



PROGRAMA OPERATIVO PLURIRREGIONAL. FEDER 2021-2027
SUBDIRECCIÓN GENERAL DE CONSORCIOS, ORGANISMOS E INFRAESTRUCTURAS
CIENTÍFICAS INTERNACIONALES

MANUAL DE COMUNICACIÓN

ESFRI_GICs FEDER 2021-2027

VERSIÓN MAYO 2026

Contenido

1.	INTRODUCCIÓN:	3
2.	CUESTIONES GENERALES:.....	3
3.	EL EMBLEMA DE LA UNIÓN EUROPEA:	4
4.	IDENTIDAD VISUAL	5
5.	INDICADORES DE COMUNICACIÓN	5
6.	NORMATIVA	17

1. INTRODUCCIÓN:

La Secretaría General de Investigación a través de la Subdirección General de Consorcios, Organismos e Infraestructuras Internacionales pretende con la línea de actuación FEDER ESFRI_GICs impulsar y poder atraer a territorio español, sedes y nodos de las grandes infraestructuras de investigación europeas e internacionales, dado que se convierten en centros de conocimiento y motores de crecimiento económico en la región en la que la infraestructura se sitúa, muy especialmente en aquellas menos desarrolladas.

Las operaciones aprobadas en el marco de esta línea de actuación deberán cumplir los requisitos establecidos para las entidades beneficiarias de dichas ayudas para ello, deberán dar difusión al carácter público de la financiación de la actividad concedida, y mencionar la ayuda recibida del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades, cofinanciada por Fondos de la Unión Europea. En concreto, las operaciones de la línea ESFRI_GICs, están cofinanciadas a través del Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER), Programa Plurirregional de España 2021-2027.

Los beneficiarios de las ayudas destinadas a operaciones de la línea ESFRI_GICs del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades, con cofinanciación de la Unión Europea, a través del Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER), Programa Plurirregional de España 2021-2027, utilizarán el emblema de la Unión, de conformidad con los artículos 47 y 50 y el anexo IX del Reglamento (UE) 2021/1060 de 24 de junio de 2021 por el que se establecen las disposiciones comunes relativas al Fondo Europeo de Desarrollo Regional, al Fondo Social Europeo Plus, al Fondo de Cohesión, al Fondo de Transición Justa y al Fondo Europeo Marítimo, de Pesca y de Acuicultura, así como las normas financieras para dichos Fondos y para el Fondo de Asilo, Migración e Integración, el Fondo de Seguridad Interior y el Instrumento de Apoyo Financiero a la Gestión de Fronteras y la Política de Visados (en adelante, RDC), cuando realicen actividades de visibilidad, transparencia y comunicación. Dicho anexo IX (Comunicación y visibilidad – Artículos 47 y 50) se puede encontrar en la siguiente dirección: <https://www.boe.es/doue/2021/231/L00159-00706.pdf>

2. CUESTIONES GENERALES

Los beneficiarios y los organismos que ejecutan los instrumentos financieros reconocerán la ayuda de los Fondos a la operación, según lo descrito en el artículo 50 del Reglamento RDC.

a) en el sitio web oficial del beneficiario, cuando dicho sitio web exista, y en sus cuentas en los medios 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.

b) 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.

c) 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 RDC, tan pronto como comience la ejecución física de operaciones que impliquen inversiones físicas o se instalen los equipos que se hayan adquirido, con respecto a operaciones que reciban ayuda del FEDER y el Fondo de Cohesión y cuyo coste total sea superior a 500 000 EUR.

d) para las operaciones que no se incluyan en la letra c), 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;

e) 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.

El no cumplimiento de estas obligaciones contempladas en el artículo 47 o en los apartados 1 y 2 del presente artículo, y si no se han adoptado medidas correctoras, la autoridad de gestión aplicará medidas, teniendo en cuenta el principio de proporcionalidad, y cancelará hasta un máximo del 3 % de la ayuda de los Fondos a la operación de que se trate.

3. EL EMBLEMA DE LA UNIÓN EUROPEA

Los beneficiarios de financiación de la UE tienen la responsabilidad general de comunicar y aumentar la visibilidad de la UE. Una obligación importante en este contexto es la exhibición correcta y en un lugar destacado del emblema europeo en combinación con una declaración sencilla relativa a la financiación que mencione el apoyo recibido de la UE.

El emblema de la Unión Europea (UE) deberá aparecer en un lugar destacado en todos los soportes y materiales de comunicación, junto a la fórmula «(Co-)Financiado por la Unión Europea» sin abreviar. El emblema de la UE es el elemento visual más importante que se utiliza para indicar el origen y garantizar la visibilidad de la financiación de la UE. El emblema de la UE no debe modificarse ni fusionarse con ningún otro elemento gráfico o texto. Si se exhiben otros logotipos junto al emblema de la Unión, este debe tener como mínimo el mismo tamaño que el más grande de ellos.

Para más información y detalle se puede consultar el siguiente enlace:

https://commission.europa.eu/system/files/2021-05/eu-emblem-rules_es.pdf

Asimismo, los beneficiarios deberán utilizar el logo del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades en todas las actuaciones que lleven a cabo; incluyendo toda la documentación del proyecto.

La Ley 38/2003, 17 de noviembre, General de Subvenciones recoge en su artículo 37 apartado 1.d entre las causas de reintegro total: “También procederá el reintegro de las cantidades percibidas y la exigencia del interés de demora correspondiente desde el momento del pago de la subvención hasta la fecha en que se acuerde la procedencia del reintegro, o la fecha en que el deudor ingrese el reintegro si es anterior a ésta, en los siguientes casos: d) Incumplimiento de la obligación de adoptar las medidas de difusión contenidas en el apartado 4 del artículo 18 de esta ley.” Dicho artículo obliga a los beneficiarios a dar la adecuada publicidad del carácter público de la financiación de programas, actividades, inversiones o actuaciones de cualquier tipo que sean objeto de subvención, en los términos reglamentariamente establecidos.

4. IDENTIDAD VISUAL

La Secretaría General de Fondos Europeos del Ministerio de Hacienda establece una nueva identidad visual para la comunicación y difusión de los fondos estructurales y de inversión en España. Con el comienzo del nuevo periodo de financiación 2021-2027 se lanza la nueva identidad de Fondos Europeos con el objetivo de aglutinar la imagen de los fondos europeos en España por primera vez.

En el siguiente enlace su puede consultar el Manual de Identidad Visual:

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

5. INDICADORES DE COMUNICACIÓN

Para lograr sus objetivos, será fundamental que las actuaciones de comunicación cofinanciadas con fondos europeos se orienten tanto a los beneficiarios y potenciales beneficiarios de las mismas como a la ciudadanía en sentido amplio, con el doble objetivo de favorecer la absorción de los fondos y con ello la eficaz financiación de las políticas apoyadas, y de rendir cuentas a la ciudadanía respecto al empleo de los fondos públicos (europeos, nacionales y regionales).

En línea con la evolución del papel de la comunicación dentro de la gestión de los fondos europeos, en el periodo 2021-2027 se prioriza que la labor de comunicación tenga un enfoque activo y creativo, que se plasme en acciones concretas con resultados medibles y evaluables. Es por ello, por lo que se han establecido una serie de indicadores de realización y de resultado:

5.1 INDICADORES DE REALIZACIÓN

Miden el producto obtenido directamente de la inversión, en este caso, número de entregables implementados en el ámbito de la comunicación. La lógica en la selección de los indicadores de realización va dirigida a asegurar que entre los tres indicadores se dé cabida a todas las posibles actividades de difusión que se lleven a cabo.

Indicadores de realización
<ol style="list-style-type: none"> 1. Entradas publicadas en redes sociales 2. Actuaciones en medios 3. Eventos celebrados

1. Nombre indicador	Entradas publicadas en redes sociales
2. Unidad de medida	Entradas
3. Definición y concepto	<p>Este indicador buscará contabilizar las entradas en redes que tengan por objeto informar 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 (i.a. organismos gestores, organismos intermedios, autoridad de gestión), como en su caso, por los perfiles de altos cargos de los mismos, así como del posible perfil Europe Direct del centro relevante.</p> <p>Serán consideradas redes sociales a efectos de este indicador: X/Twitter, LinkedIn, Facebook, Instagram, y TikTok, Spotify y Bluesky.</p> <p>Para su contabilización, será imprescindible que la entrada ponga 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.</p> <p>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.</p> <p>En aquellos casos en que en una misma fecha se publiquen varias entradas que conformen un hilo argumental (p. ej. hilo de tuits o un mismo tuit en dos o más lenguas), se contabilizará el conjunto de entradas como una entrada única a efectos del indicador. Por el contrario, cuando una misma entrada (i.e. mismo contenido) se publique en varias redes sociales, se contabilizará el conjunto de</p>

	<p>entradas por separado a efectos del indicador para ver el impacto que tiene en cada una de las redes sociales.</p>
4. Imputación del coste	<p>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.</p> <p>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, actuación en medios o evento.</p> <p>No se considerará como un gasto el que haga referencia a las nóminas del personal al servicio de la administración.</p> <p>El coste de las asistencias técnicas se podrá dividir entre todas las actuaciones de comunicación en las que tomen parte.</p> <p>En el caso de los perfiles de altos cargos en redes, no será posible imputar coste alguno a una entrada, salvo cuando la entrada incluya material de comunicación (videos, infografías, publicaciones, etc.) no publicado por perfiles institucionales, en cuyo caso, se podrá imputar a la entrada el coste de realización de dicho material, siempre que este coste no se haya asociado a ninguna otra entrada, actuación en medios o evento</p> <p>Siempre será posible imputar un coste nulo a una entrada (se pondrá 0).</p>
5. Agregación	<p>Cuando una entrada haga referencia a varios programas, podrá contabilizarse bajo el indicador de cada uno de los programas a los que se refiera.</p> <p>Cuando una entrada se contabilice bajo el indicador de más de un programa, el coste imputado a la entrada deberá dividirse entre el número de programas que la contabilicen.</p>
6. Observaciones	<p>Se podrán contabilizar como entradas aquellas que busquen dar difusión a las actuaciones en medios y a los eventos.</p>

1. Nombre indicador	Actuaciones en medios
2. Unidad de medida	Actuaciones
3. Definición y concepto	<p>Este indicador buscará contabilizar las actividades que implican difusión a través de medios de comunicación sobre proyectos, logros o cualquier elemento relevante relacionado con el programa o programas.</p> <p>Por medios de comunicación se entiende, entre otros: radio, televisión, prensa, internet –incluyendo Youtube-, publicaciones en papel y cartelería (cuya elaboración no responda a una obligación reglamentaria) y marketing directo.</p> <p>Los tipos de actuaciones en medios podrán ser, entre otros: noticias, videos, entrevistas, reportajes, publrreportajes, anuncios, podcasts, cuñas, notas de prensa, newsletters.</p> <p>Para su 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.</p>
4. Imputación coste	<p>Será posible imputar un coste real o un coste nocional a una actuación, cuando se haya incurrido en un coste necesario para la realización de la misma.</p> <p>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 , otra actuación en medios o evento.</p> <p>Siempre será posible imputar un coste nulo a una actuación (se pondrá 0).</p>

<p>5. Agregación</p>	<p>Cuando una actuación haga referencia a varios programas, podrá contabilizarse bajo el indicador de medios de cada uno de los programas a los que se refiera.</p> <p>Cuando una actuación se contabilice bajo el indicador medios de más de un programa, el coste imputado a la actuación deberá dividirse entre el número de programas que la contabilicen.</p> <p>En el caso de una campaña de comunicación, el conjunto de publicaciones comprendidas en la misma tendrá consideración de una única actuación. En este caso, como fecha de publicación de la misma se deberá indicar la fecha de primera publicación.</p>
-----------------------------	--

<p>1. Nombre indicador</p>	<p>Eventos celebrados</p>
<p>2. Unidad de medida</p>	<p>Eventos</p>
<p>3. Definición y concepto</p>	<p>Este indicador buscará contabilizar 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 híbrido u online –como pueden ser los 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..</p> <p>Para su contabilización, será imprescindible que el evento, o una parte significativa del mismo (mínimo un 25% en tiempo de la agenda programada del evento), tenga como elemento central los fondos europeos y haga referencia al programa o programas al que se asocie el indicador.</p> <p>Además, 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.</p> <p>De igual modo, será imprescindible que el evento cumpla alguna de las siguientes condiciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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

	<p>50% del coste de la organización del evento) o;</p> <ul style="list-style-type: none"> 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).
<p>4. Imputación coste</p>	<p>Será posible imputar un coste real o un coste notional a un evento cuando se haya incurrido en un coste necesario para la organización o, en su caso, participación en el mismo.</p> <p>Según el caso:</p> <ul style="list-style-type: none"> 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, 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. En relación con 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, 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. Para ello, se tendrá en consideración la proporción del programa (partiendo de un mínimo del 25% en tiempo de la agenda programada del evento) 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 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. <p>Cuando la organización del evento incluya la realización de material de comunicación (videos, infografías, publicaciones, posters, merchandising, roll-ups, creación de material audiovisual, impresión, etc.) que haya corrido a cargo del beneficiario o del</p>

	<p>organismo involucrado en la gestión, se podrá imputar al evento un coste adicional asociado a dicha realización, siempre que este coste no se haya asociado a ninguna entrada en redes, actuación en medios u otro evento.</p> <p>No se contabilizarán como imputables a un evento costes como los gastos de desplazamiento, dietas o similares.</p> <p>Siempre será posible imputar un coste nulo a un evento (se pondrá 0).</p>
5. Agregación	<p>Cuando un mismo evento (con idéntico o muy similar programa) se celebre en más de una ocasión con objeto de maximizar su difusión y para una audiencia distinta (por ejemplo, dos ediciones de un mismo seminario o curso de formación), éste podrá contabilizarse como un evento adicional tantas veces como se celebre.</p> <p>Cuando un evento haya sido organizado, cuente con una contribución financiera significativa, o cuente con una participación destacada de uno o más beneficiarios u organismos involucrados en la gestión de más de un programa, podrá contabilizarse en cada uno de estos programas.</p> <p>Cuando un evento se contabilice bajo más de un programa, el coste imputado al evento deberá repartirse entre el número de programas que lo contabilicen (pudiendo establecerse la clave de reparto de acuerdo con el criterio que se considere más adecuado).</p>

5.2 INDICADORES DE RESULTADO

Miden el efecto de la intervención, en concreto, la cantidad de personas destinatarias a las que ha llegado cada una de las acciones de comunicación implementadas.

Indicadores de resultado
1. Personas receptoras de entradas en redes sociales (impresiones)
2. Personas receptoras de entradas en redes sociales (interacciones)
3. Personas receptoras de actuaciones en medios
4. Valor publicitario de actuaciones en medios
5. Valor de comunicación de actuaciones en medios
6. Asistentes a eventos

5.2.1 Personas receptoras de entradas en redes sociales (impresiones)

1. Nombre indicador	Número de Personas receptoras
2. Unidad de medida	Personas receptoras
3. Definición y concepto	<p>Este indicador pretende servir de métrica del alcance de las entradas en redes sociales recogidas, esto es, que tengan 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.</p> <p>El número de personas receptoras corresponderá al número de impresiones de cada publicación en redes.</p>
4. Agregación	El número de impresiones de entradas que se refieran a varios programas, se contabilizarán dividiendo el número total de personas entre cada uno de los programas.

5.2.2 Personas receptoras de entradas en redes sociales (interacciones)

1. Nombre indicador	Número de Interacciones
2. Unidad de medida	Personas receptoras
3. Definición y concepto	<p>Este indicador pretende servir de métrica del alcance de las entradas en redes sociales recogidas, esto es, que tengan por objeto informar sobre proyectos, logros o cualquier elemento relevante relacionado con el programa o, 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.</p> <p>El número de personas receptoras será el número de reacciones e interacciones (i.a. likes, recomendar, comentarios, retuits, enviados, compartidos, guardados, y similares), que ofrecen las herramientas de análisis de redes sociales.</p>
4. Agregación	<p>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.</p> <p>El número de interacciones de entradas que se refieran a varios programas, se contabilizarán dividiendo el número total de personas entre cada uno de los programas.</p>

5.2.3 Personas receptoras de actuaciones en medios

. Nombre indicador	Número de Personas Receptoras
2. Unidad de medida	Personas receptoras
3. Definición y concepto	<p>Este indicador pretende servir 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 –i.a. noticias, videos, entrevistas, reportajes, publlirreportajes, anuncios, podcasts, cuñas, notas de prensa, newsletters-.</p> <p>El cálculo del número de personas receptoras de actuaciones en medios se llevará a cabo 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 (i.a. 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 (i.a. entrevistas, reportajes, etc.).</p>
4. Agregación	<p>No se considerará doble contabilidad cuando una misma persona receptora reciba el mensaje por distintos medios – i.a. 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.</p> <p>Las personas receptoras de actuaciones que se refieran a varios programas se contabilizarán dividiendo el número total de personas entre cada uno de los programas.</p>

5.2.4 Valor publicitario¹ de actuaciones en medios

1. Nombre indicador	Valor publicitario (Completar solo si hay medios)
2. Unidad de medida	Euros
3. Definición y concepto	Este indicador pretende servir 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 –I.A. noticias, videos, entrevistas, reportajes, publlirreportajes, anuncios, podcasts,

¹ Valor publicitario: es una estimación del impacto económico que tendría una publicación en un medio de comunicación si ese espacio hubiera sido contratado como publicidad.

	cuñas, notas de prensa, newsletters-. Este cálculo solo lo llevan a cabo agencias de comunicación especializadas. Este indicador solo se rellenará en caso de disponer de esta información.
4. Agregación	El valor publicitario de actuaciones que se refieran a varios programas se contabilizará dividiendo el total de euros entre cada uno de los programas.

5.2.5 Valor de comunicación² de actuaciones en medios

1. Nombre indicador	Valor de comunicación³ (completar solo si medios)
2. Unidad de medida	euros
3. Definición y concepto	Este indicador pretende servir 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 –i.a. noticias, videos, entrevistas, reportajes, publrreportajes, anuncios, podcasts, cuñas, notas de prensa, newsletters- Este cálculo solo lo llevan a cabo agencias de comunicación especializadas. Este indicador solo se rellenará en caso de disponer de esta información.
4. Agregación	El valor publicitario de actuaciones que se refieran a varios programas se contabilizará dividiendo el total euros entre cada uno de los programas.

5.2.6 Asistentes a eventos

1. Nombre indicador	Número de Personas Asistentes
2. Unidad de medida	Asistentes
3. Definición y concepto	Este indicador pretende servir 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 –como pueden ser los 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.

² Valor de comunicación: es una estimación económica que se centra en el impacto cualitativo que genera en la percepción del público. Se refiere a la capacidad de la información para mejorar la reputación, credibilidad y posicionamiento de una organización, entidad o marca.

	<p>Su contabilización se realizará en base a los eventos celebrados recogidos, 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.</p> <p>Según el caso:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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. • En relación con 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. Para ello, se tendrá en consideración la proporción del programa (partiendo de un mínimo del 25% en tiempo de la agenda programada del evento) 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%-).
<p>4. Agregación</p>	<p>Por el esfuerzo desproporcionado que entrañaría tratar de evitar la contabilización múltiple de asistentes a un evento –por ejemplo, de quien haya podido confirmar su asistencia presencial a un evento y después visualice online (ya sea en vivo o en diferido) la grabación del mismo-, la contabilización se hará como suma estricta del número de asistentes presenciales, audiencia aproximada en streaming y número de visualizaciones del evento grabado.</p> <p>Las personas asistentes a eventos que se refieran a varios programas se contabilizarán dividiendo el total de personas entre cada uno de los programas.</p>

6. NORMATIVA

REGLAMENTO (UE) 2021/1060 DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO, de 24 de Junio de 2021, por el que se establecen las disposiciones comunes relativas al Fondo Europeo de Desarrollo Regional, al Fondo Social Europeo Plus, al Fondo de Cohesión, al Fondo de Transición Justa y al Fondo Europeo Marítimo, de Pesca y de Acuicultura, así como las normas financieras para dichos Fondos y para el Fondo de Asilo, Migración e Integración, el Fondo de Seguridad Interior y el Instrumento de Apoyo Financiero a la Gestión de Fronteras y la Política de Visados. (En adelante RDC)

<https://www.boe.es/doue/2021/231/L00159-00706.pdf>

LEY GENERAL DE SUBVENCIONES. Ley 38/2003, de 17 de noviembre, General de Subvenciones.

<https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2003-20977>

REGLAMENTO DE SUBVENCIONES. Real Decreto 887/2006, de 21 de julio, por el que se aprueba el Reglamento de la Ley 38/2003, de 17 de noviembre, General de Subvenciones.

<https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2006-1337>

COMUNICAR Y DAR MÁS VISIBILIDAD A LA UE. Información y consejos sobre la manera de comunicar y dar más visibilidad a su proyecto y a la Unión Europea. Comisión Europea.

https://commission.europa.eu/funding-tenders/managing-your-project/communicating-and-raising-eu-visibility_es

EL USO DEL EMBLEMA EUROPEO EN EL CONTEXTO DE LOS PROGRAMAS DE LA UE 2021-2027. Orientaciones operativas para los beneficiarios de financiación de la UE. Comisión Europea.

https://commission.europa.eu/document/download/3192a0ef-6bda-4e1a-81ca-65ade2ffad73_es?filename=euemblem-rules_es.pdf

IDENTIDAD VISUAL DE FONDOS EUROPEOS: PERIODO 2021-2027

<https://www.fondoseuropeos.hacienda.gob.es/sitios/dgfc/es-ES/ipr/fcp2020/c/Paginas/IdentidadVisual.aspx>

MANUAL DE INDICADORES DE COMUNICACIÓN de la Red Nacional de Comunicación de Fondos Europeos.

<https://www.fondoseuropeos.hacienda.gob.es/sitios/dgfc/es-ES/ipr/fcp2020/c/Documents/202310%20Manual%20Indicadores%20Comunicaci%c3%b3n.pdf>

NORMAS_DE_COMUNICACION_Y_VISIBILIDAD. Programas de financiación de la Unión Europea para 2021-2027. Orientaciones para los Estados miembros. Dirección General de Comunicación. Comisión Europea.

<https://op.europa.eu/es/publication-detail/-/publication/d1d3df9b-03e9-11ed-acce-01aa75ed71a1/language-es>