

MANUAL PARA DAR DE ALTA INDICADORES I+P EN LA PLATAFORMA C2127

En la plataforma de Fondos C2127 hemos habilitado una pestaña para **reportar los indicadores de comunicación** de nuestros programas cofinanciados por fondos europeos.

A continuación, se describe el procedimiento para dar de alta los indicadores y cómo justificar éstos en dicha aplicación.

El enlace de la aplicación es: <https://intranet.camaras.es/pf2127>

Los usuarios de cada Cámaras que tengan permisos para acceder a la aplicación deberán logarse con su usuario y contraseña.

Una vez hayáis accedido a C2127, podéis cargar vuestros indicadores pinchando en el botón “Crear Indicador”, dentro del apartado INDICADORES I+P:



En este periodo se reportarán tres tipos de indicadores:

- ✓ Entradas publicadas en Redes Sociales
- ✓ Publicación en medios
- ✓ Eventos.

La carga de estos indicadores se realizará **semestralmente**.

Entradas publicadas en Redes Sociales

Indicador de realización

Serán consideradas redes sociales a efectos de este indicador: Twitter, LinkedIn, Facebook, YouTube, e Instagram.

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.

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.

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.

Recordad hacer las menciones:

#EuropaSeSiente

@FondosUE_Esp

@Fondos Europeos en España

En la aplicación, tendréis que señalar el Programa Operativo (en el caso de los programas FEDER, sería Programa Plurirregional de España 2021-2027), y el programa cofinanciado en del que vayáis a reportar el indicador.

- **Descripción de actividad:** en este apartado tenéis que detallar la actividad que hayáis llevado a cabo en Redes Sociales. Esto se autocompletará en el apartado título y así podréis verificar que la descripción es correcta. Por ejemplo, en descripción de actividad podríais escribir: “*difusión a través de twitter de la nueva convocatoria de ayudas de Global Pyme*”, y la herramienta autocompletará la acción como: “*La Cámara de Comercio de Málaga. En el marco del Programa Global Pyme, ha realizado difusión a través de twitter de la nueva convocatoria de ayudas de Global pyme. Esta acción figura dentro del Programa Pluriregional de España 2021-2027, cofinanciado con Fondos Europeos*”.

Programa Operativo	Programa
EMPLEO JUVENIL	PLAN CAPACITACION
Indicador	
COI01 ENTRADAS PUBLICADAS EN REDES SOCIALES	
Descripción Actividad	
REALIZACIÓN	
Fecha Realización	Montante (€)
Título	
La Cámara de Comercio de MÁLAGA en el marco del programa PLAN CAPACITACION ha realizado DESCRPCIÓN ACTIVIDAD. Esta acción figura dentro del programa operativo EMPLEO JUVENIL cofinanciada con Fondos Europeos.	

- **Fecha de realización:** Fecha de realización de la acción
- **Montante:** Será posible imputar un **coste nocional** a una entrada, cuando se haya incurrido en un coste necesario para la realización de la misma.

En el caso de los perfiles institucionales en redes, será posible imputar un coste nocional a cada entrada, que se estimará como el cociente entre el coste semestral total asociado a la gestión del perfil donde se publica la entrada, y el número total de entradas de dicho perfil por semestre (incluyendo aquellas no relacionadas con fondos europeos).

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, que se estimará como el cociente entre el coste de realización de dicho material y el número de redes o medios en que se haya publicado.

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 será posible imputar un coste nulo a una entrada.

- **Documentación Evidencia:** Donde podéis adjuntar el documento con la evidencia de la publicación.

Indicador de resultado (receptores de entradas en Redes Sociales)

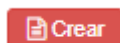
- **Valor de resultados:** Este indicador pretende servir de métrica del alcance de las entradas en redes sociales, esto es, que tengan por objeto informar sobre proyectos, logros o cualquier elemento relevante relacionado con el programa o programas, y que hayan sido publicadas por los perfiles institucionales de beneficiarios y organismos involucrados en la gestión y, en su caso, de los perfiles de altos cargos de los mismos.

Su contabilización se realizará en base a las entradas en redes recogidas. El número de receptores de cada una de ellas se tratará de aproximar por la suma del número de reacciones e interacciones –likes, recomendar, comentarios, retuits, enviados, compartidos, guardados, y similares-.

En caso de que la entrada en redes incluya material de comunicación respecto al que la red ofrezca una cuantificación del número de reproducciones o descargas, se podrá adicionar este número a la suma del número de reacciones e interacciones.

- **Fecha valor de los resultados:** Fecha en el que se reporta el indicador

Una vez completados los campos ya podemos crear el indicador:



Actuaciones en medios

Indicador de realización

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.

Por medios de comunicación se entiende, entre otros: radio, televisión, prensa, internet, publicaciones en papel, cartelería (cuya elaboración no responda a una obligación reglamentaria).

Los tipos de actuaciones en medios podrán ser, entre otros: noticias, entrevistas, reportajes, publirreportajes, anuncios, podcasts, cuñas, newsletters.

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.

En el caso de campañas 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.

- **Descripción de actividad:** en este apartado tenéis que detallar la actividad que hayáis llevado a cabo especificando el medio, esto se autocompletará en el apartado título y así podréis verificar que la descripción es correcta. Por ejemplo, en descripción de actividad podríais escribir: *“Reportaje en la Opinión de Málaga sobre la importancia de la internacionalización en España”* y la herramienta autocompletará la acción como: *“La Cámara de Comercio de Málaga en el marco del Programa Global Pyme ha realizado un reportaje en la Opinión de Málaga sobre la importancia de la internacionalización en España. Está acción figura dentro del Programa Operativo Pluri regional de España cofinanciada con Fondos Europeos”*.
- **Fecha de realización:** Fecha de realización de la acción
- **Montante:** Será posible imputar un **coste nocional** a una actuación, cuando se haya incurrido en un coste necesario para la realización de la misma.

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, que se estimará como el cociente entre su coste de realización y el número de redes o medios en que se haya publicado.

Siempre será posible imputar un coste nulo a una actuación.

- **Documentación Evidencia:** Donde podéis adjuntar el documento con la evidencia de la publicación.

Indicador de resultado (receptores de actuaciones en medios)

- **Valor de resultados:** 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 –noticias, entrevistas, reportajes, publirreportajes, anuncios, podcasts, cuñas, newsletters.

Su contabilización se realizará en base a las actuaciones en medios recogidas.

Respecto a cada una de las actuaciones en medios recogidas, se tratará de aproximar el número de receptores, 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 (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 los receptores que visualicen en diferido actuaciones que se emitieron en directo (entrevistas, reportajes, etc.).

- **Fecha valor de los resultados:** Fecha en el que se reporta el indicador

Una vez completados los campos ya podemos crear el indicador:

 Crear

Eventos

Indicador de realización

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 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.-.

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.

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.

De igual modo, será imprescindible que el evento cumpla alguna de las siguientes condiciones:

- 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 50% del coste de la organización del evento); o 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).
- **Descripción de la actividad:** en este apartado tenéis que detallar la actividad que hayáis llevado a cabo, esto se autocompletará en el apartado título y así podréis verificar que la descripción es correcta. Por ejemplo, en descripción de actividad podríais escribir: “Feria de empleo en Málaga” y la herramienta autocompletará la acción como: “La Cámara de Comercio de Málaga en el marco

del Programa Talento Joven ha realizado una Feria de empleo en Málaga. Esta acción figura dentro del Programa Operativo de Empleo Juvenil cofinanciada con Fondos Europeos”.

- **Fecha de realización:** Fecha de realización de la acción.
- **Montante:** Será posible imputar un **coste nominal** o **real** a un evento, cuando se haya incurrido en un coste necesario para la organización o, en su caso, participación en el mismo.

Según el caso:

- 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 con 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.
- Cuando la organización del evento incluya la realización de material de comunicación (posters, merchandising, roll-ups, creación de material audiovisual, impresión, etc.), se podrá imputar al evento el coste en que se haya incurrido para la realización de los mismos.
- No se contabilizarán como imputables a un evento costes como los gastos de desplazamiento, dietas o similares.
- Siempre será posible imputar un coste nulo a una actuación. Cuando un mismo evento (con idéntico o muy similar programa) se celebre en más de una ocasión con objeto de maximizar su difusión y la audiencia sea distinta en cada una de las ocasiones en que se celebra (por ejemplo, dos ediciones de un mismo seminario o curso de formación), éste podrá contabilizarse como un evento adicional tantas veces como se celebre.

- 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 bajo el indicador de cada uno de estos programas.
- Cuando un evento se contabilice bajo el indicador de 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).
- No se imputará al evento coste alguno relacionado con la realización de material de comunicación (videos, infografías, publicaciones, etc.) cuya realización haya corrido a cargo del beneficiario o del organismo involucrado en la gestión, cuando este material haya sido objeto de publicación con anterioridad en redes o medios –y su coste imputado a una entrada publicada en redes sociales o una actuación en medios, recogidas en los indicadores Publicación en Redes y Medios, respectivamente-. Del mismo modo, si el coste de un material de comunicación de un evento se ha contabilizado en realización de eventos y luego se publica en redes no se podrá imputar el coste a publicación en Redes Sociales.

Indicador de resultado (asistentes a eventos)

- **Valor de resultados:** 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.-.

Su contabilización se realizará en base a los eventos celebrados recogidos en el indicador CO03, registrando el número de asistentes (presenciales y virtuales, en directo y en diferido), o la mejor estimación posible de los asistentes en caso de actos en vía pública o al aire libre donde no exista un control de acceso.

Según el caso:

- 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.
- 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 del evento (partiendo de un mínimo del 25% en tiempo de la agenda programada) que tenga como elemento central los fondos europeos en relación con la duración total del programa.

- 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): 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. Por ejemplo, podría ser 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%).

- **Fecha valor de los resultados:** Fecha en el que se reporta el indicador

Una vez completados los campos ya podemos crear el indicador

