



La comunicación de los proyectos

Contenido

1. La comunicación como clave de éxito para el proyecto	2
2. La estrategia de comunicación de un proyecto.....	2
3. El rol de la persona responsable de la comunicación del proyecto.....	3
4. Branding (marca) y visibilidad	3
4.1 Los logotipos de los proyectos	4
4.2 Visibilidad en edificios e infraestructuras.....	4
5. Alojamiento de la página web del proyecto en la web: interreg-sudoe.eu	5
6. Material de comunicación vs objetos promocionales.....	6
7. Consecuencias financieras por el incumplimiento de la normativa	7
8. El apoyo de la Secretaría Conjunta	7

1. La comunicación como clave de éxito para el proyecto

La comunicación eficiente se define como la manera de transmitir gracias a la cual todas las partes implicadas (emisor y receptor) ganan.

La comunicación es, por tanto, una de las piezas claves en un proyecto. No solamente es una herramienta para dar a conocer los resultados conseguidos. Ella aporta un mayor valor añadido a las soluciones implementadas del proyecto y permite incrementar su impacto.

Más allá de las realizaciones obtenidas, las actividades de comunicación de los proyectos Interreg tienen como objetivo promover una mayor visibilidad y una mayor transparencia de la utilización de los fondos FEDER de la Unión Europea, pero también demostrar el valor añadido de la cooperación europea para los ciudadanos y los territorios.

Por lo tanto, los beneficiarios de los proyectos Interreg Sudoe, (tanto el beneficiario principal como el resto del consorcio, deben tener en consideración la importancia de la comunicación estableciendo una estrategia de comunicación que sea aplicable al resto de actividades del proyecto.

2. La estrategia de comunicación de un proyecto

La sección 7.2.2 de la ficha 4 de la Guía Sudoe establece la manera en la que la comunicación prevista por el consorcio del proyecto ha de estar descrita en el formulario de candidatura (segunda fase). Dada su importancia en la ejecución del proyecto y su papel en la consecución y difusión de los resultados, la comunicación se evalúa en la segunda fase gracias al criterio de evaluación nº5 (Plan de Trabajo y Comunicación), a partir de la siguiente cuestión de evaluación:

- 📌 ¿En qué medida las actividades de comunicación son adecuadas para llegar a los grupos objetivos y a las partes interesadas en el proyecto?
- La evaluación valorará si los objetivos de comunicación son pertinentes y si contribuyen a los objetivos específicos del proyecto.
 - La evaluación determinará si las actividades de comunicación, así como las realizaciones, son adecuadas para llegar a los grupos objetivos y a las partes interesadas pertinentes.

Una vez aprobado el proyecto hay que consolidar la descripción de las acciones de comunicación mediante la elaboración de una estrategia de comunicación. Este documento será elaborado por todo el consorcio del proyecto, bajo la dirección de la persona responsable de la comunicación del proyecto.

Esta estrategia de comunicación se diseñará para garantizar la coherencia entre los objetivos de la comunicación, los destinatarios a los que se dirigirá y el mensaje a difundir. Una vez definidos estos tres elementos clave, el consorcio deberá confirmar los medios y canales de comunicación más adecuados, teniendo en cuenta las limitaciones que deben respetarse como la planificación, el presupuesto, las obligaciones impuestas en este sentido por los reglamentos europeos, etc.

Para más detalles sobre el desarrollo de la estrategia de comunicación, se podrá consultar la guía de comunicación que se facilitará a los responsables de comunicación de los proyectos una vez éstos sean aprobados.

La estrategia de comunicación deberá ser entregada a la Secretaría Conjunta dentro de los 6 meses siguientes a la aprobación del proyecto. También se revisará en el marco de las actividades anuales de seguimiento y evaluación de los proyectos que lleva a cabo la Secretaría Conjunta, tal y como se describe en la ficha 10.

3. El rol de la persona responsable de la comunicación del proyecto

Para todo lo anterior, la comunicación requiere de recursos humanos y de un presupuesto adecuado. Para ello, es necesario designar a una persona responsable de la comunicación dentro de cada consorcio del proyecto y desde el principio del mismo. Esta persona debe participar incluso en la fase de preparación del proyecto, ya que las actividades de comunicación se describen en cada grupo de tareas del formulario de candidatura y son objeto de evaluación específica (criterio de evaluación nº 5, véase el texto oficial de cada convocatoria de proyectos). Esta persona, designada en el formulario de candidatura (segunda fase), puede pertenecer al personal de la entidad del beneficiario principal o de otra entidad beneficiaria del proyecto.

La persona responsable de la comunicación debe estar familiarizada con las herramientas de comunicación actuales y tener las habilidades necesarias para llevar a cabo todas las tareas inherentes a esta función. La persona a cargo de comunicación debe conocer perfectamente los objetivos específicos del proyecto y los resultados esperados para garantizar la correcta aplicación de la estrategia de comunicación teniendo en cuenta todas las actividades previstas.

Entre otras cosas, la persona responsable de la comunicación debe:

- 📌 Diseñar la estrategia de comunicación del proyecto en coordinación con los socios del mismo.
- 📌 Coordinar y ejecutar todas las actividades de comunicación del proyecto previstas en la estrategia.
- 📌 Asegurarse de que los beneficiarios del proyecto cumplen los requisitos de visibilidad (véase el punto 4 de esta ficha).
- 📌 Garantizar que la información compartida en los distintos canales de difusión del proyecto sea coherente con la estrategia de comunicación.
- 📌 Supervisar y actualizar el contenido de la página del proyecto en el sitio web de Sudoe (más detalles en el punto 5).
- 📌 Supervisar y actualizar el contenido de las cuentas de redes sociales del proyecto, si existen.
- 📌 Apoyar y coordinar a otros responsables de comunicación de los diferentes socios, según proceda.
- 📌 Garantizar que la Secretaría Conjunta Interreg Sudoe sea la destinataria de toda la información y de los resultados del proyecto para que, a su vez, pueda compartirlos mediante sus canales de difusión.
- 📌 Participar en las actividades de la Secretaría Conjunta y en las formaciones impartidas a los responsables de la comunicación de los proyectos aprobados.
- 📌 Participar y colaborar en las actividades de comunicación del programa.

4. Branding (marca) y visibilidad

Se conoce como *Branding* al proceso por el que se construye una marca, es decir, al conjunto de elementos que crean el mensaje representativo y mediante el cual se reconoce a la marca de una manera gráfica por su público objetivo. Describe todas las medidas adoptadas para aumentar su valor de reconocimiento.

Hasta ahora, los principales elementos de marca en los proyectos Interreg han sido el logotipo, los iconos de las prioridades del programa, los colores o el estilo utilizado en los textos promocionales. Para continuar con esta homogeneización de los programas y proyectos de Interreg y ofrecer una mayor visibilidad de los programas a una audiencia más amplia, se continúa con la armonización de la marca Interreg durante el periodo 2021-2027. Esto contribuirá a aumentar el reconocimiento de los programas, el valor añadido de la cooperación y los resultados obtenidos con los fondos FEDER.

Las medidas definidas por el programa Interreg Sudoe, y de acuerdo con la normativa vigente (Anexo IX del Reglamento (UE) 2021/1060), deberán ser seguidas por todos los proyectos cofinanciados por el programa.

4.1 Los logotipos de los proyectos

Los logotipos de los proyectos se basan en el logotipo del programa Interreg Sudoe. La Secretaría Conjunta proporcionará a cada proyecto, una vez firmado el acuerdo de concesión FEDER, su logotipo personalizado del proyecto en un archivo digital para ser utilizado durante todo el periodo de ejecución. Este logotipo cumplirá los requisitos de comunicación y de visibilidad establecidos en los Reglamentos (UE) 2021/1059 (art. 36) y (UE) 2021/1060 (art. 47 y anexo IX). Además, el manual de identidad visual que se proporciona con el logotipo detallará todas las normas que deben seguirse para su correcta utilización.

Las directrices de armonización del programa no permiten la creación de logotipos específicos para cada proyecto, por lo que los costes de creación de un logotipo específico para el proyecto no son subvencionables.

Ahora bien, la creación de un logotipo específico puede considerarse oportuna en casos particulares. En este sentido si un proyecto desarrolla una realización que, por su naturaleza o por su carácter perenne al final del proyecto, requiera la creación un logotipo, el consorcio puede prever la creación del logotipo específico de esta realización obtenida del proyecto. Esto debe figurar en el formulario de candidatura e incluirse en la fundamentación del plan financiero. No obstante, antes de poner en marcha su creación y para que los gastos inherentes sean subvencionables, deberá confirmarse su aceptación por parte de la Autoridad de Gestión a través de la Secretaría Conjunta.

A modo de ejemplo, si un proyecto dedicado a la prevención de catástrofes climáticas en el Sudoe lanzara una aplicación digital para la población y autoridades, se permitiría la creación del logotipo para que la realización fuera fácilmente reconocida.

Por último, se recuerda que el logotipo del proyecto debe aparecer en todos los documentos y soportes producidos por el proyecto y que son destinados al público o a los participantes, por ejemplo, en (lista no exhaustiva):

-  Las publicaciones y otros documentos del proyecto.
-  Los vídeos.
-  Los portales web y otras páginas de Internet.
-  Las redes sociales.
-  Los carteles, pósters, etc.

4.2 Visibilidad en edificios e infraestructuras

- 📌 Deben aplicarse varias normas para la visibilidad de los proyectos financiados en instalaciones físicas y edificios, especialmente en función del importe de los proyectos. Es una obligación para todas las entidades beneficiarias, independientemente del importe del proyecto.

Cada entidad beneficiaria de un proyecto Interreg Sudoe debe exponer un cartel mínimo en tamaño A3 o una valla electrónica equivalente en un lugar fácilmente visible para el público (por ejemplo, en la entrada de un edificio). Este cartel debe presentar información sobre el proyecto, destacando la ayuda concedida por el FEDER.

La Secretaría Conjunta proporcionará a los proyectos, en formato digital, un modelo de cartel con la información necesaria que debe mencionarse, una vez firmado el acuerdo de subvención del FEDER.

La prueba de la exhibición (foto e imagen del cartel) debe aportarse al presentar la primera declaración de gastos de la entidad. En la tarea correspondiente de eSudoe habrá más especificaciones al respecto.

- 📌 Es obligatoria la colocación de placas o vallas publicitarias duraderas para una realización física que implique inversiones materiales, la compra de equipos o la instalación de equipos adquiridos con un coste superior a 100.000 euros.

La placa o valla que contenga información sobre el proyecto debe instalarse al inicio de la inversión o de la compra del equipo. Ambos deberán ser visibles para el público en el lugar donde estén ubicados.

Deberá acreditarse la posición de la placa o de la valla (foto e imagen de la placa o valla), al presentar el gasto correspondiente.

La misma norma se aplica a las operaciones en las que la realización física implica inversiones materiales, la compra de equipos o la instalación de equipos adquiridos con un coste superior a 500.000 euros. En este caso, la placa o valla publicitaria debe ser permanente.

5. Alojamiento de la página web del proyecto en la web: interreg-sudoe.eu

Una vez firmado el acuerdo de concesión FEDER, cada proyecto recibirá sus datos de acceso al gestor de contenidos, alojado en el sitio web del programa Interreg Sudoe 2021-2027, para poder administrar y actualizar la página relacionada con su proyecto. Esta página del proyecto, al igual que el sitio web del programa Sudoe, estará disponible en español, francés, portugués e inglés.

Cada página tendrá una arquitectura uniforme y presentará la información esencial del proyecto (consorcio, presupuesto, calendario, objetivos, actividades y resultados). Se dispondrá de varios módulos complementarios para publicar los eventos, realizaciones y resultados del proyecto a medida que se produzcan.

La página web de cada proyecto debe publicarse en los 3 meses siguientes al suministro de los datos de acceso con el objetivo de ser actualizada periódicamente. Cada consorcio debe proporcionar los recursos necesarios para la actualización de la página web del proyecto (por ejemplo, recursos humanos, traducción, etc.). La persona responsable de la comunicación del proyecto puede ser la persona designada para realizar esta tarea, aunque también puede hacerlo otra persona de una entidad beneficiaria del mismo.

Los proyectos no tienen que prever los costes de creación, ni el alojamiento ni el mantenimiento de su sitio web, ya que estos servicios están cubiertos por el programa Interreg Sudoe. La creación de un sitio web propio de un proyecto no es elegible.

No obstante, si el proyecto requiere el desarrollo de un sitio web como parte de la solución o realización del proyecto para la construcción de redes, de una base de datos, de una plataforma, de una aplicación, etc., cuya vida útil se extiende más allá de la duración del proyecto, la creación de esta herramienta, su alojamiento, etc...) deberá figurar en el formulario de candidatura y en la justificación del plan financiero, si procede. No obstante, antes de poner en marcha su creación y para que el gasto inherente sea subvencionable con carácter excepcional, deberá confirmarse su aceptación por parte de la Autoridad de Gestión a través de la Secretaría Conjunta.

6. Material de comunicación vs objetos promocionales

Para llevar a cabo sus actividades de difusión y comunicación cada proyecto podrá adquirir material de comunicación y ocasionalmente objetos promocionales.

Por material de comunicación, el Programa considera productos a los roll-ups, carteles, etc. o cualquier otro documento que presente la información del proyecto (folletos, prospectos, etc.). Estos materiales son necesarios para permitir la correcta difusión y presentación del proyecto en eventos o actividades dirigidas al público objetivo del proyecto y sus costes son subvencionables en el marco del programa. Sin embargo, el consorcio debe garantizar que este material sea respetuoso con el medio ambiente, que la producción o impresión de este material se calcule con la mayor precisión posible y que los costes sean razonables. Además, este material debe cumplir con las normas de imagen visual del logotipo del proyecto y debe incluir la mención de la cofinanciación de la Unión Europea, etc., tal y como se indica en el punto 4.1 de esta ficha.

Los artículos promocionales más comunes son bolígrafos, blocs de notas, bolsas, llaves USBs, maletines, tazas, botellas, camisetas, etc. Estos objetos o artilugios suelen regalarse a los participantes de los eventos organizados en el marco del proyecto. Estos objetos sólo pueden producirse si son realmente necesarios para las actividades de comunicación del proyecto y si sirven para la estrategia de comunicación del mismo. Para ello, sólo se aceptan los siguientes objetos:

-  Lápices y bolígrafos.
-  Blocs de notas y cuadernos.
-  Bolsas (hechas a base de material reciclable como algodón o papel).
-  USBs con archivos digitales de la presentación del proyecto.

Si el proyecto desea producir artículos promocionales que no figuran en la lista anterior, el partenariado debe solicitar el acuerdo previo a la Autoridad de Gestión a través de la Secretaría Conjunta antes de hacer un pedido, del tal manera que los gastos asociados solo serán subvencionables tras obtener el visto bueno. En este caso excepcional, los gastos inherentes de estos objetos promocionales podrán ser subvencionables una vez se haya obtenido el acuerdo.

Estos artículos promocionales deben cumplir de manera obligatoria con las normas de imagen visual del logotipo del proyecto, así como incluir la mención de la cofinanciación de la Unión Europea, etc., tal y como se indica en el punto 4.1 de esta ficha.

7. Consecuencias financieras por el incumplimiento de la normativa

Los beneficiarios deben asegurarse de que cumplen todas las normas descritas en esta ficha y en los Reglamentos (UE) 2021/1059 (art. 36) y (UE) 2021/1060 (art. 47 y anexo IX). En caso contrario, la Autoridad de Gestión podrá anular hasta el 2% de la ayuda FEDER concedida al beneficiario que no haya respetado estas normas, de acuerdo con el artículo 36.6 del Reglamento (UE) 2021/1059.

Estas normas también figuran en los artículos 4, 5, 16 y 17 del convenio de colaboración y en los artículos 6 y 14 del acuerdo de concesión FEDER.

8. El apoyo de la Secretaría Conjunta

El beneficiario principal y la persona responsable de la comunicación del proyecto podrán contar con el apoyo del responsable de comunicación de la Secretaría Conjunta en la puesta en marcha de la comunicación del proyecto. Podrán enviar sus preguntas para obtener asesoramiento u orientación sobre cómo cumplir los requisitos descritos en esta ficha. También deberán enviar sistemáticamente toda la información y entregables obtenidos en el marco del proyecto (a través de eSudoe).

Tal y como se ha mencionado anteriormente, la Secretaría Conjunta pondrá a disposición de los responsables de comunicación:

-  El logotipo del proyecto y su manual de uso.
-  Las claves de acceso al gestor de contenidos de la página web del proyecto alojada en el sitio web del programa.
-  Una guía de comunicación con consejos y recomendaciones para llevar a cabo las actividades en materia de comunicación.

Además, los responsables de comunicación serán invitadas a participar en distintas actividades específicas: grupos de trabajo, debates e intercambios entre los responsables de comunicación de proyectos, formaciones sobre temas específicos, etc.