mayúscula al inicio de la etiqueta.
- 👑 Se usará la mayúscula para separar las palabras y facilitar la lectura.

En el caso de publicaciones en Twitter, se recomienda el uso del punto final, salvo que la función sea la de un titular.

Cualquier publicación en redes sociales harán mención a la Estrategia DUSI "Caminito del Rey", a la cofinanciación del FEDER e incorporando, siempre que sea posible, el eslogan de la Estrategia "Ciudades que brillan".

1.6. ACTIVIDADES INFORMATIVAS Y FORMATIVAS

Los cursos y sesiones de formación e información (conferencias, seminarios, exposiciones, jornadas, etc.) a los potenciales beneficiarios de las actuaciones previstas, así como a técnicos, representantes políticos implicados directa o indirectamente en la Estrategia respetarán las siguientes indicaciones:

- 👑 En los enclaves donde tengan lugar relacionadas con actuaciones cofinanciadas se colocará la bandera de la Unión Europea.
- 👑 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, al FEDER y al lema "Una manera de hacer Europa".

Antes de la celebración de un evento al que asista público deberán tenerse en consideración los siguientes aspectos:

UNA MANERA DE HACER EUROPA

- Formulario de inscripción
- Programa en el que se indique: el nombre del proyecto, el lugar y fecha de realización y la agenda. Este programa puede incorporarse a un díptico informativo.
- Acreditaciones de las personas participantes: se deben repartir, si se considera oportuno por el número de asistentes y la ubicación de la actividad de la que se trate, una acreditación de participación en el evento a cada persona, siguiendo los parámetros de imagen marcados en el manual de identidad corporativa.
- Orden del día. Antes de la celebración de una reunión u otro tipo de evento en el que se reúnan los/as beneficiarios/as/as, deberá elaborarse un orden del día en el que se indique: el lugar y fecha de celebración, la relación de asistentes, el horario de celebración (de la primera y segunda convocatoria), la indicación de quién convoca y la agenda de la jornada. (Se adjunta modelo en formato electrónico)
- Portanombres/tejas. En todas las actuaciones en las que existan ponentes es recomendable utilizar un portanombres legible y que cumpla con los requisitos de información y publicidad.
- Dípticos/trípticos, deberán dar cumplimiento a las exigencias en materia de información y publicidad descritas a lo largo de este manual.
- Hoja de firmas para el control de asistencia. Este documento, además de cumplir con la normativa de información y publicidad, incluirá la siguiente **cláusula** :

Cláusula:

La Diputación Provincial de Málaga somete el tratamiento de sus datos personales a las exigencias de la normativa actual en materia de protección de datos personales, en especial al Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos y por el que se deroga la Directiva 95/46/CE (Reglamento General de Protección de Datos, RGPD) y demás normativa conexas.

Con su solicitud de participación está facilitando información de carácter personal de la que es responsable la Diputación Provincial de Málaga. Al facilitar esta información da su consentimiento para que su información sea recopilada, utilizada, gestionada y almacenada, sólo como se describe en la presente Política de Privacidad.

Como titular de dichos datos, puede ejercitar los derechos de acceso, rectificación, supresión, limitación del tratamiento, portabilidad de los datos, oposición y a no ser objeto de una decisión basada únicamente en el tratamiento automatizado, incluida la elaboración de perfiles, todos ellos reconocidos por el Reglamento General de Protección de Datos.

Estos derechos los puede ejercer a través de un formulario que pueden solicitar en el Registro de Diputación Provincial de Málaga, sito en Avda. Pacífico, 54 29004, Málaga, o bien solicitar por email a la dirección protecciondedatos@malaga.es, acompañando acreditación de su identidad.

Asimismo, cuenta con el derecho a presentar una reclamación ante la Agencia Española de Protección de Datos. Usted tiene derecho al acceso, rectificación, cancelación y oposición conforme a la Ley, ejercitándolos mediante escrito dirigido al responsable de los mismos en la dirección de correo electrónico protecciondedatos@malaga.es

Asimismo, teniendo en cuenta que hay que ser conscientes de la importancia del lenguaje en nuestra visión del entorno, y de las posibilidades de transformación hacia actitudes más positivas que a través de él podemos alcanzar, resulta necesario el empleo de términos que contribuyan a la construcción de una imagen de una sociedad igualitaria en la que las personas con discapacidad participen y tengan igualdad de oportunidades.

Asimismo, para cumplir con el compromiso con el medio ambiente de la Estrategia, todos los elementos que se empleen se realizarán, en la medida de lo posible, con materiales reciclados y reciclables.

En caso de que la Unidad Ejecutora responsable de la actuación que corresponda, detectara un error u omisión en el cumplimiento de la normativa de información y publicidad, lo comunicará al Responsable de Comunicación de la Unidad de Gestión (Servicio de Recursos Europeos) y procederá a la subsanación correspondiente. En cualquier caso, es responsabilidad de las Unidades Ejecutoras el cumplimiento de las mismas, no eximiendo de esta responsabilidad el envío de los modelos a la Unidad de Gestión.

2. BUENAS PRÁCTICAS

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

Los criterios para la identificación y selección de Buenas Prácticas de actuaciones cofinanciadas son los siguientes:

1. La actuación ha sido convenientemente difundida entre los beneficiarios/as, beneficiarios/as potenciales y el público en general. Se deberá presentar todo lo realizado para la comunicación de la citada actuación.
2. La actuación incorpora elementos innovadores. Habrá que destacar el carácter innovador de la actuación, que puede estar vinculado a las metodologías, tecnologías o procesos, a los servicios facilitados y las distintas herramientas empleadas para ponerla en marcha. También se considerará la innovación respecto al territorio o ámbito de ejecución y al público objetivo.
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 a la Estrategia: 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 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 Diputación de Málaga deberá presentar, al menos, una buena práctica de actuaciones cofinanciadas. La planificación deberá realizarse en el momento de plantear las operaciones, y, de manera conjunta con el Área de Comunicación de la Estrategia (Servicio de Recursos Europeos) se deberá proceder a la justificación conforme a los anteriores criterios, aportando cuanta documentación gráfica y documental se considere oportuna. Asimismo, se deberá facilitar el importe de la ayuda y el gasto total al que asciende la operación en cuestión y el impacto de la misma en términos de desarrollo económico y empleo.

Al finalizar la ejecución, se deberá haber alcanzado un montante igual o superior al 50% de la ayuda concedida.

3. LA TOMA DE IMÁGENES EN LA ESTRATEGIA DUSI "CAMINITO DEL REY"

Las fotografías son un medio muy eficaz a través de los que difundir las actividades de cualquier proyecto. Son una herramienta muy importante para promoverlos. La imagen correcta puede decir mucho más sobre el impacto de un proyecto que cualquier otro comunicado de prensa. Y se puede utilizar de muchas maneras - en un periódico, en un folleto, en un sitio web, como parte de un calendario o exposición promocional, etc.-.

Existen ciertas pautas que deben seguirse, no sólo en el ángulo y el enfoque, sino también en cuestiones tales como la resolución recomendable, el respeto de los derechos de autor y el cumplimiento de las directrices de visibilidad de la UE.

A través de una sola foto puedes demostrar lo que se hace. Así como una buena foto atraerá el interés público dando vida a las actividades de un proyecto, una mala foto no tendrá ningún impacto o, incluso, podría producir el efecto contrario.

A continuación se indican ciertas recomendaciones para, en la medida de lo posible, conseguir fotografías de calidad que ayuden a incrementar el impacto de la Estrategia DUSI "Caminito del Rey: el desarrollo urbano a través del turismo de interior de la Costa del Sol".

Recomendaciones para la toma de fotografía de la Estrategia DUSI "Caminito del Rey"

Proyectos y personas

Para poder transmitir, las fotos deben contener un vínculo evidente con el objetivo de la Estrategia DUSI "Caminito del Rey" o en concreto con alguna de sus operaciones.

Es importante ilustrar el impacto y las actividades de la Estrategia. De esta manera, es preferible:



Imagen en la que hay acción <i>(P. ej.: artesano desarrollando su actividad, obrero utilizando herramientas durante la jornada de trabajo, sesiones formativas/informativas)</i>	Imagen estática <i>(P. ej.: técnico observando la pieza de un equipo)</i>
Fotos naturales	Fotos posadas
Imágenes de los beneficiarios en los paisajes, instalaciones, utilizando el equipamiento...	Imágenes exclusivamente de paisajes, instalaciones, equipamiento...
Equilibrio entre la presencia de hombres y mujeres	Presencia mayoritaria de uno de los dos sexos
Toma de varias imágenes desde diferentes enfoques y perspectivas	Toma de una única imagen

Fotos para los medios de comunicación

Si se tuvieran que enviar fotografías a los medios impresos, para acompañar comunicados, para anuncios, etc., sería recomendable mandar imágenes verticales y horizontales, así como

imágenes con el sujeto mirando a la izquierda y a la derecha, si se diera el caso. Esto les ayudará a ponerlo donde mejor se adapte en su diseño.

Asimismo, el contraste debe ser el suficiente para que sean igualmente eficaces cuando se reproduzcan en blanco y negro. Es preferible no remitir fotografía alguna a que éstas se manden borrosas o demasiado oscuras.

También pueden ser útiles fotos del personal implicado en la ejecución de la Estrategia por parte de las diferentes entidades, funcionarios gubernamentales o consultores.

Las fotos elegidas deben ser las que mejor ilustren el impacto de la acción, y deben coincidir con cualquier información escrita sobre la misma.

Escribir un pie de foto

Las fotos deberían tener siempre una leyenda o pie de foto. Este elemento es la clave para conocer su historia, y debe responder a las preguntas:

- 👑 QUIENES ESTÁN EN LA IMAGEN
- 👑 QUÉ ESTÁN HACIENDO
- 👑 ¿POR QUÉ importa?
- 👑 CUÁNDO y DÓNDE se tomó
- 👑 Si se diera el caso, se debe también IDENTIFICAR al fotógrafo e incorporar la información de los derechos reservados.

Aún cuando en el documento no se incorporen los datos mencionados, sí debería guardarse la información de referencia.

Uso de fotos

Como se ha mencionado, siempre que sea posible, se deben difundir los comunicados de prensa y/o paquetes de prensa acompañados de imágenes. Las fotos deben ser de alta resolución para que sean aptas para imprimir, y atractivas, que demuestren las actividades de la manera más clara posible.

Una buena foto pueden ser usadas de muchas maneras diferentes; por ello, se debe de tratar de ser creativo, más allá de los usos obvios de la comunicación de la prensa y folletos, se podrían utilizar las fotografías para:

- Hacer más dinámico su sitio web -galería de fotos, presentación de diapositivas...-
- Crear material promocional: portátiles, marcadores, etc.
- Hacer buenas prácticas o informes más dinámicos
- Hacer calendario de las actuaciones
- Uso para tarjetas electrónicas
- Realizar una exposición fotográfica en un evento
- Crear un 'video' que incluya fotos

En el caso de que se contrate a un fotógrafo externo, o que la empresa adjudataria de un servicio, obra o suministro, esté obligada a realizar la toma de imágenes correspondiente, habrá que indicar un resumen completo y claro del resultado esperado: fotos de gente en acción, personajes destacados, un edificio concreto, beneficiarios, etc. Incluso la hora del día afecta el resultado final.

Resolución de la foto

La resolución estándar para la publicación impresa es mayor que la utilizada para las imágenes web. Deberían ser:

- 5x5 cm con resolución de 1200 dpi
- 15x15 cm con resolución de 300 dpi
- imágenes de 75x75 cm con resolución de 72 dpi

Las fotografías se deben almacenar con la mayor resolución posible, de esta manera, si se diera el caso, se podría utilizar para una exposición, cartel o una pancarta. Si la resolución es demasiado baja, la fotografía no podrá ser utilizada.

Modelo de cesión de derechos

Se tendrán en cuenta los textos de uso común en todos los Servicios de la Diputación de Málaga en cumplimiento del Reglamento General de Protección de Datos de la Unión Europea (Decreto núm. 1318/2018 de 23 de mayo), al objeto de garantizar la coherencia de la documentación generada en materia de protección de datos personales.

Asimismo, al objeto de evitar posibles incidencias, se realizarán las consultas oportunas al Delegado de Protección de Datos de la Diputación de Málaga.

Lista de aspectos que tener en cuenta en la toma de fotografías

Visibilidad de la UE

- Bandera
- Logos
- Placas (en obras o equipos)
- Señales (en la carretera)
- Materiales producidos (libros, certificados, diplomas, etc.)
- Artículos promocionales producidos (camisetas, gorras, etc.)

Gente

- Representantes de asociaciones vecinales, técnicos,
- Representantes de las autoridades nacionales/ locales
- Beneficiarios finales

Elementos exteriores

- Instalaciones:**
 - Oficina
 - Vehículos
 - Herramientas a disposición para realizar tareas
- Los alrededores**
 - Paisajes dondequiera que se realicen acciones;
 - Carreteras y vehículos si se trata de transporte terrestre
 - Puerto marítimo y mar si se trata de transporte de agua

UNA MANERA DE HACER EUROPA

- Personas que usan ordenadores si se trata de tecnología
- Ruinas si se trata de arqueología
- Un centro comercial si se trata de la sociedad en general

Elementos de interior

Reuniones

- Altavoz con presentación en PowerPoint
- Interacción con / entre oyentes
- Personas tomando notas

Formación

El formador y los alumnos que realicen el objeto de la capacitación (si corresponde)

Lugar de trabajo

- Personas que usan un ordenador
- Mostrar cosas en un mapa, pantalla, plano...
- Pasando por los archivos

Equipo

Tecnológico, educativo, siempre que aparezcan personas haciendo uso de los mismos

Accesorios

- Mapas en una pared
- Imágenes antiguas
- Objetos en una habitación directa o indirectamente relacionados con el programa

Resultados de la Estrategia

- Acciones de sensibilización con los beneficiarios (actos de presentación, charlas, intercambios de jóvenes, festivales, sesiones de información de la escuela o de la iglesia, recogida de basura, cultivo de cultivos orgánicos, limpieza de palmerales, etc.)
- Trabajos de construcción (excavaciones, construcción, reparación, etc.)
- Apoyo financiero: tratar siempre de incluir a las personas que interactúan con el sitio (carreteras si se trata de modernización del transporte, edificios si se trata de mejoras de infraestructuras, etc.)
- Formación: el formador y los alumnos salen y realizan entrenamientos de trabajo
- Equipo: siempre con personas que los manejan (contenedores, grúas, ordenadores, estaciones de bombeo, camiones, etc.)

Aspectos generales que tener en cuenta para la *realización* de actuaciones de Comunicación:

- En relación a los **productos finales** generados a partir de las actuaciones contempladas en la Estrategia, también debe facilitarse información a Recursos Europeos previamente a su edición o impresión para garantizar que se atienden a las normas de comunicación establecidas por la Unión Europea (incorporar logotipos obligatorios de cada convocatoria, incluir información de la Estrategia DUSI "Caminito del Rey" y de la financiación de la UE).
- En este sentido, hay que incidir en que los productos finales (publicaciones, estudios, informes, material, etc.), dirigidos tanto a la opinión pública como a los beneficiarios/as de los proyectos, deberán indicar siempre, claramente, la participación de la Unión Europea, a través del Fondo europeo correspondiente (FEDER), con la siguiente leyenda:

Esta (publicación, estudio, etc.) ha sido elaborado-a para la Estrategia DUSI Caminito del Rey", cofinanciada por la Unión Europea a través del Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER).

- Se debe **fotografiar** cualquier evento, jornada u otra actuación de interés, teniendo en cuenta lo siguiente:
 - En la medida de lo posible, que aparezca en la foto la bandera de la UE y los logotipos obligatorios (ya sea en el banner, en las diapositivas de las ponencias, en algún póster colocado en la sala, etc.).
 - Que se fotografíen todos los servicios contratados para la organización del evento (curso, jornada, etc.), como por ejemplo: cada uno de los ponentes, material editado para la jornada, servicio de pausas-café o catering, cabina de traducción simultánea, auriculares e intérpretes, azafatas, etc. Asimismo, se deben tomar fotos del público en general.
- Para la difusión de actuaciones, es recomendable aprovechar la Ventanilla Única de Diputación, que cuenta con una amplia base de datos, y desde ella se puede enviar la información sobre la actividad concreta: ventanillaunica@malaga.es

Aspectos que tener en cuenta para la **justificación** de actuaciones de Comunicación:

- De forma periódica Recursos Europeos debe enviar a la Autoridad de Gestión un breve informe del avance de ejecución de las acciones o actuaciones derivadas de las medidas establecidas en el Plan de información y comunicación de la Estrategia, haciendo referencia a la previsión de las acciones para el siguiente periodo.

Por ello, las Unidades Ejecutoras de la Estrategia deben notificar con antelación la celebración de actividades (con un mínimo de dos -2- semanas), además de incluirlas en la previsión de actuaciones que se deberá enviar al Servicio de Recursos Europeos.

- Por lo que respecta a las reseñas de prensa, para garantizar que se recopilan todas las referencias a la Estrategia que aparezcan en los medios de comunicación, deberán enviarse a Recursos Europeos los artículos aparecidos sobre el proyecto, especialmente en medios comarcales. Siempre que sea posible, se enviarán ejemplares originales.
- Obligación de **conservar pruebas** de productos y material elaborados o comprados:
 - Es obligatorio entregar a Recursos Europeos (de cara a auditorías) un mínimo de 3 ejemplares de cada producto o material editado: folletos, bolígrafos, carpetas, Cd's, estudios, etc.).
 - Además, se debe guardar prueba gráfica de todas las obras, suministros, etc. realizados dentro de la Estrategia.
 - Para asegurarse de que se tenga siempre controlados los productos, materiales, suministros, obras, etc. realizados, se recomienda fotografiar cada uno de estos elementos y archivar adecuadamente estas fotografías. Al final de la ejecución de la Estrategia DUSI "Caminito del Rey", se incluirán en los Cd's o manuales de recopilación de resultados.
 - En cuanto al material fotográfico de cualquier actuación (jornada, curso, intercambio de experiencias, etc.), se han de seleccionar las mejores y remitir como mínimo cinco fotos a Recursos Europeos.

- Dado que para los informes remitidos a la Autoridad de Gestión es necesario cumplimentar unos Indicadores de Información y Publicidad, es fundamental que se transmita a Recursos Europeos información sobre indicadores de realización y de resultados. Por ejemplo, en el caso de jornadas, seminarios o actos públicos, el número de asistentes (con listado de participantes). Asimismo, por lo que respecta a la edición de folletos, CD, DVD u otras publicaciones, hay que concretar el porcentaje de ejemplares distribuidos, respecto a los editados, y el número de puntos de distribución, como se recoge en el cuadro inferior:

TIPO DE ACTIVIDAD	INDICADORES DE REALIZACIÓN	INDICADORES DE RESULTADOS
Actividades y actos públicos (jornadas, seminarios, etc.)	Nº de actividades	Nº de asistentes
Difusión en medios de comunicación	Nº de notas de prensa elaboradas y enviadas a medios de comunicación/Nº de acciones de difusión realizadas	Nº de artículos publicados/nº de acciones en otros medios/Nº de personas a las que llega la información (se calculará en función de la tirada de periódicos, audiencia de radio, TV, etc.)
Publicaciones externas realizadas	Nº de publicaciones externas	% de publicaciones distribuidas/editadas
		Nº de puntos de distribución (especificando el perfil de los destinatarios: entidades públicas locales, regionales, nacionales, asociaciones, empresas, etc.)
Información a través de página web	Nº páginas web	Nº visitas
Información a través de cualquier tipo de cartelería	Nº de soportes publicitarios	

Desde Recursos Europeos se realizarán las siguientes tareas de Comunicación de la Estrategia:

- Coordinación general de todas las actuaciones de comunicación.
- En las convocatorias que así lo requieran, Recursos Europeos elaborará el Plan de Comunicación general de la Estrategia DUSI "Caminito del Rey".
- Incluir toda la información relevante de la Estrategia en el espacio FEDER habilitado en la web de la Diputación de Málaga, web propia de la Estrategia, en el caso de que se cree.
- Elaboración de notas de prensa y envío a la Oficina de Comunicación de Diputación. El contacto con esta Oficina se coordinará desde Recursos Europeos.
- Recopilación de artículos aparecidos en los distintos medios de comunicación. En el caso de que las Áreas obtengan algún artículo o noticia del proyecto, debe proporcionar una copia a Recursos Europeos. Siempre que sea posible, es recomendable entregar un ejemplar original.

UNA MANERA DE HACER EUROPA

- Preparación y remisión a la Autoridad de Gestión del informe del avance de ejecución de las acciones o actuaciones derivadas de las medidas establecidas en el Plan de información y comunicación del proyecto. Se elaborará a partir de la información remitida por las Unidades Ejecutoras.
- Preparación y remisión a la Autoridad de Gestión del informe anual para la ciudadanía
- Recopilación y elaboración de la lista completa de los indicadores de Información y Publicidad y; alta en la aplicación INFOCO 2014.

NOTA IMPORTANTE: No olvidar incluir en todos los **documentos que salgan al exterior** (correos electrónicos, escritos, mailings, invitaciones, programas, etc.) así como en todos los **documentos internos relativos a la gestión del proyecto** (Notas Interiores, pliegos de procedimientos de contratación, informes, memorias, decretos, etc.) los logotipos obligatorios (Diputación de Málaga y Unión Europea), mención expresa al Fondo FEDER y a su lema "Una manera de hacer Europa", así como una breve descripción de la Estrategia.

4. PLAN DE COMUNICACIÓN DE LA ESTRATEGIA DUSI "CAMINITO DEL REY"

La concesión de un proyecto europeo lleva aparejado el compromiso de divulgación del mismo y de sus resultados.

La comunicación y la difusión son elementos transversales u horizontales que deben estar presentes desde el comienzo del proyecto. El Plan de Comunicación pretende concretar y definir, en la medida de lo posible, todas las acciones de la Estrategia DUSI "Caminito del Rey" y hacer llegar el mensaje a los destinatarios finales de manera clara, directa y precisa.

Pese a esa planificación inicial, conforme avance la ejecución del proyecto, el Plan de Comunicación reflejará los posibles cambios que se hayan producido.

El Plan de Comunicación integrará acciones generales del proyecto y otras específicas de las diferentes líneas actuación.

4.1. OBJETIVOS

Los objetivos principales de esta divulgación son:

- a) dar a conocer las contribuciones de los proyectos del Programa en cuestión a la excelencia europea.
- b) resaltar el valor añadido de las actuaciones realizadas; informando a los ciudadanos europeos sobre los resultados de los proyectos.

4.2. DESTINATARIOS

El mensaje que se difundirá con cada una de las actuaciones de comunicación, tanto generales como específicas de cada actividad, serán, en primer término, los técnicos y políticos de las instituciones involucradas en el proyecto, los medios de comunicación, asociaciones vecinales y empresariales del área de actuación, la población de los municipios de Antequera, Álora, Ardales y Valle de Abdalajís; así como los turistas que visiten las localidades y su entorno.

4.3. ACCIONES DE COMUNICACIÓN

3.3.3.1 Desarrollo de la línea gráfica del proyecto

Descripción: el objetivo de esta acción es diseñar y definir el logotipo del proyecto, una línea gráfica común y las plantillas para todas las herramientas de comunicación con el fin de obtener una identidad de proyecto fuerte, cumpliendo con las Directrices de Visibilidad.

- Diseño del logotipo y del imagotipo.
- Planificación de las herramientas de comunicación.
- Difusión del logotipo.

Grupos destinatarios: personal técnico de la Diputación de Málaga, ayuntamientos implicados y proveedores que diseñan publicaciones y material promocional.

Indicadores a los que responde: *tipo 6. Instrucciones emitidas hacia los participantes en los programas*

- Número de documentación interna distribuida
- % organismos cubiertos

3.3.3.2 *Desarrollar y administrar el sitio web del proyecto*

Descripción: El objetivo de esta acción es diseñar, gestionar y actualizar el sitio web del proyecto y garantizar su visibilidad como fuente de información sobre el desarrollo del mismo.

- Convocatoria de propuestas para el diseño web.
- Contratación del dominio web.
- Diseño web.
- Revisión y aprobación de los contenidos estáticos de la web por todos los socios.
- Actualización de la web con la inclusión de información sobre las actividades organizadas en el marco del proyecto por los socios.
- Incorporación de noticias abiertas relacionadas con el gobierno.

Grupos destinatarios: Municipios, instituciones públicas, población en general.

Indicadores a los que responde: *tipo 4. Información a través de páginas web*

- Número de páginas web
- Número de visitas anuales al sitio web.

3.3.3.3 *Producir y difundir materiales informativos y publicaciones*

Descripción: el objetivo de esta acción es la preparación y edición de publicaciones dirigidas a la ciudadanía (folletos, CD, DVD, videos...), así como otras para distribución interna (guías metodológicas, instrucciones, informes, etc.). Además, aquí se incluyen otros elementos como carteles y pantallas.

- Identificación de diversos tipos de apoyo promocional/ informativo de acuerdo con el uso específico: video de presentación del proyecto, flyers, folletos, comunicados, notas de prensa, dossier y video de resultados, etc.
- Desarrollo de contenidos.
- Diseño de productos.
- Impresión o edición.

Grupos destinatarios: Municipios, instituciones públicas, personal técnico de la Diputación y de los ayuntamientos implicados en el proyecto, población en general.

Indicadores a los que responde: *tipo 3. Publicaciones realizadas/ tipo 6. Instrucciones emitidas hacia los participantes en los programas*

- Número de publicaciones externas.
- % de publicaciones distribuidas/editadas
- Número de puntos de distribución.
- Número de documentación interna distribuida.

UNA MANERA DE HACER EUROPA

- % de organismos cubiertos.

 **Acción 3.3.3.4 Desarrollar el material promocional y diversos soportes publicitarios**

Descripción: Esta acción tiene como objetivo el diseño y edición de cartelería, placas, expositores, entre otros, así como la producción y edición de material promocional.

- Selección de la empresa.
- Contenido y desarrollo del esquema.
- Grabación de vídeo.
- Edición del material.

Grupos destinatarios: empresas adjudicatarias de contratos, ayuntamientos, otras instituciones públicas, población en general.

Indicadores a los que responde: tipo 5. Información a través de cualquier tipo de cartelería

- Número de soportes publicitarios.

 **Acción 3.3.3.5 Preparación y difusión de convocatorias, notas y comunicados de prensa**

Descripción: el objetivo de esta acción es establecer el contacto regular con los medios de comunicación para dar la cobertura mediática adecuada y significativa al proyecto y sus acciones. Las convocatorias, notas y comunicados de prensa deberán incluir textos obligatorios en los que se mencionen expresamente, y como mínimo, la cofinanciación del Fondo Europeo de Desarrollo Regional.

También incluye anuncios de periódicos, radio y televisión centrados en acciones de proyectos específicas o generales de la Estrategia DUSI "Caminito del Rey".

- Desarrollo de contenidos.
- Publicación en el sitio web del proyecto.
- Envío de convocatorias, notas y comunicados de prensa a los medios de comunicación.
- Difusión a través de las redes sociales.
- Enlace a la publicación en el sitio web del proyecto.

Grupos destinatarios: medios de comunicación, público en general y redes sociales.

Indicadores a los que responde: tipo 2. Difusión en medios de comunicación

- Número de actos de difusión.

 **Acción 3.3.3.6 Establecer lista-s de distribución**

Descripción: Estas listas de correo serían utilizadas para la distribución entre los grupos de interés de cualquier tipo de publicación o actividad relevante prevista durante el proyecto. Se contará, al menos, con cinco (5): ayuntamientos, Unidades Ejecutoras, asociaciones vecinales, asociaciones empresariales y medios de comunicación.

- Preparación del contenido de la publicación
- Distribución

Grupos destinatarios: medios de comunicación, ayuntamientos de los municipios Antequera, Álora, Ardales y Valle de Abdalajís, asociaciones vecinales y empresariales del área de actuación, así como otras instituciones públicas vinculadas con la temática del proyecto, etc.

Indicadores a los que responde:

- Número de listas de distribución creadas (puntos de distribución).
- Número de contactos incluidos.
- Número de direcciones de correo electrónico.

 **Acción 3.3.3.7 Organización y participación en eventos locales, regionales y nacionales.**

Descripción: El objetivo de esta acción es organizar o participar en eventos nacionales, regionales y locales relacionados con turismo, patrimonio cultural, desarrollo local o cualquier temática vinculada directa o indirectamente con el objetivo de la Estrategia DUSI "Caminito del Rey", o con fondos europeos, y que sirvan de plataforma para ampliar la difusión del mismo, sus actuaciones y resultados alcanzados. La organización y la participación en estos eventos contribuirá a la difusión y sensibilización de la Estrategia, principalmente dirigida a sus beneficiarios directos.

- Desarrollo de la agenda del evento.
- Invitación a organizaciones y grupos.
- Difusión de la actividad para una amplia participación.
- El desarrollo del evento y posterior difusión en redes sociales y web.

Grupos destinatarios: ayuntamientos de los municipios Antequera, Álora, Ardales y Valle de Abdalajís, asociaciones vecinales y empresariales del área de actuación así como otras instituciones públicas vinculadas con la temática de la Estrategia, medios de comunicación, etc.

Indicadores a los que responde: *tipo 1. Actividades y actos públicos*

- Número de eventos realizados
- Número de asistentes a los eventos.

Asimismo, podrán realizarse acciones de comunicación o difusión específicas dentro de cada una de las operaciones concretas del proyecto, si así se estimase necesario para la mejor consecución de los objetivos perseguidos.

 **Acción 3.3.3.8. Sesiones formativas o informativas**

Descripción: El objetivo de esta acción es la organización de actos informativos o sesiones formativas sobre la Estrategia DUSI "Caminito del Rey", que sirvan de plataforma para ampliar la difusión del mismo, sus actuaciones y resultados alcanzados. La organización y la participación en estos eventos contribuirá a la difusión y sensibilización de la Estrategia, principalmente dirigida a sus beneficiarios directos.

- Desarrollo de la agenda del evento.
- Invitación a organizaciones y grupos.
- Difusión de la actividad para una amplia participación.

- El desarrollo del evento y posterior difusión en redes sociales y web.

Grupos destinatarios: ayuntamientos de los municipios Antequera, Álora, Ardales y Valle de Abdalajís, asociaciones vecinales y empresariales del área de actuación así como otras instituciones públicas vinculadas con la temática de la Estrategia, medios de comunicación, etc.

Indicadores a los que responde: *tipo 1. Actividades y actos públicos*

- Número de eventos realizados
- Número de asistentes a los eventos.

En cuanto a los actos y eventos, se realizarán diversas jornadas de difusión, talleres y mesas de trabajo.

Jornadas de difusión. Se celebrará, como mínimo, una jornada inicial y otra al final del proyecto. La inicial, dará a conocer al público general las actuaciones que se llevarán a cabo. La jornada final será una de las actividades más importantes de difusión de los resultados. Estarán presentes todos los actores implicados en la Estrategia (personal técnico y político de la Diputación de Málaga, ayuntamientos del área de ejecución de la Estrategia, asociaciones vecinales, empresariales, medios de comunicación, etc.

El material que se produzca con motivo de estas actividades, darán cumplimiento a la normativa de información y publicidad del POCS así como a las indicaciones recogidas en el presente manual.

4.4. EVALUACIÓN DEL PLAN DE COMUNICACIÓN

El objetivo principal de la evaluación es analizar el grado de ejecución y resultados e impactos alcanzados con la comunicación y difusión de las actividades de la Estrategia, examinando, asimismo, la aplicación de las medidas establecidas por el Programa Operativo en materia de información y publicidad.

De este modo, al finalizar el periodo de implementación de la Estrategia, se realizará un informe final de evaluación en el que se proceda a la revisión de las acciones propuestas en el Plan de comunicación de la Estrategia, su cumplimiento, posibles desviaciones y logros conseguidos.

4.5. DOSSIER DE RESULTADOS

Con el fin de recopilar el conjunto de operaciones llevadas a cabo, así como los productos resultantes de las mismas, se elaborará este documento que reforzará la difusión realizada durante la ejecución de la Estrategia.

5. INDICADORES DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD

¿Qué son?

Los indicadores de realización y de resultado son las herramientas de seguimiento mediante las que la Autoridad de Gestión realiza el seguimiento del grado de ejecución física y financiera de las actuaciones de comunicación.

La entidad beneficiaria será la responsable, de igual modo, de registrar y catalogar cada una de las acciones de comunicación, a través de los indicadores relativos a las actividades de información y publicidad de los proyectos cofinanciados por el FEDER.

- Aquellos indicadores que sean similares entre sí, deberán tener suficiente detalle en su descripción que posibilite su diferenciación del resto, o, en caso contrario, deberán quedar agrupados en un único indicador si son próximos en fecha o similar en temática. Todos los indicadores deberán ser declarados adjuntando la evidencia gráfica, en la que han de ser visibles, necesariamente, los logos de la Unión Europea y los demás requisitos exigidos en materia de información y publicidad.
- Los montantes económicos deberán incluir el valor en euros de la actividad objeto del indicador (no de la actuación completa que se publicita mediante la actividad), con independencia de que haya sido abonada o no por la entidad beneficiaria y/o por un tercero. En caso de que el valor exacto sea extremadamente difícil de cuantificar, se deberá incluir un valor estimado de forma objetiva, evitándose en lo posible un valor cero. Solo deberá ser cero cuando no haya supuesto un desembolso efectivo para ninguna entidad, organismo, empresa, etc.

Tipología de indicadores:

- Actividades y actos públicos

- En este tipo de indicador se recogen el número de actos de lanzamiento de la Estrategia para los que se elaboró el Plan de Comunicación, los actos informativos importantes anuales, actos en torno al Día de Europa y cualquier evento contemplado para desarrollar las medidas o transmitir información de la Estrategia.
- Dentro de esta categoría se consideran los seminarios, jornadas, actos de presentación o inauguración de actuaciones cofinanciadas, etc.
- La descripción de cada actividad o acto público concreto debe contener el fin al que se destinó la misma, haciéndose una descripción del mismo (p.ej. contenido del acto, personalidades asistentes, vinculación con el proyecto, etc.). Además, de todas ellas debe disponerse de evidencia gráfica.
- Tiene dos indicadores:
 - número de eventos realizados
 - número de asistentes a los eventos. En el caso de eventos con una amplia y variada programación, se considerará solamente los asistentes (parte proporcional) que hayan accedido a los contenidos e información relativa a la Estrategia o Fondo.

- Se dispondrá de evidencias gráficas: fotografías, agenda o programa, listado de ponentes y listado de participantes (si es el caso).

- Difusión y medios de comunicación

- Se recogen distintos tipos de acciones de difusión realizadas en los medios (spots en TV, anuncios en prensa, cuñas en radio, “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 la Estrategia o alguna de sus actuaciones concretas, o la política regional europea, entre la ciudadanía, siempre que se recoja claramente el papel jugado por el FEDER o el papel a Unión Europea.
- Es necesario tener especial cuidado en la diferenciación entre nota de prensa, noticia en prensa y anuncio en prensa. En el caso de las notas de prensa emitidas que pasen posteriormente a ser noticias de prensa incluidas en cualquier medio de comunicación, se computará solamente la noticia, teniéndose que eliminar el registro inicial de la nota en la aplicación INFOCO2014 para evitar la doble contabilización.
- Asimismo, se incluirán también en este indicador las publicaciones de licitaciones, bases reguladoras y órdenes de ayuda, convenios, etc. tanto en prensa, como en los diarios oficiales correspondientes (BOE, DOUE...), de las operaciones cofinanciables por los POs.
- La denominación de la actividad debe incluir el nombre del medio en el que se publicó y una breve descripción del objeto/contenido de la difusión. A este respecto, la publicación de una misma noticia en más de un medio se deberá agrupar como una sola actividad, indicando, en este caso, “publicación en medios”.
- Se recogen en este tipo además los anuncios de las convocatorias, licitaciones, adjudicaciones, etc., publicados en el BOE, DOUE, etc. siempre que se haga referencia a la cofinanciación del FEDER. Además, las difusiones a través de páginas Web se deberán incluir en este tipo de indicador, no confundiéndose con espacios permanentes en páginas Web (ver más adelante indicador tipo 4. Información a través de páginas Web).
- Como evidencia gráfica se incluirán fotografías o capturas de pantalla de la noticia, anuncio, etc. y enlace (en el caso de publicación en un medio digital). No serán válidos aquellos indicadores que únicamente incluyan el enlace a la publicación, debiendo presentar el contenido de la misma.
- En este grupo de acciones hay que cumplimentar un único indicador de realización: el número de actos de difusión, y no posee indicador de resultado.

- Publicaciones externas realizadas

- Se incluye cualquier tipo de publicaciones editadas (en soporte papel o electrónico: libros, folletos, CD, DVD, videos...) dirigidas a la ciudadanía con la

UNA MANERA DE HACER EUROPA

finalidad de dar a conocer la Estrategia o alguna de sus actuaciones concretas. Así como aquéllas relacionadas con la política regional europea.

- También se recogen los dípticos o folletos repartidos en las reuniones que se refieran a actuaciones del Programa Operativo o incluso de la política regional, siempre que cumplan con los requisitos en materia de información y publicidad del FEDER.
- Posee dos indicadores de resultado complementarios: El primero es el porcentaje de publicaciones distribuidas/editadas. El segundo, número de puntos de distribución, es cumplimentado una única vez de inicio, dado que debe ser el mismo valor para todas las publicaciones, incluyéndose el número total de puntos de distribución de los que dispone. A tal efecto, varios puntos de distribución en una misma comunidad, se computará como una sola, como, por ejemplo, asociación de vecinos, etc.; o el buzoneo se contará como un punto de distribución, con independencia del número de buzones que incluya.
- Como evidencia gráfica se incluirán fotografías de las publicaciones realizadas, en las que pueda apreciarse el cumplimiento de los requisitos en materia de información y publicidad FEDER. En el caso de encontrarse disponible para su descarga abierta, de forma electrónica, se incluirá el enlace para su descarga.

- Información a través de páginas Web

- Contabiliza las principales Web utilizadas para la transmisión de información sobre la Estrategia, así como la relacionada con la política regional europea o con fondos europeos, siempre que tengan un espacio fijo dedicado a los fondos europeos, con información permanente de la Estrategia o de los Fondos Europeos. No debe incluirse en este tipo de indicador la difusión de anuncios o noticias a través de la página Web (ver más arriba indicador tipo 2. Difusión en medios de comunicación). La denominación de la actividad debe incluir la dirección Web de la página.
- Su indicador de resultado, el número de visitas, deberá valorarse como el número de visitas del último año, contadas en el mes de enero del año N (valor a 31 de diciembre del año N-1), sin acumularse con los valores obtenidos en años anteriores.
- Como evidencia gráfica se incluirán imágenes con capturas de pantalla de la web, en las que pueda apreciarse el cumplimiento de los requisitos en materia de información y publicidad FEDER.

- Información a través de cualquier tipo de cartelería

- Se recogen los distintos soportes (pósters, carteles, carteles de obra, placas, expositores, stands y/o vallas) utilizados con fines publicitarios, para dar a conocer el Proyecto o alguna de sus actuaciones concretas entre la ciudadanía, siempre que conste bien descrita (por ejemplo cartel del proyecto para una determinada feria) y se cumpla con la normativa europea del FEDER en materia de Información y Publicidad. Además podrán constar entre ellos los carteles que figuren visibles en las actividades y actos públicos. Varios carteles identificativos de una misma actuación deben agruparse en un único indicador.

UNA MANERA DE HACER EUROPA

- También se recoge en este tipo de actividad el merchandising realizado: bolígrafos, memorias USB, etc., siempre que se haga referencia a la Unión Europea y al Fondo Europeo de Desarrollo Regional.
- Como evidencia gráfica se incluirán fotografías de los soportes publicitarios y/o artículos de merchandising, en las que pueda apreciarse el cumplimiento de los requisitos en materia de información y publicidad FEDER.
- Este tipo de actividad tampoco posee indicador de resultado.

- Publicaciones internas

- Se incluye toda la documentación distribuida (guías metodológicas, instrucciones, informes...). Por lo tanto, la denominación de la actividad debe hacer alusión a dicho tipo de documentos.
- Como evidencia gráfica se incluirán fotografías de las publicaciones realizadas, en las que pueda apreciarse el cumplimiento de los requisitos en materia de información y publicidad FEDER. En el caso de encontrarse disponible de forma electrónica, se incluirá el enlace para su descarga y el documento electrónico.
- El indicador de resultado es el porcentaje de organismos cubiertos.

 **¿Cómo contabilizan?**

A través de la aplicación **INFOCO2014**, herramienta para la gestión de los indicadores de comunicación

 **¿Quién?**

El alta y declaración de los indicadores de I+D a la Autoridad de Gestión la realizará el Área de Comunicación de la Estrategia (Unidad de Gestión), si bien, cada Unidad Ejecutora deberá remitir la información que le corresponda de manera regular.

 **¿Cuándo?**

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

DOCUMENTOS DE REFERENCIA

- Programa Operativo Plurregional de España 2014-2020.
- Estrategia de Comunicación del Programa Operativo Plurirregional de España.
- Breve manual recopilatorio de cuestiones de tipo práctico para los beneficiarios/as en materia de comunicación 2014-2020.
- Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de las Estrategias de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER y del Fondo Social Europeo 2014-2020
- Reglamento (CE) No 1828/2006 de la Comisión de 8 de diciembre de 2006.
- Reglamento (UE) No 1303/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo de 17 de diciembre de 2013.



FONDO EUROPEO DE DESARROLLO REGIONAL (FEDER)

UNA MANERA DE HACER EUROPA

Servicio de Recursos Europeos de la Diputación de Málaga
Área de Comunicación de la Estrategia *DUSI* "Caminito del Rey"

<http://www.malaga.es/fondoseuropeos>