

ACTUACIONES PRTR-MRR

Guía sobre obligaciones de comunicación, publicidad y difusión de las actuaciones incluidas en programas ejecutados por Turisme Comunitat Valenciana en el marco del PRTR-MRR

CONTENIDO

1. OBJETO Y ALCANCE	4
2. MARCO NORMATIVO	5
3. EMBLEMAS, LOGOTIPOS Y MARCAS OBLIGATORIOS	9
4. CONCRECIÓN DE LAS OBLIGACIONES	10
4.1. Instrumentos jurídicos	10
4.2. Carteles	11
4.3. Actividades de comunicación	13
4.4. Vehículos y cargadores eléctricos	14
4.5. Servicios de atención ciudadana, formación y similares	14
4.6. Seminarios y actividades similares	15
4.7. Página web y aplicación informáticas	15
4.8. Redes Sociales.....	16
4.9. Merchandising	17
4.10. Buenas prácticas para la comunicación	17
5. VERIFICACIÓN DEL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES DE COMUNICACIÓN, DIFUSIÓN Y PUBLICIDAD	18
6. SUBSANACIÓN DE DEFICIENCIAS	21
7. ACTIVIDADES REALIZADAS PREVIA APROBACIÓN DEL PRTR	22
8. DESIGNACIÓN DE RESPONSABLE DE COMUNICACIÓN	22
9. SUPERVISIÓN DE PERCEPTOR FINAL DE FONDOS	23
10. DIRECCIONES Y ENLACES DE INTERÉS	24

HISTORIAL DE VERSIONES Y MODIFICACIONES

VERSIÓN	FECHA	ELABORADO POR	MODIFICACIONES INTRODUCIDAS
1	JULIO 2023	TURISME COMUNITAT VALENCIANA	Versión inicial
2	NOVIEMBRE 2023	TURISME COMUNITAT VALENCIANA	Modificaciones según el Manual de Comunicación facilitado por MINCOTUR
3	FEBRERO 2024	TURISME COMUNITAT VALENCIANA	<ul style="list-style-type: none"> • Modificaciones según el Manual de Comunicación para Gestores y Beneficiarios del Plan de Recuperación, transformación y Resiliencia (actualización febrero 2024) de la Secretaría General de Fondos Europeos del Ministerio de Hacienda y Función Pública. • Actualización logo Ministerio de Industria y Turismo • Se incluye apartado relativo a vehículos eléctricos, servicios de atención ciudadana/formación, pruebas documentales, subsanación de deficiencias, designación responsable de comunicación, supervisión de perceptores finales.
4	AGOSTO 2024	TURISME COMUNITAT VALENCIANA	<ul style="list-style-type: none"> • Se incluye la referencia a los programas “Plan de Competencias Digitales en Turismo (C19.I03)” y “Plan de Sostenibilidad Social del Turismo (C14.I01.S03)” en el apartado 1. • Se incorpora la referencia al Manual de identidad corporativa de GVANEXT en el apartado 2. • Se añade el enlace de descarga de la lista de logotipos y emblemas a utilizar en el marco de los programas coordinados por Turisme Comunitat Valenciana, disponible en formato editable. • En el apartado 4.2, se diferencian las tipologías de carteles según su permanencia: carteles temporales por un lado y carteles permanentes por otro. • Se elimina el apartado 4.6, Campañas de publicidad, para evitar la reiteración de contenido reflejado en el apartado 4.3. • Se elimina el apartado 4.9, Pruebas documentales. En su lugar, se crea un nuevo apartado 5 titulado Verificación del cumplimiento de las obligaciones de comunicación, difusión y publicidad. Este nuevo apartado incluye un cuadro de seguimiento para asegurar su cumplimiento, la necesidad de incluir todas las evidencias documentales correspondientes en CoFFEE y la referencia a las variables de verificación dispuestas en la Guía del Plan de Control para la gestión de los fondos del PRTR (Versión 1, febrero de 2023). • Se incorporan ilustraciones y ejemplos para facilitar el cumplimiento de las obligaciones de comunicación.
5	NOVIEMBRE 2024	TURISME COMUNITAT VALENCIANA	<ul style="list-style-type: none"> • Actualización de logotipo de la Generalitat Valenciana en encabezados y elementos gráficos recogidos en la Guía.
6	ENERO 2025	TURISME COMUNITAT VALENCIANA	<ul style="list-style-type: none"> • Mejora de la maquetación y diseño de la guía • Actualización del marco normativo ajustado a las nuevas modificaciones de la comisión europea.

			<ul style="list-style-type: none">• Incorporación de nuevos apartados. (4.8 redes sociales, 4.9 Merchandising, 4.10 buenas prácticas de comunicación, 7. Actividades realizadas previa aprobación del PRTR).
--	--	--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

1. OBJETO Y ALCANCE

Toda comunicación referida al Mecanismo de Recuperación y Resiliencia (en adelante, MRR) y, concretamente, al Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (en adelante, PRTR), adquiere una mayor relevancia debido a las acciones de comunicación de obligado cumplimiento recogidas en los diferentes instrumentos jurídicos de carácter europeo y nacional.

En este sentido, la Guía sobre obligaciones de comunicación, publicidad y difusión de las actuaciones incluidas en programas ejecutados por Turisme Comunitat Valenciana en el marco del PRTR-MRR (en adelante, Guía) tiene como objeto informar acerca de las obligaciones que establece la normativa aplicable en materia de comunicación, publicidad y difusión de las actuaciones financiadas con cargo al PRTR en el marco del MRR financiadas con fondos Next GenerationEU.

Turisme Comunitat Valenciana, como entidad instrumental de la Conselleria de Innovación, Industria, Comercio y Turismo, es la entidad encargada en coordinar diferentes programas liderados por el Ministerio de Industria y Turismo a través de la Secretaría de Estado de Turismo los cuales están financiados en su totalidad a cargo de los fondos provenientes del MRR:

- FINANCIACIÓN DE PROYECTOS DE EFICIENCIA ENERGÉTICA Y ECONOMÍA CIRCULAR EN EMPRESAS TURÍSTICAS: dirigido a empresas del sector turístico.
- FINANCIACIÓN DE PROYECTOS SOSTENIBLES DE MANTENIMIENTO Y REHABILITACIÓN DEL PATRIMONIO HISTÓRICO CON USO TURÍSTICO: dirigido a entidades locales y comunidades autónomas.
- PROGRAMA EXTRAORDINARIO DE PLANES DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA EN DESTINOS 2021-2023: dirigido a entidades locales y comunidades autónomas.
- PLAN DE COMPETENCIAS DIGITALES EN TURISMO: dirigido a trabajadores de pymes relacionadas con el sector turístico.
- PLAN DE SOSTENIBILIDAD SOCIAL DEL TURISMO: dirigido a asociaciones, empresas y/o agentes sociales relacionados con el sector turístico.

El contenido de esta Guía es orientativo y no tiene un carácter exhaustivo, y trata de recoger, de una manera homogénea y clara, aquellos aspectos más relevantes de las acciones de comunicación relacionadas con el PRTR. Está basado en normas jurídicas y otros documentos que se citan en el texto. La Comisión Europea es el organismo competente para mostrar la conformidad final con las actuaciones relacionadas con el PRTR.

2. MARCO NORMATIVO

Las obligaciones de comunicación se encuentran recogidas en el **artículo 34 del Reglamento (UE) 2021/241 del Parlamento Europeo y del Consejo**, de 12 de febrero, por el que se establece el Mecanismo de Recuperación y Resiliencia, en el **artículo 10 del Acuerdo de Financiación entre la Comisión y el Reino de España** y en el **artículo 9 de la Orden HFP/1030/2021**, de 29 de septiembre, por la que se configura el sistema de gestión del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia.

A continuación, figuran las principales referencias:

- [Reglamento \(UE\) 2021/241, de 12 de febrero, por el que se establece el Mecanismo de Recuperación y Resiliencia](#) (art. 34).
- [Normas de comunicación y visibilidad de la Comisión Europea](#)
- [Manual de Identidad Visual del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia](#).
- [Manual de comunicación para gestores y beneficiarios de los fondos del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia](#) y [documento de FAQ](#) sobre las acciones de comunicación de obligado cumplimiento, ambos elaborados por la Secretaría General de Fondos Europeos del Ministerio de Hacienda y Función Pública.
- [Manual de identidad corporativa de GVANEXT](#).

El documento **Normas de comunicación y visibilidad de la Comisión Europea** establece "diez maneras en que los beneficiarios de la financiación de la UE deben comunicar y garantizar la visibilidad de la financiación de la UE":

- Todos los perceptores de fondos de la UE tienen la obligación general de reconocer el origen y garantizar la visibilidad de la financiación de la UE recibida.
- Vincularla a las prioridades de la UE.
- Participar en actividades de comunicación específicas (según el programa).
- Mostrar el emblema de la UE de forma correcta y destacada.
- Mostrar una declaración de financiación sencilla, mencionando la ayuda de la UE.
- Utilizar información precisa.
- Involucrar a la autoridad que concede la ayuda de la UE en la comunicación (según el programa).
- En general, los gastos de comunicación y visibilidad cuentan entre los gastos subvencionables.
- Conceder a la UE el derecho a utilizar el material de comunicación.
- Esperar reducciones financieras en caso de incumplimiento de las obligaciones contractuales.

Todos los instrumentos jurídicos, administrativos, publicitarios o de difusión relativos a la gestión del PRTR deben recoger de forma clara las prescripciones allí establecidas.

Estas obligaciones de comunicación lo son tanto **para las entidades decisoras como ejecutoras e instrumentales** del PRTR.

El incumplimiento de las obligaciones de comunicación, tanto en lo que se refiere a los aspectos vinculados al cumplimiento de hitos y objetivos, como a cualquier otro elemento recogido en la

regulación antes mencionada, **podría concluir en el inicio de un procedimiento de reintegro**, de acuerdo con lo establecido en el artículo 37.4 y 5 del RDL 36/2020.

En relación con lo anterior, es importante que las entidades gestoras conserven pruebas documentales de las obligaciones de comunicación: fotografías, capturas de pantalla, etc. que se puedan aportar a la hora de certificar el cumplimiento de estas obligaciones.

A continuación, se detallan los artículos concretos de las obligaciones de comunicación:

REGLAMENTO (UE) 2021/241 DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO, DE 12 DE FEBRERO DE 2021, POR EL QUE SE ESTABLECE EL MECANISMO DE RECUPERACIÓN Y RESILIENCIA.

Artículo 34. Información, comunicación y publicidad.

1. La Comisión podrá emprender actividades de comunicación para garantizar la visibilidad de la financiación de la Unión para la ayuda financiera prevista en el correspondiente plan de recuperación y resiliencia, por ejemplo, mediante actividades de comunicación conjuntas con las autoridades nacionales de que se trate. La Comisión podrá garantizar, en su caso, que la ayuda prestada en el marco del Mecanismo se comunique y conste en una declaración de financiación.
2. Los perceptores de fondos de la Unión harán mención del origen de esta financiación y velarán por darle visibilidad, incluido, cuando proceda, mediante el emblema de la Unión y una declaración de financiación adecuada que indique «financiado por la Unión Europea - NextGenerationEU», en particular cuando promuevan las acciones y sus resultados, facilitando información coherente, efectiva y proporcionada dirigida a múltiples destinatarios, incluidos los medios de comunicación y el público.
3. La Comisión llevará a cabo acciones de información y comunicación en relación con el Mecanismo, con las acciones tomadas en virtud del Mecanismo y con los resultados obtenidos. Cuando proceda, la Comisión informará a las oficinas de representación del Parlamento Europeo de sus acciones y hará que participen en ellas. Los recursos financieros asignados al Mecanismo también contribuirán a la comunicación institucional de las prioridades políticas de la Unión, en la medida en que estén relacionadas con los objetivos mencionados en el art 4 de dicho reglamento.

ACUERDO DE FINANCIACIÓN ENTRE ESPAÑA Y LA COMISIÓN EUROPEA.

Artículo 10. Publicación de información, visibilidad de la financiación de la Unión y derecho de uso.

1. Sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 34 del Reglamento sobre el MRR, la información, comunicación y publicidad de los Estados miembros para la financiación en la aplicación del MRR será, como mínimo, del mismo nivel que la exigida por las normas del Estado miembro para la financiación pública sin contribuciones del presupuesto de la Unión.
2. Para respetar las obligaciones que le impone el apartado 2 del artículo 34 del Reglamento sobre el MRR, y en particular para garantizar el suministro de una información específica coherente, eficaz y proporcionada a múltiples audiencias, incluidos los medios de comunicación y el público, el Estado miembro deberá:
 - a. Contar con una estrategia a nivel de Estado miembro para dar a conocer y garantizar el reconocimiento de la contribución del MRR a la recuperación de Europa y, en particular, a la doble transición ecológica y digital.

- b. Cuando proceda, exhibir correctamente y de forma destacada en todas las actividades de comunicación a nivel de proyecto y de Estado miembro el emblema de la UE con una declaración de financiación adecuada que diga (traducida a las lenguas locales cuando proceda) "financiado por la Unión Europea - NextGenerationEU".
 - c. Establecer y mantener un espacio web único que proporcione información sobre el PRTR y los proyectos relacionados y comunicar el enlace web específico a la Comisión.
 - d. Garantizar que los perceptores finales de la financiación de la Unión en el marco del MRR reconozcan el origen y garanticen la visibilidad de la financiación de la Unión.
3. Cuando se muestre en asociación con otro logotipo, el emblema de la Unión Europea debe mostrarse de forma al menos tan prominente y visible como los otros logotipos. El emblema debe permanecer distinto y separado y no puede modificarse añadiendo otras marcas visuales, marcas o texto. Aparte del emblema, no podrá utilizarse ninguna otra identidad visual o logotipo para destacar el apoyo de la UE.
 4. Toda actividad de comunicación o difusión relacionada con el PRTR y realizada por el Estado miembro, en cualquier forma y por cualquier medio, deberá utilizar información fidedigna.
 5. Cuando proceda, el Estado miembro indicará la siguiente cláusula de exención de responsabilidad (traducida a las lenguas locales, si procede): "Financiado por la Unión Europea - NextGenerationEU". Sin embargo, los puntos de vista y las opiniones expresadas son únicamente los del autor o autores y no reflejan necesariamente los de la Unión Europea o la Comisión Europea. Ni la Unión Europea ni la Comisión Europea son responsables de ellas".
 6. El Estado miembro concede a la Comisión el derecho a utilizar gratuitamente el material de comunicación relativo al PRTR.

ORDEN HFP/1030/2021, DE 29 DE SEPTIEMBRE, POR LA QUE SE CONFIGURA EL SISTEMA DE GESTIÓN DEL PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA.

Artículo 9. Comunicación.

1. Las actuaciones de comunicación relacionadas con la ejecución del Plan incorporarán el logo oficial del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia del Reino de España, en los términos que se comuniquen por la Autoridad Responsable. En todo caso, se tomará en consideración lo dispuesto en el artículo 10 del Acuerdo de Financiación entre la Comisión Europea y el Reino de España, por el que se concreta el marco en relación con la publicación de información, visibilidad de la financiación de la Unión y derecho de uso, en los términos que se recogen en los siguientes apartados.
2. Sin perjuicio de lo dispuesto en el apartado 2 del artículo 34 del Reglamento del Mecanismo, la información, la comunicación y la publicidad de los Estados miembros en relación con la financiación en aplicación del mismo serán, como mínimo, del mismo nivel que el exigido por las normas del Estado miembro para la financiación pública sin contribuciones del presupuesto de la Unión.
3. Con el fin de respetar sus obligaciones en virtud del artículo 34, apartado 2, del Reglamento del Mecanismo, y en particular para garantizar el suministro de información

específica coherente, eficaz y proporcionada a múltiples audiencias, incluidos los medios de comunicación y el público, el Estado miembro deberá:

- a. Disponer de una estrategia a nivel de Estado miembro para dar a conocer y garantizar el reconocimiento de la contribución del MRR a la recuperación de Europa y, en particular, a la doble transición ecológica y digital.
 - b. Para el adecuado cumplimiento de lo previsto en el artículo 10 del Acuerdo de Financiación, en todos los proyectos y subproyectos que se desarrollen en ejecución del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia deberá exhibirse de forma correcta y destacada el emblema de la UE con una declaración de financiación adecuada que diga (traducida a las lenguas locales cuando proceda) "financiado por la Unión Europea - NextGenerationEU", junto al logo del PRTR. Del mismo modo, todas las convocatorias, licitaciones, convenios y resto de instrumentos jurídicos, que se desarrollen en este ámbito, deberán contener tanto en su encabezamiento como en su cuerpo de desarrollo la siguiente referencia «Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia - Financiado por la Unión Europea – NextGenerationEU».
 - c. Establecer y mantener un espacio web único que proporcione información sobre el MRR y los proyectos relacionados y comunicar el enlace web específico a la Comisión.
 - d. Garantizar que los destinatarios finales de la financiación de la Unión en el marco del MRR reconozcan el origen y garanticen la visibilidad de la financiación de la Unión.
4. Cuando se muestre en asociación con otro logotipo, el emblema de la Unión Europea deberá mostrarse al menos de forma tan prominente y visible como los otros logotipos. El emblema debe permanecer distinto y separado y no puede modificarse añadiendo otras marcas visuales, marcas o texto. Aparte del emblema, no podrá utilizarse ninguna otra identidad visual o logotipo para destacar el apoyo de la UE.
 5. Cualquier actividad de comunicación o difusión relacionada con el MRR y realizada por el Estado miembro, en cualquier forma y por cualquier medio, deberá utilizar información fidedigna.
 6. Cuando proceda, se indicará la siguiente cláusula de exención de responsabilidad (traducida a las lenguas locales, si procede): «Financiado por la Unión Europea - NextGenerationEU». Sin embargo, los puntos de vista y las opiniones expresadas son únicamente los del autor o autores y no reflejan necesariamente los de la Unión Europea o la Comisión Europea. Ni la Unión Europea ni la Comisión Europea pueden ser consideradas responsables de las mismas.
 7. El Estado miembro concede a la Comisión el derecho a utilizar gratuitamente los materiales de comunicación relativos al MRR.
 8. Así mismo, con el fin de asegurar una adecuada comunicación y transparencia, las Entidades ejecutoras deberán proporcionar información, a través de los mecanismos que a tal efecto se establezcan, sobre la publicación de cualquier convocatoria de ayuda o procedimiento de licitación para su inclusión en la página web gestionada por la Autoridad Responsable.

3. **EMBLEMAS, LOGOTIPOS Y MARCAS OBLIGATORIOS**

Las obligaciones de comunicación afectan a los instrumentos jurídicos administrativos (convocatorias de subvenciones, licitaciones de contratos, convenios, etc.), publicitarios o de difusión que se utilicen en los subproyectos mencionados, con el fin de “*garantizar que los destinatarios finales de la financiación de la Unión en el marco del MRR reconozcan el origen y garanticen la visibilidad de la financiación de la Unión*”¹.

Turisme Comunitat Valenciana, las entidades locales ejecutoras de Subproyectos anidados a los de ésta (incluidos sus entes instrumentales) y los perceptores finales de los fondos (contratistas, subcontratistas o beneficiarios finales) en la documentación relativa a sus respectivos Subproyectos y Actuaciones deben hacer mención del origen de esta financiación y velar por su visibilidad, por lo que se debe añadir el logo de la Unión Europea (en adelante, UE) y la frase “*Financiado por la Unión Europea - NextGenerationEU*”. Además, se deberán incorporar los distintivos del PRTR del Reino de España, de la Generalitat Valenciana - GVANEXT (haciendo uso del manual de marca de GVANEXT aprobado para la comunicación de todas las actuaciones financiadas con fondos MRR en el marco de la GVA) de Turisme Comunitat Valenciana y de la entidad ejecutora.

A continuación, se muestra la distribución emblemas en el orden correcto, los cuales están disponibles para su descarga en formato editable en el siguiente enlace: https://www.turisme.gva.es/opencms/opencms/turisme/es/contents/planificacion/logotipos_MRR_TCV.html

Versión en castellano:



Versión en valenciano:



La tipografía principal para usar en todas y cada una de las comunicaciones sobre el PRTR es **Gotham**. En casos excepcionales en los que no se encuentre disponible la tipografía Gotham, se puede usar como primera alternativa la fuente **Helvética**.

De forma complementaria a estas obligaciones, se requiere prestar atención en las obligaciones que se establezcan en las bases reguladoras de cada convocatoria o instrumento jurídico de aplicación.

¹ Orden 1030/2021, de 29 de septiembre, en el artículo 9.

4. CONCRECIÓN DE LAS OBLIGACIONES

4.1. Instrumentos jurídicos

En el artículo 9.3.b de la Orden HFP/1030/2021, de 29 de septiembre, se señala que:

“...Todas las convocatorias, licitaciones, convenios y resto de instrumentos jurídicos, que se desarrollen en este ámbito, deberán contener tanto en su encabezamiento como en su cuerpo de desarrollo la siguiente referencia: Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia - Financiado por la Unión Europea – NextGenerationEU”.

En este caso es preciso aclarar que cuando se menciona la referencia «Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia - Financiado por la Unión Europea – NextGenerationEU» no se trata de colocar el logotipo o emblema, sino el formato texto. No obstante, se recomienda también utilizar los logotipos en la portada o cabecera de los respectivos documentos



En este sentido, la obligación de incorporar el conjunto de logos y contener la frase: “Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia - Financiado por la Unión Europea – NextGenerationEU” en el encabezamiento y en su cuerpo, aplica a los siguientes documentos:

Convocatorias de ayudas	Encargos a medios propios	Contratos administrativos
Formularios de solicitudes de ayudas	Trabajos presentados por el receptor final	Pliegos de cláusulas administrativas y de prescripciones técnicas
Notificaciones de concesión	Convenios de colaboración	Anuncios de licitación

La normativa establece una excepción para las **facturas y las Declaraciones de Ausencia de Conflicto de Interés** (en adelante, DACI). No será obligatorio incluir los logotipos del PRTR en el encabezado de estos documentos.

ESPECIFICIDADES EN MATERIA DE CONTRATACIÓN

En relación con las obligaciones de comunicación referidas a la contratación pública, se recomienda seguir la instrucción 23/12/2021 de la Junta Consultiva de Contratación del Estado:

<https://www.hacienda.gob.es/DGPatrimonio/junta%20consultiva/informes/informes2021/2021-075instruccionprtr.pdf>

COMUNICACIÓN DE CONVOCATORIAS Y LICITACIONES

En el artículo 9.8 de la Orden HFP/1030/2021, de 29 de septiembre, por la que se configura el sistema de gestión del PRTR se señala que, *“con el fin de asegurar una adecuada comunicación y transparencia, las Entidades ejecutoras deberán proporcionar información, a través de los mecanismos que a tal efecto se establezcan, sobre la publicación de cualquier convocatoria de ayuda o procedimiento de licitación para su inclusión en la página web gestionada por la Autoridad Responsable”*.

En este sentido, la información sobre las convocatorias y licitaciones publicadas se deben remitir al correo de comunicación de la Autoridad Responsable: planderecuperacion@comunicacion.presidencia.gob.es

Por tanto, se recuerda la importancia de facilitar esta información para poder referenciar las convocatorias y licitaciones en el portal web <https://planderecuperacion.gob.es/>

4.2. Carteles

El Reglamento (UE) 2021/241, de 12 de febrero, y el Acuerdo de Financiación permite un amplio margen para utilizar los distintos elementos que den visibilidad a los proyectos del PRTR. La colocación de carteles es una buena opción para cumplir con las obligaciones de comunicación. En este sentido, en el PRTR no se hace distinción entre obras e intervenciones en función del importe de su coste, criterio que sí se venía utilizando en las obligaciones de comunicación de los Fondos Estructurales.

Se recomienda **siempre colocar el cartel o la placa en un lugar lo más visible posible dentro del proyecto** financiado para llegar al mayor número de ciudadanos

Se deben colocar carteles o placas de un **tamaño razonable y proporcionado**, no existiendo un tamaño mínimo obligatorio, quedando en manos de la entidad ejecutora o instrumental el tamaño que más convenga para procurar la mayor visibilidad posible del mismo.

Cuando los perceptores sean personas físicas y la ejecución se realice en espacios de carácter particular, se sugiere utilizar carteles más pequeños (**A5 o A4**), que muestren siempre los logos obligatorios, tal y como recoge el documento [Normas de comunicación y visibilidad de la Comisión Europea](#).

El cartel informativo deberá contener, al menos, la siguiente información:

- Nombre del beneficiario (persona jurídica).
- Nombre del proyecto/operación.
- Plazo (optativo).
- Presupuesto (optativo).
- Logos: los indicados en el apartado 3 de esta Guía:
 - Que ocupen **al menos un 25%** de la superficie del cartel o la placa.
 - Que se ubiquen en la **franja superior o inferior** del cartel o la placa. Cuando los beneficiarios sean personas físicas y la ejecución se realice en espacios de carácter

particular, se sugiere utilizar carteles más pequeños, al menos de tamaño A3, que muestren siempre los logos obligatorios.

En cuanto a la tipología de carteles, se distinguen dos en función de su **permanencia**:

- **Carteles temporales:** se recomienda principalmente en operaciones que consistan en la compra de un objeto físico, la financiación de una infraestructura o trabajos de construcción/rehabilitación. En este caso, durante el periodo de ejecución de toda la operación, el beneficiario deberá colocar un cartel temporal de tamaño significativo en el mismo enclave de las actuaciones y en un lugar bien visible para el público, con el contenido y características que se indican en el punto anterior. Como se ha indicado, no hay tamaño mínimo, pero se recomienda que sea tamaño A3 o superior.
- **Carteles permanentes:** una vez finalizada la obra se colocará un cartel permanente (formato placa o similar), también con el contenido y características mencionados. En cuanto al periodo de tiempo, debe estar instalada en un plazo de tres meses a partir de la conclusión de la operación y permanecen durante el período de tiempo en que el objeto físico, la infraestructura o la construcción pertinentes existan físicamente y se utilicen para el fin para el que se financiaron.

EJEMPLO:

Ejemplo de cartel temporal:

Titulo: **Espacio para creatividad**

Contenido:

- Nombre del beneficiario (persona jurídica).
- Nombre del proyecto/operación.
- Plazo (optativo).
- Presupuesto (optativo).

Logos: Financiación por la Unión Europea, MINISTERIO DE INDUSTRIA Y TURISMO, Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, GENERALITAT VALENCIANA, GVA NEXT, TURISME.

Nota: Espacio para logotipos de otras entidades y organizaciones colaboradoras.

Ejemplo de cartel permanente:

Logos: Financiación por la Unión Europea, MINISTERIO DE INDUSTRIA Y TURISMO, Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, GENERALITAT VALENCIANA, GVA NEXT, TURISME.

ESPACIO PARA INCLUIR INFOGRAFIA/PLANO	NOMBRE DE OBRA
	Dirección General de Carreteras.
	Descripción y objetivos: → Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore. → Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh → Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh → Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh
	Importe de adjudicación (con IVA): XX,XX millones de euros

NOMBRE DEL PROYECTO/OBRA

Promotor:
Lorem ipsum dolor sit amet

Descripción de la obra y objetivos:

- Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore
- Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit
- Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit
- Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit

Arquitecto/a:
Lorem ipsum dolor sit amet

Dirección facultativa:
Lorem ipsum dolor sit amet

Dirección de ejecución:
Lorem ipsum dolor sit amet

Empresa constructora:
Lorem ipsum dolor sit amet

Plazo de obra:
Lorem ipsum dolor sit amet

Presupuesto de obra:
Lorem ipsum dolor sit amet

AYUDA OBTENIDA

Programa 3: Ayuda a las actuaciones de rehabilitación a nivel de edificio

Logos de financiación: #Iniciativa por la Unión Europea, MINISTERIO DE INDUSTRIA Y TURISMO, Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, GENERALITAT VALENCIANA, GVANEXT, TURISME

4.3. Actividades de comunicación

En la difusión a través de notas de prensa y otros contenidos audiovisuales de actuaciones financiadas con fondos PRTR (información sobre proyectos concretos, licitaciones, convocatorias, adjudicaciones...) se incluirá una referencia al origen europeo de los fondos, al programa Next GenerationEU, y deberán figurar los logotipos y emblemas indicados en el apartado 3 de esta Guía.

Las cuñas radiofónicas deberán contener el siguiente mensaje (cuya parte final se podrá adaptar en función de la entidad responsable de la actividad): *“Financiado por la Unión Europea - Next Generation – Plan de Recuperación - Ministerio competente - Gobierno de España”* o una opción más corta eliminando de la locución el nombre del ministerio correspondiente

En redes sociales es recomendable que todos los mensajes que se publiquen relacionados con subproyectos del PRTR incluyan la etiqueta #PlandeRecuperación y, en la medida de lo posible, el del #NextGenerationEU. Las cartelas, infografías, GIF o vídeos asociados deben incorporar el conjunto de logos y la declaración *“financiado por la Unión Europea – NextGenerationEU”*.

El material audiovisual que se realice deberá incluir todos los logos al principio, en la parte de financiación y cofinanciación. En caso de se produzcan DVD/CD, esa información deberá aparecer también en la carátula del disco DVD/CD y en su interior, así como en el propio anuncio o película y/o en la web de promoción. Las actividades de comunicación de los perceptores y las actividades de difusión deberán reconocer el apoyo de la UE y mostrar la bandera europea (emblema) y la declaración de financiación.

4.4. Vehículos y cargadores eléctricos

En este caso se recomienda seguir lo establecido para el Plan Moves III del IDEA:

<https://www.idae.es/ayudas-y-financiacion/para-movilidad-y-vehiculos/programa-moves-iii>

ESPECIFICACIONES:

- Al menos se deberá de colocar un cartel informativo (con el contenido indicado en el apartado anterior) sobre el proyecto de un tamaño mínimo A3 en las instalaciones de los vehículos o de los cargadores eléctricos.
- En referencia al serigrafiado de los logos, será necesario realizarlo en vehículos de titularidad pública, por el contrario, no será obligatorio en vehículos particulares.

EJEMPLO:



Fuente: Manual de Comunicación para gestores y beneficiarios del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (pág. 13).

4.5. Servicios de atención ciudadana, formación y similares

Se considera adecuado colocar un cartel (se recomienda un tamaño mínimo A3) con información sobre el proyecto (con el contenido indicado anteriormente) en un lugar bien destacado del espacio donde se ubique el servicio (por ejemplo, a la entrada del edificio, en ventanilla y en la/s sala/s o aula/s donde se celebren charlas/talleres. Dicho cartel deberá mostrar los logotipos y emblemas indicados en el apartado 3 de la presente Guía.

En los certificados emitidos por la administración en actividades formativas, se incluirá la mención al **origen los fondos, debiendo mostrar los logotipos y emblemas indicados** en el apartado 3 de esta Guía.

EJEMPLO:



Fuente: Manual de Comunicación para gestores y beneficiarios del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (pág. 14).

4.6. Seminarios y actividades similares

Si el seminario, evento o actividad pública está financiado con los fondos del PRTR se ha de incluir **los logotipos indicados en el apartado 3 de esta Guía**. Se recomienda el uso de photocalls, roll ups o elementos que sirvan para identificar la fuente de la financiación y la actividad asociada durante la celebración del evento.

4.7. Página web y aplicación informáticas

El artículo 10 del Acuerdo de Financiación señala que el Estado Miembro deberá establecer y mantener un espacio web único que proporcione información sobre el MRR y los proyectos relacionados y comunicar el enlace web específico a la Comisión. En este caso, España cuenta con una web específica para el Plan de Recuperación, <https://planderecuperacion.gob.es/>

Según se indica en el Documento FAQ del Manual de comunicación para gestores y beneficiarios de los fondos del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia de la Secretaría General de Fondos Europeos del Ministerio de Hacienda y Función Pública, no es obligatorio que las entidades gestoras dispongan de portales web únicos, ya que la web del Plan de Recuperación cumple ese papel al aglutinar desde ese portal el acceso a todas las convocatorias y licitaciones de los diferentes ámbitos administrativos. No obstante, se recomienda que las webs oficiales de las comunidades autónomas (en adelante, CCAA) y entidades locales (en adelante, EELL) creen sus propios apartados o secciones web en los que se pueda acceder a las convocatorias y licitaciones con cargo al PRTR, imitando el modelo de la web del PRTR del Gobierno de España.

Si en la ejecución de una actuación se pretende elaborar una página web, ya sea una página web de nueva creación o un espacio dentro de una página web existente, debe quedar claro el origen de la financiación de la actuación del PRTR. El emblema europeo, junto con la declaración de financiación, así como logotipos indicados en el apartado 3 de la presente Guía, deben exhibirse en un lugar destacado en todos los productos digitales, sitios web y sus versiones móviles destinados al público o a participantes (portal de subvenciones, sede digital...).

Se facilita el ejemplo del portal del Ministerio de Transportes y Movilidad Sostenible:

<https://www.mitma.gob.es/ministerio/proyectos-singulares/prtr/plan-de-recuperaciontransformacion-y-resiliencia>

Se facilita el ejemplo del portal del Servicio de Empleo Público Estatal:

<https://sepe.es/HomeSepe/encontrar-trabajo/plan-recuperacion-transformacion-resiliencia;jsessionid=824FBE6BC3A9DB07A183EADC2F6F2DBD.prointera>

APLICACIONES INFORMÁTICAS, DIGITALES O DE SOFTWARE

Se recomienda que el emblema europeo, junto con la declaración de financiación, así como el logo del Plan de Recuperación, se exhiba al iniciarse y/o durante el uso de la aplicación o software.

Adicionalmente, pueden comunicarse a través de la página web de la entidad ejecutora o por cualquier otro medio que asegure la adecuada comunicación y visibilidad de la actuación financiada.

4.8. Redes Sociales

Se recomienda tener en cuenta el **libro de identidad visual** de la web del Plan de Recuperación (<https://planderecuperacion.gob.es/identidad-visual>), además de seguir las obligaciones y contenidos mínimos de comunicación que se establecen en la normativa del MRR y del PRTR.

Así mismo, se recomienda seguir algunas consideraciones generales a la hora de compartir contenidos relacionados con el Plan de Recuperación en las redes sociales. El objetivo es generar sinergias y retroalimentación que maximicen el alcance de los mensajes con una línea visual unificada y estrategias adaptadas a cada red social en lo relativo a compartir contenidos.

UN #HASTAG EN COMÚN

Los hashtags son una herramienta muy útil en las redes sociales para aumentar la visibilidad de un proyecto o una marca. Al utilizar hashtags relevantes se puede hacer que el contenido sea más fácilmente descubierto por los usuarios y permitir que se alcance a un público más amplio. En lo que respecta al Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia existen varios #hashtags a tener en cuenta:

#PlanDeRecuperación: debe incluirse en todos los mensajes, publicaciones, posts, etc., relacionados con el Plan de Recuperación, especialmente de los anuncios de nuevas convocatorias.

#NextGenerationEU: el relativo a los fondos europeos. Siempre que se pueda se debe mencionar que una convocatoria o programa está financiada con fondos europeos #NextGenerationEU.

Existen otros #hashtags que se está intentando popularizar como pueden ser **#MovilidadSostenible** o **#TransiciónEnergética**.

USO DE LAS MENCIONES

Las menciones son muy útiles para fomentar la colaboración y la interacción con otras cuentas institucionales. Su uso es recomendable a la hora de comunicar información sobre el Plan de Recuperación. Algunas de las mejores prácticas para utilizar menciones en las principales redes sociales, como Twitter, LinkedIn, Instagram y Facebook, con el objetivo de obtener el máximo beneficio de cada plataforma son las siguientes:

- Mencionar a otras cuentas institucionales relevantes en los tweets sirve para fomentar la colaboración y la difusión de información.

- En Twitter (X), donde existen restricciones de espacio, es preferible utilizar #hashtags específicos en el texto y utilizar las menciones en los elementos multimedia, ya sean vídeos o imágenes. Es un modo de incluir ambas opciones. Es preferible usar el hashtag #PlanDeRecuperación en el cuerpo del Tweet que mencionar a la cuenta del Plan.
- Para maximizar el alcance al mencionar una cuenta asociada en Instagram, es recomendable utilizar una combinación de hashtags populares y específicos y etiquetar a la cuenta asociada en la descripción y los comentarios de la publicación.
- Se pueden utilizar las menciones para responder a las interacciones de los usuarios. La respuesta a las menciones de los usuarios puede ayudar a aumentar el compromiso y la fidelidad de los seguidores.
- Es importante asegurarse de no excederse en la cantidad de menciones. Se recomienda utilizar entre **una y tres menciones** por publicación. El uso excesivo puede hacer que las publicaciones se identifiquen como spam y disminuir la eficacia.

4.9. **Merchandising**

Como se indica en el artículo 34.2 del Reglamento del MRR y el artículo 10.2.b del Acuerdo de Financiación, los receptores finales de los fondos están obligados a reconocer y garantizar la visibilidad de la financiación de la UE, y los Estados miembros tienen la obligación de garantizar que los receptores conozcan y cumplan este requisito.

Por lo tanto, siempre que sea posible, este tipo de materiales deben de incluir, en el propio elemento, **los logos obligatorios del PRTR**. Si no es posible incluirlos de manera directa, sobre el elemento en cuestión (*por tamaño, características, ubicación...*), se puede realizar una actividad de comunicación complementaria, como colocar la información en un lugar bien visible de las instalaciones que albergan dicho equipamiento.

4.10. **Buenas prácticas para la comunicación**

Este apartado tiene el objetivo de **proporcionar buenas prácticas** relativas a la comunicación para todas las entidades. Junto a las diferentes plantillas desarrolladas e incluidas en el anexo, seremos capaces de mejorar el compromiso de las partes interesadas en relación con las actividades comunicativas. Estos consejos y trucos son recomendaciones para conseguir una **correcta comunicación** y que los beneficios del PRTR lleguen al mayor número de personas posible.

LENGUAJE POSITIVO

El uso de un lenguaje positivo en las comunicaciones realizadas genera un mayor poder de atracción al mensaje que se está lanzando. A continuación, se muestran recomendaciones para aplicar el lenguaje positivo en las comunicaciones:

- Evita usar negaciones en las comunicaciones, como, por ejemplo: no, nunca, ni...
- Utiliza palabras que conecten con emociones positivas: ecología, generosidad, igualdad, empatía, alegría... sobre todo en la introducción y en la conclusión de la comunicación.
- Utiliza un lenguaje sencillo y directo para ayudar a la comprensión del receptor.
- Habla del objeto de la comunicación como una certeza y no como una posibilidad.

CONOCE TU AUDIENCIA

Los detalles de cada comunicación deben de ser adaptados para las personas (física o jurídica) a la que está dirigida. Por lo tanto, antes de desarrollar una comunicación es recomendable:

- Analizar y comprender las características demográficas, necesidades e intereses del público objetivo.
- Adaptar el mensaje, el tono y la redacción de la comunicación en base al análisis anterior.
- Incentivar un “diálogo” bidireccional mediante la escucha activa con tu audiencia para conseguir un proceso cíclico que mejore la comunicación de manera continua.

EL PODER DE LA NARRATIVA

Las **historias y los ejemplos concretos** hacen que las comunicaciones sean más memorables para tu audiencia. Es importante **conectar emocionalmente** con el receptor del mensaje a través de narrativas que puedan asemejar o relacionar con sus **propias experiencias o valores**.

VARIOS CANALES DE COMUNICACIÓN

La combinación de canales de comunicación, tanto digitales como tradicionales, proporciona **un mayor impacto** en las comunicaciones lanzadas. Dependiendo del mensaje y de la audiencia a la que va dirigido, **adapta los canales de comunicación utilizados**, como, por ejemplo, redes sociales, correo electrónico y reuniones presenciales.

Al utilizar diferentes canales de comunicación, es imprescindible **mantener la coherencia y autenticidad** de las comunicaciones. El objetivo es ser **transparentes** para generar confianza y credibilidad.

RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS DE COMUNICACIÓN

Es altamente recomendable establecer **procesos de análisis y seguimiento de todas las comunicaciones**. El objetivo es poder **analizar e identificar** de manera temprana cualquier problema relacionado con la comunicación antes de que éste se pueda convertir en una situación de crisis.

Para ello es conveniente incentivar un **ambiente colaborativo** y de aprendizaje continuo con todas las partes interesadas, tanto internamente como externamente

5. VERIFICACIÓN DEL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES DE COMUNICACIÓN, DIFUSIÓN Y PUBLICIDAD

A fin de acreditar el cumplimiento de las obligaciones de comunicación citadas con anterioridad en el marco de los Subproyectos coordinados por Turisme Comunitat Valenciana, se propone la siguiente tabla de verificación que podrá ser utilizada por parte de los responsables de comunicación:

1. Datos generales de la actuación

Denominación de la actuación	
Localizador CoFFEE	
N.º Expediente (PCSP)	
Objeto de contrato	

2. Documentación relativa a la contratación

TIPO DE DOCUMENTOS RELACIONADOS CON EL CONTRATO	LOGOS Y EMBLEMAS		MENCIÓN DE LA FINANCIACIÓN	
	Cabecera		Cabecera	Cuerpo
PCAP	Sí/No		Sí/No	Sí/No
PPT	Sí/No		Sí/No	Sí/No
Anuncio Licitación	Sí/No		Sí/No	Sí/No
Contrato firmado	Sí/No		Sí/No	Sí/No
Acta de recepción	Sí/No		Sí/No	Sí/No

Si se menciona el cumplimiento de dicha obligación, deberán constar en el expediente correspondiente las evidencias oportunas.

3. Carteles, vallas o lonas publicitarias (temporales o permanentes)

En caso de actuaciones que impliquen obras, rehabilitación de edificios o compra de objetos físicos, se deberán archivar las evidencias (fotografías) del cumplimiento de dicha obligación de comunicación en el expediente correspondiente.

4. Publicaciones en prensa, redes sociales y demás acciones de comunicación

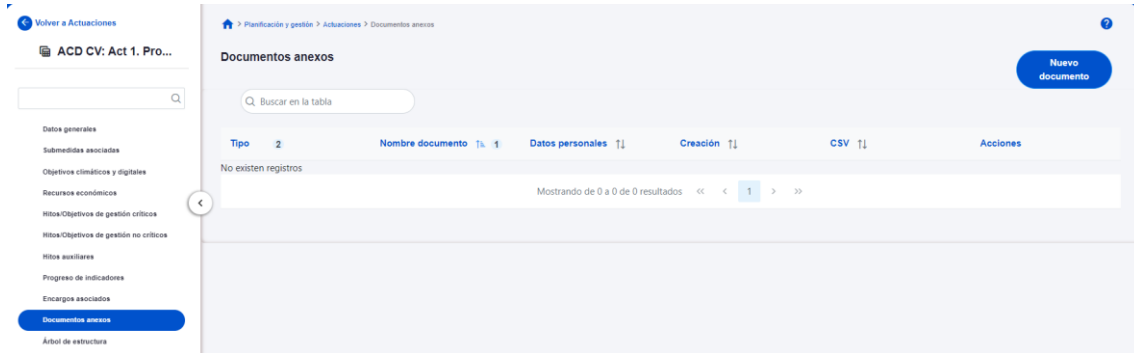
TIPO DE ACCIÓN DE COMUNICACIÓN	FECHA	TITULAR	CUERPO	INCORPORACIÓN DE LOGOS	MENCIÓN A LA FINANCIACIÓN EN EL CUERPO	ENLACE DE ACCESO A LA ACCIÓN DE COMUNICACIÓN
Nota de prensa				Sí/No	Sí/No	
Publicación en red social				Sí/No	Sí/No	
Cuña de radio				Sí/No	Sí/No	

Deberán constar en el expediente correspondiente las evidencias oportunas.

Además, de acuerdo con lo indicado en el apartado 3 de la nota informativa elaborada por Turisme Comunitat Valenciana, relativa a la creación, definición y ejecución de actuaciones en CoFFEE, las entidades locales ejecutoras de Subproyectos anidados deberán incluir un DOCUMENTO PDF que contenga las siguientes evidencias documentales y gráficas vinculadas con las obligaciones de comunicación en el submenú “Documentos Anexos” de la Actuación correspondiente:

- COMUNICACIÓN, evidencias de difusión en medios, como enlace web donde figure la nota de prensa publicada, incluyendo captura de pantalla donde se visualice el medio, fecha y la nota.

- PUBLICACIONES que describan la ejecución de la Actuación.
- EVENTOS de participación pública y programas formativos.
- FOTOGRAFÍAS (INICIAL, antes de iniciar la ejecución de la intervención; EJECUCIÓN CURSO, durante la ejecución de la intervención, incluyendo CARTEL INICIO; FINAL TRAS EJECUCIÓN, incluyendo PLACA FINAL)



Por último, cabe tener en cuenta que en el apartado 4.2, “Principios transversales del PRTR”, de la Guía del Plan de Control para la gestión de los fondos del PRTR (Versión 1, febrero de 2023) se establecen una serie de verificaciones para garantizar el cumplimiento del principio de comunicación (págs. 25-26).

Para ello, la persona responsable de la ejecución del Plan de Control deberá solicitar evidencias para su cumplimiento, indicando lo siguiente en la tabla inferior:

- Qué evidencia ha obtenido en la columna “¿Evidencia obtenida?”.
- Si esta evidencia es válida, íntegra y suficiente en la columna “Resultado”, señalando una de las tres opciones planteadas: “SÍ”, “NO”, “N/A”.
- En todos aquellos casos en los que la respuesta sea “NO”, se deberá cumplimentar la columna “Plan de Acción”, indicando la medida concreta a desarrollar, el responsable de su implementación y el horizonte temporal máximo marcado.

Verificar el cumplimiento del principio de comunicación	¿EVIDENCIA OBTENIDA?	RESULTADO			PLAN DE ACCIÓN (En caso de que el resultado sea desfavorable)
		SI	NO	N/A	
Asegurar que se han realizado actividades de comunicación para garantizar la visibilidad de la financiación de la Unión Europea correspondiente al PRTR.					
En caso de que se haya designado, persona responsable de comunicación para asegurar el cumplimiento de las exigencias en materia de comunicación y, evidencia de la asunción y aceptación de dichas responsabilidades y funciones.					
Evidencia de las instrucciones enviadas a los participantes en la gestión del PRTR sobre las acciones en materia de información y publicidad que deben llevar a cabo en el ámbito de sus funciones.					
En caso de que no se hayan enviado las instrucciones anteriores, detallar las acciones en materia de información y publicidad realizadas por los participantes en la gestión del PRTR, en aplicación de la normativa comunitaria y de la Estrategia de Comunicación de España.					
Evidencia (pantallazo) de que la Generalitat Valenciana y/ o, en su caso, las entidades ejecutoras disponen de un espacio web único que proporciona información sobre el MRR y los proyectos relacionados. En el enlace web es comunicado a todos los intervinientes del proceso, así como a las entidades ejecutoras (Direcciones Generales, entre otras) que sea de aplicación. Este espacio web debe de ser actualizado cada vez que se considere necesario y, como mínimo semestralmente, cotejar que se encuentra actualizada.					
Comprobación de que todos los documentos que se han generado en el marco del PRTR cumplen con el principio de comunicación y publicidad (marcas, logos, etc.).					

6. SUBSANACIÓN DE DEFICIENCIAS

En el Manual de Normas de comunicación y visibilidad de la Comisión Europea se señala que los requisitos mínimos de visibilidad y comunicación se aplican retroactivamente a partir de 2021. En el caso de que, con posterioridad a la adopción o suscripción de un instrumento jurídico, se observen deficiencias esenciales en su redacción en materia de las obligaciones de comunicación tales como:

- Omisión de la referencia: “Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia - Financiado por la Unión Europea – NextGeneration EU”.
- Omisión de los emblemas de la Unión Europea y del Plan de Recuperación;
- Omisión de información sobre las obligaciones de comunicación, divulgación e información inherentes a la recepción de fondos del Mecanismo de Recuperación y Resiliencia.
- Omisión de la previsión de las consecuencias del incumplimiento de las obligaciones de comunicación y difusión.

El órgano gestor lo comunicará a Turisme Comunitat Valenciana, además, se adoptarán por parte de los órganos gestores, cuando sea posible y entre otras, alguna de las siguientes medidas:

- Suscripción de adendas.
- Adopción de modificaciones contractuales.
- Modificación, en la medida de lo posible, de las bases reguladoras, convocatorias o normativa correspondiente.
- Notificación de las obligaciones de comunicación y difusión a beneficiarios y terceros.
- Anuncio público de subsanación de las deficiencias. Asimismo, en el caso de observarse deficiencias en la comunicación por parte de los beneficiarios, se llevarán a cabo las acciones viables en cada caso para subsanarlas.

7. ACTIVIDADES REALIZADAS PREVIA APROBACIÓN DEL PRTR

El Reglamento del MRR prevé la posibilidad de incluir proyectos a partir de febrero de 2020 en el plan de recuperación y resiliencia.

Sin embargo, no concede una exención para las obligaciones en materia de comunicación y se deberá cumplir con los **requisitos mínimos de visibilidad y comunicación**, que se aplican a partir de la entrada en vigor del acuerdo de financiación. Como señala la Comisión Europea: “los requisitos mínimos de visibilidad y comunicación se aplican retroactivamente a partir de la entrada en vigor del acuerdo de financiación”.

En este caso recomendamos utilizar los **instrumentos ordinarios para realizar modificaciones donde quede constancia de las obligaciones de visibilidad**. Se puede recurrir a las adendas, las correcciones de errores y otros instrumentos análogos en el marco de las competencias de cada administración y teniendo en cuenta el estado del procedimiento. En esa modificación se pueden hacer constar las normas de visibilidad y comunicación mínimas e incluir una referencia escrita a la financiación a cargo del PRTR y de Next Generation, además de los logos.

EJEMPLOS DE CORRECCIÓN EN UNA LICITACIÓN

- Si se produce alguna modificación de la documentación (por ejemplo, una corrección o la apertura de una nueva fase en la licitación), se puede aprovechar para incluir los detalles relativos al cumplimiento de los requisitos de comunicación.
- En la plataforma de contratación u equivalente añadir alguna referencia a esta financiación.
- Si el proyecto tiene beneficiarios directos, hacerles llegar a través de correo-e, newsletter o comunicación que ello ha sido posible gracias a los fondos NextGenerationEU.
- Si el proyecto/contrato está publicado en alguna web, hacer referencia en la misma de manera visual con los logotipos obligatorios.
- En función de la importancia del proyecto, elaborar algún material de comunicación (nota de prensa, post en redes sociales...) que manifieste que el proyecto ha sido financiado por NextGenerationEU.

8. DESIGNACIÓN DE RESPONSABLE DE COMUNICACIÓN

En el artículo 9.8 de la Orden HFP/1030/2021, de 29 de septiembre, se señala que las entidades responsables y gestoras designarán un responsable de comunicación a fin de asegurar el cumplimiento de los requerimientos establecidos en el presente artículo, sobre la base de las directrices de la Autoridad Responsable.

En cuanto a las entidades locales y otras, como entidades ejecutoras del PRTR, deberán designar a una persona responsable y comunicar su nombre, apellidos, cargo y datos de contacto (**ccomunicacionplanderecuper@sepg.hacienda.gob.es**) a Turisme Comunitat Valenciana cuando esta lo solicite. En cumplimiento de esta obligación, las entidades locales, con carácter previo a la transferencia de la financiación de fondos MRR han facilitado esta información a Turisme Comunitat Valenciana mediante una ficha de contacto. Dicha ficha deberá ser actualizada por la entidad local si se producen cambios en la persona asignada como responsable de comunicación.

Entre sus funciones se encuentran las siguientes:

- Será el encargado último de verificar que en los expedientes los órganos encargados de la ejecución de las actuaciones han cumplido con las obligaciones en materia de comunicación anteriormente mencionadas el cumplimiento de las obligaciones en materia de comunicación y publicidad.
- Proporcionar la información pertinente para su inclusión en la página web de la Autoridad Responsable.
- Ser el punto focal entre el Turisme Comunitat Valenciana y la Autoridad Responsable en materia de comunicación.
- Acudir a las reuniones y facilitar la documentación que le sea requerida desde la Autoridad Responsable sobre aspectos concretos de las obligaciones de comunicación del PRTR.
- Elevar a la Autoridad Responsable en materia de comunicación las dudas y problemas que surjan en esta materia.
- Dar orientaciones sobre la correcta aplicación del presente manual a las unidades y departamentos de la entidad encargados de la ejecución y gestión de las actuaciones financiadas con fondos MRR.

9. SUPERVISIÓN DE PERCEPTOR FINAL DE FONDOS

Las entidades ejecutoras del PRTR deberán velar por el cumplimiento de las obligaciones de comunicación y deberán incluir adecuadamente el reflejo de esta normativa en los instrumentos jurídicos por los que se transfieran recursos a las Entidades Locales, beneficiarios finales, contratistas y subcontratistas.

Los Órganos encargados de la ejecución de las actuaciones dentro de cada entidad ejecutora o instrumental, deberán:

- Garantizar que todos los documentos comunicación o publicidad elaborada en el ámbito de la actuación incluyan los logos indicados en el apartado 3 de esta Guía.
- Mencionar que el beneficiario final estará obligado a cumplir en los contratos de actuaciones cofinanciadas por el MRR las obligaciones de información y publicidad establecidas en el Reglamento (UE) 2021/241, así como en el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia. Los pliegos, bases reguladoras, convenios cualquier otro instrumento jurídico que se utilice para la gestión del PRTR deberán recoger estas obligaciones y se deberá comprobar su inclusión y cumplimiento.
- En toda difusión pública o referencia a las actuaciones previstas, cualquiera que sea el medio elegido (folletos, carteles, etc.) se deberán incluir las medidas de información y publicidad anteriormente citadas.
- Asegurarse de que se deja documentado, en cada expediente, soporte de las evidencias del cumplimiento de la correcta comunicación como fotografías o pantallazos, ya que servirán de justificación para el Responsable de Comunicación y para la conservación de la pista de auditoría.
- En este sentido deberá estarse a lo establecido en esta Guía, así como en las posibles actualizaciones que se realicen.

10. DIRECCIONES Y ENLACES DE INTERÉS

Turisme Comunitat Valenciana:

Página web con información sobre los programas coordinados por Turisme Comunitat Valenciana financiados por fondos MRR:

- CAS : https://www.turisme.gva.es/es/prtr_turismo
- VAL: https://www.turisme.gva.es/va/prtr_turismo

Buzón de consultas:

- ptstd_ext@turismecv.es

Generalitat Valenciana:

Página web con información sobre guías y manuales sobre comunicación para entidades gestoras de programas financiados por fondos MRR:

- <https://presidencia.gva.es/es/web/gvanext/guies-i-manuals-per-a-%C3%B3rgans-gestors>

Secretaría General de Fondos Europeos:

Servicio de atención a gestores del PRTR donde se atienden dudas sobre obligaciones de comunicación y cómo aplicarlas:

- <https://www.fondoseuropeos.hacienda.gob.es/sitios/dgpmrr/es-es/Paginas/documentos.aspx>

Buzón para comunicar convocatorias y licitaciones publicadas financiadas en el marco del PRTR, así como la persona designada responsable de comunicación por parte de las EELL:

- ccomunicacionplanderecuper@sepg.hacienda.gob.es