

**COMUNICAR Y DAR MÁS**

**VISIBILIDAD A LA UE:**

**PREGUNTAS**

**FRECUENTES**



**COMUNICAR Y DAR MÁS VISIBILIDAD A LA UE:**

**DIRECTRICES PARA LAS ACCIONES EXTERIORES (EUROPA.EU)**

# ÍNDICE

INTRODUCCIÓN .....	3
VISIBILIDAD DE LA UE .....	4
COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA .....	8

Este documento da respuesta a preguntas frecuentes sobre las [Directrices para comunicar y dar más visibilidad a la UE](#) de julio de 2022. A medida que se requiera, se irán añadiendo más preguntas y respuestas.

# INTRODUCCIÓN

## ¿CUÁL ES EL PRINCIPAL CAMBIO CON RESPECTO A LOS REQUISITOS DE COMUNICACIÓN Y VISIBILIDAD DE 2018?

El nuevo enfoque corporativo en materia de comunicación supone abandonar las actividades de comunicación desarrolladas por los socios en cada proyecto y cambiar a un enfoque más coordinado centrado en las prioridades seleccionadas. Por consiguiente, el principal cambio con respecto a los requisitos de 2018 es que los socios ya no deberán incluir un presupuesto y un plan específicos para comunicación en el marco del proyecto (salvo acuerdo previo con la UE). Seguirá vigente el requisito para garantizar la visibilidad de la UE (emblema y declaración de financiación) en todos los materiales o actividades que estén directamente relacionados con el proyecto (por ejemplo, garantizar que el emblema de la UE y la declaración de financiación figuren en carteles, pancartas, publicaciones, activos digitales, suministros, etc.). Los gastos derivados de garantizar la visibilidad de la UE son elegibles y pueden incluirse en el presupuesto del proyecto.

## ¿QUÉ NORMAS DE COMUNICACIÓN Y VISIBILIDAD SON APLICABLES SI UN SOCIO ENCARGADO DE LA EJECUCIÓN HA SUSCRITO UN ACUERDO MARCO DE COLABORACIÓN CON LA UE?

Los acuerdos marco de colaboración financiera constituyen la base jurídica para la cooperación de la UE con determinadas organizaciones. Dichos acuerdos suelen incluir cláusulas en materia de comunicación y visibilidad. Las disposiciones de estos acuerdos marco tienen prioridad sobre lo dispuesto en las Directrices de 2022. No obstante, las disposiciones de estos acuerdos marco suelen ser lo bastante genéricas como para que puedan aplicarse las Directrices de comunicación y visibilidad de 2022. En algunos casos, es posible que en los acuerdos marco se hayan acordado algunas excepciones o variaciones. Por lo tanto, siempre hay que consultar el acuerdo marco correspondiente. Además, en las condiciones especiales del contrato podrían contemplarse especificaciones adicionales.

## ¿DEBERÍAN REVISARSE LOS PLANES DE COMUNICACIÓN Y VISIBILIDAD DE LOS PROYECTOS EN EJECUCIÓN A LA LUZ DE LAS NUEVAS DIRECTRICES?

No hay obligación de aplicar las nuevas directrices con carácter retroactivo. Los proyectos en ejecución pueden seguir aplicando sus planes de comunicación y visibilidad como se acordaron originalmente. No hay ninguna obligación de actualizar los planes de comunicación y visibilidad ya aprobados. Sin embargo, se anima a las Delegaciones de la UE y a los socios a adaptar en la medida de lo posible las actividades de comunicación y visibilidad de los proyectos en ejecución a las directrices que figuran en la sección 3 de las Directrices de 2022. Los socios encargados de la ejecución deberán consultar a sus homólogos de la UE en lo relacionado con la preparación y el desarrollo de las actividades de comunicación y visibilidad previstas para asegurar el beneficio mutuo y el máximo nivel de impacto. Seguirá vigente el requisito para garantizar la visibilidad de la UE (emblema y declaración de financiación).

## ¿DEBERÍAN CLAUSURARSE LOS SITIOS WEB/PERFILES EN REDES SOCIALES DE PROYECTOS EN EJECUCIÓN?

Pueden seguir activos los sitios web y/o los perfiles en redes sociales, así como otros canales que ya se hayan establecido en el marco de un proyecto en ejecución financiado con anterioridad a la publicación de las nuevas directrices. No se aplicarán de forma retroactiva a contratos que ya se hayan suscrito. En cualquier caso, se recomienda a los socios que procuren atenerse a los principios generales recogidos en la sección 3 de las Directrices de 2022 para garantizar que la comunicación a través de estos canales sea lo más eficaz y tenga el máximo nivel de impacto posible. Asimismo, los socios deberán asegurarse de tener prevista una estrategia de salida adecuada para cuando finalice el proyecto/la financiación de la UE. Mientras estos perfiles estén activos, los socios deben asegurarse de que cumplan con los requisitos en materia de visibilidad de la UE (incluidas las correspondientes cláusulas de exención de responsabilidad).

# VISIBILIDAD DE LA UE

## ¿QUÉ IMPLICA GARANTIZAR LA VISIBILIDAD DE LA UE?

Los beneficiarios de la financiación de la UE deberán reconocer el origen de los fondos y garantizar la visibilidad de esta financiación, sobre todo, al promocionar las acciones y elaborar informes sobre sus resultados, destacando el apoyo recibido de la UE de manera visible en los materiales de comunicación relacionados con las acciones subvencionadas por el Instrumento. Esto supone garantizar que el emblema de la UE y la declaración de financiación apropiada figuren de forma correcta y en un lugar destacado.

## ¿QUÉ EVENTOS/ACTIVIDADES DEBERÍAN REALIZAR LOS SOCIOS PARA GARANTIZAR LA VISIBILIDAD DE LA UE?

Los socios encargados de la ejecución no están obligados a realizar actividades específicas únicamente diseñadas para promover la visibilidad de la UE (ruedas de prensa, lanzamientos, etc.). Sin embargo, si se organiza un evento/actividad a efectos de comunicación estratégica (con el acuerdo previo de la UE), el socio debe garantizar la visibilidad de la UE en todos los materiales de comunicación elaborados (por ejemplo, telón de fondo, carteles, pancartas, etc.). Los socios encargados de la ejecución no deberán crear canales específicos como sitios web o perfiles en redes sociales.

## ¿QUÉ INFORMACIÓN RELATIVA A LA AYUDA FINANCIERA DE LA UE DEBEN MOSTRAR LOS SOCIOS ENCARGADOS DE LA EJECUCIÓN EN SUS CANALES PROPIOS COMO SITIOS WEB?

### ¿DEBE PREVERSE UN PRESUPUESTO PARA TAL FIN?

Se anima a los socios encargados de la ejecución a proporcionar información relacionada con los proyectos en ejecución financiados por la UE en sus sitios web. A la hora de comunicar una acción financiada por la UE en el marco de su actividad general, los socios encargados de la ejecución deberán reconocer el hecho de que la acción está financiada por la UE. No está permitida la creación de sitios web específicos del proyecto/programa, salvo que exista un acuerdo previo con la UE.

## ¿PUEDEN CONTINUAR UTILIZÁNDOSE LOGOTIPOS ESPECÍFICOS DE PROGRAMA/PROYECTO COMO PRINCIPAL IDENTIDAD VISUAL?

El emblema de la UE es la única y más importante marca visual que se utiliza para reconocer el origen y garantizar la visibilidad de la financiación de la UE. Aparte del emblema, no podrá crearse ni utilizarse ninguna otra identidad visual ni logotipo para destacar el apoyo de la UE, salvo que se acuerde previamente con la UE. Los programas/proyectos bajo el paraguas de la Global Gateway deberán utilizar la marca y el logotipo de Global Gateway.

## **¿A QUÉ SE REFIEREN LAS DIRETRICES CON «ARTÍCULOS DE PAPELERÍA»? ¿NO DEBEN INCLUIR LOS CUADERNOS DE NOTAS, LAS PLANTILLAS DE DOCUMENTOS Y ESTA CLASE DE MATERIALES LA BANDERA DE LA UE Y LA DECLARACIÓN DE FINANCIACIÓN?**

Cabe señalar que el objetivo del nuevo enfoque es dejar de elaborar por defecto bolígrafos/cuadernos de notas/dispositivos, etc. para cada proyecto. Estos deberán elaborarse dependiendo del caso. En caso de elaborarse materiales y suministros en el marco de un proyecto, deberá garantizarse la visibilidad de la UE (emblema y declaración de financiación).

## **¿QUIÉN SE ENCARGA DE RETIRAR LOS PANELES INFORMATIVOS 6 MESES DESPUÉS DE FINALIZAR EL PROYECTO?**

Los socios encargados de la ejecución son los encargados de cumplir con los requisitos.

## **¿DÓNDE PUEDEN LOS SOCIOS ENCARGADOS DE LA EJECUCIÓN COMPARTIR CONTENIDO SOBRE UN PROYECTO SI NO ESTÁ PERMITIDA LA CREACIÓN DE SITIOS WEB NI DE PERFILES EN REDES SOCIALES?**

El objetivo de las nuevas directrices es reducir la proliferación de canales de comunicación específicos de cada proyecto (sitios web, perfiles en redes sociales, boletines informativos, etc.). En vez de crear canales independientes que pueden tener un impacto marginal, los socios deberán aprovechar los canales existentes con buena implantación, como los canales propios de los socios, los perfiles de la administración central de la UE y de las delegaciones, etc.

## **ALGUNOS PROYECTOS REQUIEREN UNA HERRAMIENTA DE GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN. ¿PUEDEN CREARSE SITIOS WEB ESPECÍFICOS PARA TAL FIN?**

En caso de requerirse una plataforma para la gestión y la divulgación de la información, antes de crear un sitio web externo, los socios encargados de la ejecución deberán utilizar las soluciones corporativas proporcionadas por la Comisión Europea. La Comisión está preparada para abordar las necesidades de gestión de la información de los socios encargados de la ejecución, así como para hacer recomendaciones sobre las soluciones corporativas disponibles. Estas herramientas vienen a sumarse al programa de presencia en Internet que se ofrece en el dominio Europa a través de la DG INTPA.

Con las nuevas directrices en materia de comunicación, los sitios web de proyectos solo estarán permitidos en casos excepcionales y cuando formen parte de un plan de comunicación estratégica acordado previamente.

## **¿CÓMO DEBERÍA SER LA ESTRATEGIA DE SALIDA DE UN PROYECTO CON SITIO WEB Y PERFILES EN REDES SOCIALES ESPECÍFICOS PARA EL QUE LA FINANCIACIÓN DE LA UE VA A FINALIZAR?**

La estrategia de salida que se ha de implantar depende de si el proyecto va a continuar tras la fase con financiación de la UE. Para cualquier pregunta relacionada con los sitios web, póngase en contacto con [INTPA-WEB@ec.europa.eu](mailto:INTPA-WEB@ec.europa.eu).

### **¿DÓNDE DEBEN LOS SOCIOS ENCARGADOS DE LA EJECUCIÓN INCLUIR LOS GASTOS RELATIVOS A LA VISIBILIDAD SI NO HAY UNA PARTIDA PRESUPUESTARIA ESPECÍFICA PARA TAL FIN?**

Se consideran elegibles todos los gastos relacionados con garantizar la visibilidad de la UE por lo que pueden contemplarse en el presupuesto. Sin embargo, en lugar de incluirse en una partida presupuestaria independiente dedicada a visibilidad, estos gastos deberán imputarse al presupuesto de la actividad concreta a la que pertenecen. Por ejemplo, los gastos de impresión de adhesivos para colocar en los suministros deberán imputarse a la actividad relacionada con la distribución de dichos suministros.

### **LA ACCIÓN FINANCIADA POR LA UE VA A CONTRIBUIR A CONSTRUIR UN COLEGIO. ¿QUÉ OCURRE CON LAS SEÑALES Y LAS PLACAS CONMEMORATIVAS CONMEMORATIVAS NECESARIAS? ¿PUEDEN INCLUIRSE LOS GASTOS EN EL PRESUPUESTO DEL PROYECTO? ¿QUÉ HAY DE UNA RUEDA DE PRENSA PARA PROMOCIONAR EL PROYECTO?**

Sí, los gastos para requisitos de visibilidad concretos pertinentes para la acción pueden incluirse en el presupuesto del proyecto. En las placas conmemorativas, las señales, así como en otros artículos similares relacionados con la visibilidad siempre deben figurar el emblema de la UE y la declaración de financiación. Los socios no están obligados a organizar eventos/actividades del tipo ruedas de prensa para promocionar la visibilidad de la UE. No obstante, en caso de que un socio decida organizar una rueda de prensa sobre una acción financiada por la UE con sus propios recursos, deberá garantizarse la visibilidad de la UE incorporando el emblema de la UE y la declaración de financiación en todos los materiales que estén asociados a la acción financiada por la UE.

### **¿CÓMO PUEDEN LOS SOCIOS ENCARGADOS DE LA EJECUCIÓN TOMAR FOTOGRAFÍAS/VÍDEOS DEL DESARROLLO DEL PROYECTO SIN PRESUPUESTO PARA ACTIVOS DE COMUNICACIÓN?**

Salvo que estén previstos explícitamente en el marco de la actividad de un proyecto para fines de comunicación, los gastos de un fotógrafo/realizador profesional no deberán incluirse en el presupuesto. Se invita a los socios encargados de la ejecución a que elaboren sus propios materiales.

### **¿CÓMO VA A CONOCER EL PÚBLICO UN PROYECTO SI NO SE DISPONE DE PRESUPUESTO PARA COMUNICACIÓN?**

El objetivo del nuevo enfoque estratégico consiste en garantizar una comunicación más coherente, eficaz y con mayor nivel de impacto, centrada en las prioridades clave de la UE. En caso de que deseen hacerlo, los socios podrán seguir promocionando cada uno de sus proyectos para fines propios (por ejemplo, a través de sus canales de redes sociales, sitios web, publicaciones, etc.). En estos casos, se deberán cumplir los requisitos de visibilidad de la UE.

### **¿QUÉ PASARÁ CON LOS HABITUALES EVENTOS DE FORMALIZACIÓN, LANZAMIENTO Y CIERRE DEL PROYECTO?**

Con las nuevas directrices, solo se tendrán que organizar eventos de formalización, lanzamiento y cierre del proyecto en algunos casos. La pertinencia y el nivel de impacto de un evento de formalización/lanzamiento/cierre de un proyecto concreto deberá determinarse basándose en las propias prioridades y objetivos de comunicación estratégica de la Delegación.

## **CÓMO DEBERÁN LOS PROYECTOS SIN EXPERTOS EN COMUNICACIÓN NI PRESUPUESTO ESPECÍFICO PROPORCIONAR CONTENIDO Y ELEMENTOS VISUALES SI LOS SOLICITA LA UE?**

Si ya existe contenido relacionado con una acción financiada por la UE, los socios están obligados a proporcionarlo a la UE cuando lo solicite. Si aún no existe ese contenido, en proyectos que no dispongan de presupuesto específico para comunicación, los socios encargados de la ejecución deberán hacer todo lo posible para proporcionarlo o contribuir a su elaboración (esto deberá tratarse con la Delegación de la UE o el servicio de la Comisión correspondiente para acordarlo previamente).

## **¿CÓMO PODEMOS TOMAR FOTOGRAFÍAS DEL DESARROLLO DEL PROYECTO CUANDO NO DISPONEMOS DE PRESUPUESTO PARA UN FOTÓGRAFO PROFESIONAL?**

Salvo que estén previstos explícitamente en el marco de la actividad de un proyecto para fines de comunicación, los gastos de un fotógrafo profesional no deberán incluirse en el presupuesto.

# COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA

## ¿QUÉ SIGNIFICA «COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA»?

Este nuevo enfoque está concebido para dejar atrás la comunicación fragmentada y específica del proyecto realizada por cada socio. En su lugar, los fondos para comunicación estratégica se concentrarán a nivel de la Delegación de la UE para una mayor escalabilidad e impacto, siendo el foco principal la realización de campañas y la ampliación del público destinatario. El objetivo será comunicar las ventajas de la oferta de la UE a los países socios, especialmente el impacto transformador de las insignias de la Global Gateway.

## ¿CUÁL ES LA DIFERENCIA ENTRE LAS ACTIVIDADES DE «CONCIENCIACIÓN» Y LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA?

Para alcanzar objetivos específicos del proyecto pueden requerirse determinadas actividades de concienciación. Por ejemplo, un proyecto en el ámbito sanitario en el que uno de los objetivos es el aumento de las tasas de vacunación requerirá, sin duda, actividades diseñadas para llegar a un público destinatario concreto e informarle sobre, por ejemplo, las ventajas de vacunarse, la disponibilidad de las vacunas, dónde pueden vacunarse, etc. Estas actividades deberán estar definidas y diseñadas para alcanzar objetivos específicos del propio proyecto, en lugar de promocionar las prioridades y el impacto de la UE. A efectos del nuevo enfoque, estas actividades, que son intrínsecas a la acción, no se consideran comunicación estratégica. Sin embargo, es importante que estas actividades y contenido estén bien coordinados con los correspondientes servicios de la UE a cargo, con el fin de garantizar el máximo nivel de adecuación e impacto.

## ¿QUIÉN DECIDE SI UN ELEMENTO DE COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA DEBE INCLUIRSE EN UN PROYECTO INDIVIDUAL?

DE manera excepcional, la UE podrá decidir si financiar actividades específicas de comunicación en proyectos/programas individuales. Estos casos se determinarán en función de las prioridades de la UE en el país/región y teniendo en cuenta las prioridades de la Global Gateway. Por lo tanto, deberán ajustarse debidamente a las propias prioridades de comunicación estratégica de la UE. En estos casos excepcionales, los socios encargados de la ejecución deberán incluir la propuesta de actividades de comunicación estratégica en la Descripción de la acción.

## EN CASO DE ACORDARSE ACTIVIDADES DE COMUNICACIÓN, ¿DÓNDE DEBERÍA FIGURAR EL PLAN ESTRATÉGICO EN EL CONVENIO DE CONTRIBUCIÓN?

La propuesta de actividades de comunicación estratégica debe incluirse en la Descripción de la acción. El presupuesto de estas actividades deberá incluirse igualmente en el presupuesto global de la acción. El Plan de Comunicación Estratégica detallado, en el que se desglosan las actividades, los públicos destinatarios, los canales, los plazos, etc., no tendrá que remitirse antes de suscribir el Convenio de Contribución, sino en la fase inicial tras tratarlo con la correspondiente Delegación de la UE y, en caso necesario, con la administración central de la UE.

## **¿QUÉ PORCENTAJE APROXIMADO DEL PRESUPUESTO DEBE DEDICARSE A ACCIONES DE COMUNICACIÓN?**

No hay un porcentaje aproximado ni un rango/máximo de cuantía fija estipulados para la comunicación estratégica. La cuantía deberá determinarse en función de una serie de factores, incluidos los objetivos y el impacto previstos, así como de su adecuación a las prioridades de comunicación estratégica de las propias Delegaciones de la UE. Con independencia del presupuesto dedicado a comunicación estratégica, se recomienda a los socios que asignen entre un 30 % y un 50 % a elaboración de contenidos y entre un 50 % y un 70 % a divulgación.