

# Manual de comunicación de operaciones cofinanciadas con fondos europeos

## Índice

I.	Marco normativo	3
II.	Obligaciones de comunicación de las OIE y operaciones de más de 10 millones de euros	4
III.	Acciones de comunicación recomendadas para todas las operaciones cofinanciadas	5
IV.	Seguimiento de las acciones de comunicación	8
V.	Indicadores de comunicación	9
	Anexo I: Guía para la publicación en RRSS y medios de comunicación	10

## I. Marco normativo

El capítulo III del **Reglamento (UE) 2021/1060** del Parlamento Europeo y del Consejo de 24 de junio de 2021 por el que se establecen las disposiciones comunes relativas al Fondo Europeo de Desarrollo Regional, al Fondo Social Europeo Plus, al Fondo de Cohesión, al Fondo de Transición Justa y al Fondo Europeo Marítimo, de Pesca y de Acuicultura, así como las normas financieras para dichos Fondos y para el Fondo de Asilo, Migración e Integración, el Fondo de Seguridad Interior y el Instrumento de Apoyo Financiero a la Gestión de Fronteras y la Política de Visados (RDC) regula los aspectos relacionados con la **visibilidad, transparencia y comunicación de las operaciones** que reciben ayuda de los fondos.

En el periodo 2021-2027, todas las operaciones cofinanciadas con fondos europeos deben ser comunicadas correctamente, tal y como establece el **artículo 46.a**: *“Cada Estado miembro garantizará la visibilidad de la ayuda en **todas las actividades relacionadas con las operaciones que reciban ayuda de los Fondos**, prestando especial atención a las operaciones de importancia estratégica”.*

Las **obligaciones del beneficiario** en este ámbito se establecen en el artículo 50 del RDC. Tan pronto como comience la ejecución de las operaciones, el beneficiario ha de informar al público del apoyo de los fondos obtenidos, a través de:

- Una breve descripción de la operación en su página web, cuando dicho sitio web exista, y en sus cuentas en las redes sociales de manera proporcionada al nivel de ayuda, con sus objetivos y resultados, destacando la ayuda financiera de la Unión.
- Una declaración (Cofinanciado por la Unión Europea) que destaque la ayuda de la Unión de manera visible en documentos y materiales de comunicación relacionados con la ejecución de la operación, destinados al público o a los participantes.
- Vallas publicitarias resistentes en un lugar bien visible para el público, en las que figure el emblema de la Unión, en los siguientes casos:
  - Para operaciones que reciban ayuda FEDER cuyo coste total sea superior a 500.000 EUR y se trate de una inversión física o instalación de equipos.
  - Para operaciones que reciban ayuda FSE+, FTJ o FEMPA cuyo coste total sea superior a 100.000 EUR. Para operaciones no incluidas en el apartado anterior, el beneficiario exhibirá en un lugar bien visible para el público al menos un cartel/placa de tamaño mínimo A3 o una pantalla electrónica equivalente con información sobre la operación donde se destaque la ayuda de los Fondos;
- En los casos en los que el beneficiario sea una persona física, dicho beneficiario asegurará en la medida de lo posible, la disponibilidad de información adecuada donde se destaque la ayuda de los Fondos, en un lugar visible para el público o mediante una pantalla digital.

En el caso de las **operaciones de importancia estratégica** (OIE) definidas en el RDC como *“una operación que aporta una contribución significativa a la hora de conseguir los objetivos de un programa y que está sujeta a medidas de seguimiento y comunicación particulares”* (art. 2.5), se establece que para las OIE y las operaciones cuyo coste total sea superior a 10.000.000 EUR, el beneficiario u organismo a cargo de su ejecución **organizará una actividad o acto de comunicación**, según convenga, y hará participar a la Comisión y a la autoridad de gestión responsable en su momento oportuno.

## II. Obligaciones de comunicación de las OIE y operaciones de más de 10 millones de euros

### 2.1 Obligación reglamentaria de organizar una actividad o acto de comunicación

---

Tal y como establece en el artículo 50.1.e del RDC, todas las operaciones de importancia estratégica o aquellas cuyo coste total sea superior a 10 millones de euros tienen la obligación de realizar una actividad o acto de comunicación en el que harán partícipe a la Comisión Europea. Entre los distintos tipos de actos de comunicación que se pueden organizar, se encuentran:

- **Eventos de inauguración o clausura.** Ceremonias oficiales para marcar el inicio o la finalización de un proyecto, con la participación de autoridades locales y/o regionales y medios de comunicación.
- **Press trip.** Visitas organizadas para periodistas al lugar del proyecto, proporcionando información detallada y acceso directo para una cobertura más completa.
- **Ruedas de prensa.** Actos dirigidos a los medios de comunicación para anunciar y explicar los detalles de un proyecto, presentando avances y resultados.
- **Visitas de campo.** Visitas organizadas para mostrar los avances y resultados del proyecto en el lugar donde se está llevando a cabo.
- **Jornadas de puertas abiertas.** Eventos donde se invita al público general a visitar las instalaciones del proyecto.
- **Exhibiciones.** Presentaciones públicas del proyecto, que pueden incluir stands informativos, demostraciones y materiales promocionales.
- **Participación en eventos de terceros.** Presentación del proyecto en eventos organizados por terceros de temática relevante como congresos, conferencias, ferias o seminarios.
- **Cualquier tipo de actividad que dé a conocer el proyecto** poniendo de manifiesto la cofinanciación de la Unión Europea en la que pueda participar la Comisión.

Es necesario que en las actividades o actos de comunicación **se cumpla con las obligaciones de comunicación establecidas en el RDC**, de acuerdo con el [Manual de Identidad Visual de Fondos Europeos Andalucía 2021-2027](#), asegurando la correcta utilización de los logos en todos los materiales y elementos de comunicación.

### 2.2 Otras acciones de comunicación obligatorias para las OIE

---

Todas las operaciones de importancia estratégica están sujetas a las obligaciones de comunicación recogidas en el artículo 50 del RDC. Además, en el artículo 46.a se pone de manifiesto que hay que “prestar especial atención” a este tipo de operaciones, pero no se establece ningún criterio para evaluar si la comunicación se ha realizado correctamente. En este contexto, la Comisión Europea ha publicado el documento "[Comunicando OIE en 2021-2027](#)” que incluye una serie de recomendaciones para realizar acciones de comunicación para las OIE.

De cara a facilitar el cumplimiento de estas obligaciones por parte de los órganos gestores, este documento establece las acciones que como mínimo, además de las citadas anteriormente, deben realizarse a la hora de comunicar operaciones de importancia estratégica:

- **Medios digitales**

- **Publicación de una nota de prensa** en el portal de noticias de la Junta de Andalucía o de la Consejería correspondiente **al comienzo del periodo de ejecución de la operación** que

incluya como mínimo, su descripción, la inversión total y una referencia a la cofinanciación del fondo correspondiente.

- **Publicación de una nota de prensa** en el portal de noticias de la Junta de Andalucía o de la Consejería correspondiente **al finalizar la operación** que incluya como mínimo, su descripción, los logros alcanzados, la inversión total y una referencia a la cofinanciación del fondo correspondiente.

- **Redes sociales:**

- **Publicación en redes sociales** en cualquier cuenta oficial de la Junta de Andalucía (Instagram, LinkedIn, X o Facebook) **al comienzo del periodo de ejecución de la operación** que ponga de manifiesto la cofinanciación de la UE, ya sea a través de un *hashtag* o una referencia explícita en el texto a los fondos europeos o al programa que cofinancia.
- **Publicación en redes sociales** en cualquier cuenta oficial de la Junta de Andalucía (Instagram, LinkedIn, X o Facebook) **al finalizar la operación** que ponga de manifiesto la cofinanciación de la UE, ya sea a través de un *hashtag* o una referencia explícita en el texto a los fondos europeos o al programa que cofinancia.

Cuando el periodo de ejecución de la OIE sea superior a un año, será necesario realizar:

- **Al menos la publicación de una nota de prensa al año** en el portal de noticias de la Junta de Andalucía o de la Consejería correspondiente para dar a conocer los avances en la ejecución de la operación. Esta noticia debe incorporar de manera clara la referencia a la cofinanciación del fondo correspondiente.
- **Al menos una publicación en redes sociales al año** en cualquier cuenta oficial de la Junta de Andalucía (Instagram, LinkedIn, X o Facebook) para dar a conocer los avances en la ejecución de la operación. Esta publicación debe incorporar de manera clara la referencia a la cofinanciación del fondo correspondiente.

Además, **se debe dar difusión a cualquier hito alcanzado durante la ejecución de la operación**, ya sea a través de notas de prensa, publicaciones en redes sociales o cualquier otra acción de comunicación que se considere pertinente.

Es necesario que en las acciones realizadas **se cumpla con las obligaciones de comunicación establecidas en el RDC**, de acuerdo con el [Manual de Identidad Visual de Fondos Europeos Andalucía 2021-2027](#), asegurando la correcta utilización de los logos en todos los materiales y elementos de comunicación.

### **III. Acciones de comunicación recomendadas para todas las operaciones cofinanciadas**

Aunque el RDC establece obligaciones específicas para las Operaciones de Importancia Estratégica y para las actuaciones de más de 10 millones de euros, también señala que **la visibilidad de la ayuda aplica a todas las actividades que reciban apoyo de los fondos europeos**. Cualquier actuación o proyecto cofinanciado, independientemente de su tamaño o cuantía económica, es susceptible a ser comunicado adecuadamente conforme a las obligaciones reglamentarias.

Para facilitar esta tarea a los órganos gestores y personas beneficiarias, este documento propone una serie de acciones que pueden adaptarse a la difusión de cualquier proyecto cofinanciado. De este modo, cada organismo podrá elegir aquellas iniciativas que más se adecuen a su presupuesto, recursos disponibles y características específicas de la actuación, garantizando el cumplimiento de las obligaciones de visibilidad y maximizando el alcance y la eficacia de la comunicación:

- **Acciones en medios digitales:**

- Creación de un **espacio web** que centralice de forma transparente toda la información sobre objetivos, avances y resultados de la operación. La creación de una web propia es recomendable para aquellas operaciones que cuenten con una gran inversión y un periodo de ejecución superior a un año. Para actuaciones más puntuales o pequeñas, se recomienda la creación de un apartado web en un *site* de la Junta o cualquier otra entidad institucional que pueda acoger la información del proyecto.
- Publicación en **redes sociales** de contenidos dinámicos adaptados a cada plataforma para potenciar la interacción con diferentes públicos y aumentar el alcance del proyecto. Esta acción permite difundir un flujo constante de noticias o hitos relevantes, facilitando un contacto permanente con los grupos de interés y la ciudadanía. Para que la publicación contabilice como un indicador válido, se debe poner de manifiesto la cofinanciación de la UE, ya sea a través de un *hashtag* o una referencia explícita en el texto a los fondos europeos o al programa que cofinancia (Ver [anexo I](#)).
- Envío periódico de **boletines electrónicos** informativos (*newsletter*) que comuniquen directamente a los grupos de interés los avances del proyecto, destacando logros, próximos pasos o cualquier otra información relevante. Esta acción se recomienda especialmente para operaciones de larga duración, que generen información continua y cuenten con una comunidad establecida de seguidores interesados en recibir actualizaciones regulares y detalladas sobre la evolución del proyecto.

- **Relación con medios de comunicación:**

- Publicación de **notas de prensa** dirigidas a captar el interés mediático mediante la difusión de hitos, logros y resultados relevantes. Estas notas de prensa se pueden publicar en el portal de noticias de la Junta de Andalucía o en el de la Consejería correspondiente y se recomienda lanzar al menos una nota de prensa al inicio y al final de la operación incluyendo como mínimo, su descripción, los logros alcanzados, la inversión total y una referencia a la cofinanciación del fondo correspondiente. También se recomienda la publicación de notas de prensa para dar a conocer los avances en la ejecución, en operaciones con una duración superior a un año.
- Organización de **visitas guiadas para periodistas (*press trip*)**, proporcionando experiencias directas con las actividades e infraestructuras financiadas que refuercen la cobertura informativa. Esta acción está especialmente indicada para aquellas operaciones que impliquen infraestructuras visibles o experiencias prácticas claramente demostrables.
- Realización de **ruedas de prensa** específicas para anunciar públicamente resultados destacados o avances significativos ante los medios. Esta acción es adecuada para operaciones que hayan logrado hitos importantes o tengan relevancia social o económica suficiente para captar el interés mediático.
- Gestión activa de **entrevistas** con portavoces institucionales y personas beneficiarias, ofreciendo testimonios auténticos que personalicen el impacto de la operación. Se recomienda para cualquier operación donde se quiera enfatizar el factor humano y emocional detrás de los resultados obtenidos.

- **Organización de eventos**

- Organización de **jornadas informativas** que detallen los objetivos, avances y resultados preliminares o finales del proyecto. Se recomienda especialmente para operaciones que requieren difusión directa a grupos específicos o técnicos.
- Organización de **actos oficiales de inauguración o clausura** para marcar el inicio o la finalización de un proyecto, con la participación de autoridades locales y/o regionales y medios de comunicación. En el caso de programas cofinanciados, se recomienda una ceremonia de clausura donde se pongan en valor los resultados alcanzados.
- Organización de **jornadas de puertas abiertas**, donde se invita al público general a visitar las instalaciones del proyecto.
- Participación en **eventos de terceros** que se consideren oportunos para mostrar los logros de la actuación o proyecto cofinanciado.

- **Producción de material audiovisual:**

- Producción de **vídeos explicativos** o **reportajes visuales** sobre resultados y casos de éxito, que comuniquen de forma sencilla y atractiva los beneficios concretos alcanzados. Esta acción se recomienda para operaciones con resultados tangibles y visualmente demostrables.
- Elaboración de **entrevistas testimoniales** con personas beneficiarias que humanicen el proyecto, generando empatía y captando el interés general. Se recomienda para cualquier operación donde se quiera enfatizar el factor humano y emocional detrás de los resultados obtenidos.
- Creación de **vídeos resumen** que permitan comunicar los avances y resultados de la operación de forma visual y atractiva.

- **Producción de elementos de visibilidad**

- Diseño de **folletos informativos** y otros materiales impresos que incluya información relevante sobre la operación. Pueden distribuirse en puntos estratégicos o en eventos, alcanzando a una audiencia amplia y diversa.
- Diseño de **carteles informativos** que capten la atención visual del público en espacios concurridos. Es particularmente recomendable para operaciones con infraestructuras físicas o que permitan realizar actividades públicas.
- Diseño de **merchandising** promocional que fortalezca la identificación y presencia del proyecto ante diversos públicos. Esta acción contribuye a crear un vínculo tangible con los beneficiarios o participantes del proyecto, permitiendo que el mensaje y la imagen del proyecto perduren en el tiempo y alcance una mayor notoriedad.

- **Publicidad y acciones de *paid media*:**

- Implementación de **campañas publicitarias** digitales segmentadas (Google Ads, Meta Ads, LinkedIn Ads, etc.) para llegar eficazmente al público objetivo específico. Esta acción es especialmente recomendable para captar beneficiarios potenciales de convocatorias de ayudas o para promover acciones concretas en el marco de la operación.
- Contratación de **publicidad en redes sociales y/o medios locales o regionales**, tanto digitales como offline, para la publicación de contenido pagado (*branded content*) con el

objetivo de generar reconocimiento por parte de la audiencia, utilizando formatos creativos, narrativos o interactivos que favorezcan una mejor identificación con el proyecto.

- **Acciones de Street marketing:**

- Realización de **campañas de marketing exterior** que generen interés y conciencia ciudadana de manera original y efectiva en espacios urbanos y/o rurales. Esta acción es recomendable para operaciones que requieran sensibilización pública.

- **Acciones con influencers y nuevos formatos**

- Establecimiento de colaboraciones estratégicas con **influencers** y creadores de contenido específicos para ampliar el alcance del proyecto. Esta acción es especialmente recomendable para operaciones dirigidas a segmentos específicos, facilitando la conexión con audiencias poco alcanzadas por medios tradicionales.
- Participación en **podcasts** temáticos que promuevan conversaciones relevantes en formatos innovadores, alcanzando nuevas audiencias mediante contenidos atractivos e informativos.
- Cualquier otro formato novedoso que resulte atractivo para comunicar los objetivos e hitos del proyecto o actuación (directo en Twitch, trend de TikTok...).

Es necesario que en todas estas acciones **se cumpla con las obligaciones de comunicación establecidas en el RDC**, de acuerdo con el [Manual de Identidad Visual de Fondos Europeos Andalucía 2021-2027](#), asegurando la correcta utilización de los logos en todos los materiales y elementos de comunicación.

#### IV. Seguimiento de las acciones de comunicación

En el caso de las actividades o actos de comunicación de las OIE o actuaciones de más de 10M de euros, **el órgano gestor deberá comunicar a la Dirección General de Fondos Europeos la intención de organizar el acto** tan pronto como se confirme la fecha y el lugar. La DGFE notificará a la Autoridad de Gestión correspondiente para que trasladen la invitación a la Comisión Europea con la antelación suficiente para que sea posible su participación. Esta comunicación es un requisito indispensable para el cumplimiento de esta obligación.



Además, **con carácter previo a la celebración del Comité de Seguimiento del Programa correspondiente**, el órgano gestor responsable de la ejecución de las OIE deberá comunicar a la DGFE las acciones de comunicación y visibilidad realizadas durante el año. A estos efectos, la DGFE solicitará un informe al órgano gestor, a través del coordinador de fondos correspondiente, tan pronto como se reciba la convocatoria del Comité de Seguimiento.

## V. Indicadores de comunicación

Para el seguimiento tanto de los logros alcanzados en materia de comunicación por cada programa, como del gasto realizado por cada programa en actuaciones de comunicación, la Dirección General de Fondos Europeos (DGFE) del Ministerio de Hacienda y la Unidad Administradora del Fondo Social Europeo (UAFSE), han establecido un sistema de recogida de indicadores que contabiliza las acciones de comunicación realizadas. Los órganos gestores están obligados a reportar todas las acciones de comunicación llevadas a cabo para todas las operaciones cofinanciadas con fondos europeos. Se establecen tres tipos de **indicadores de realización**:

- Entradas publicadas en redes sociales
- Actuaciones en medios (Incluye, entre otros: noticias, videos, entrevistas, reportajes, publirreportajes, anuncios, podcasts, cuñas, notas de prensa, *newsletters*, etc.)
- Eventos celebrados

También se definen los **indicadores de resultado**, que miden el efecto de la acción, en concreto, la cantidad de personas destinatarias a las que ha llegado cada una de las acciones de comunicación implementadas:

- Personas receptoras de entradas en redes sociales (impresiones e interacciones)
- Personas receptoras de actuaciones en medios (personas receptoras, valor publicitario y valor de comunicación)
- Asistentes a eventos

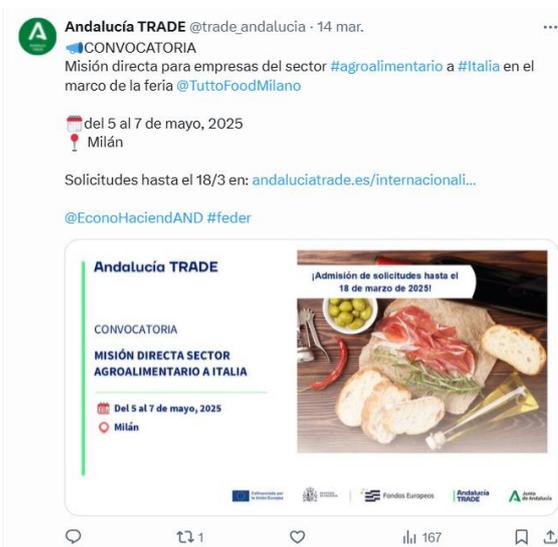
Para la carga de indicadores de los diferentes programas, se rellenará un documento facilitado por la Dirección General de Fondos Europeos (DGFE) del Ministerio de Hacienda y la Unidad Administradora del Fondo Social Europeo (UAFSE) que enviará la Dirección General de Fondos Europeos (DGFE) de la Junta de Andalucía a cada órgano gestor a través de los coordinadores de fondos. En junio de 2025 se ha publicado una nueva versión del [Manual de Indicadores de Comunicación](#), que recoge toda la información para facilitar el entendimiento del nuevo sistema.

En dicho manual se establece que la carga y modificación de los datos relativos a logros que hayan tenido lugar en el primer semestre del año será posible entre el 1 de julio y el 30 de septiembre de dicho año, mientras que la carga de los datos relativos a logros que hayan tenido lugar en el segundo semestre del año será posible entre el 1 de enero y el 31 de marzo del año siguiente. Todos los órganos gestores deberán enviar la tabla con las entradas correspondientes a las acciones de comunicación realizadas al correo [oficinatecnica.cehyfe@juntadeandalucia.es](mailto:oficinatecnica.cehyfe@juntadeandalucia.es), al menos 20 días antes de la fecha establecida.

## Anexo I: Guía para la publicación en RRSS y medios de comunicación

### Indicaciones para la publicación en redes sociales:

- Se consideran publicaciones en redes sociales válidas aquellas que tengan por objeto informar sobre la operación, incluyendo hitos, logros o cualquier elemento relevante relacionado con ella.
- Pueden ser publicadas por **perfiles institucionales** y de **altos cargos** de beneficiarios y organismos involucrados en la gestión.
- La entrada **debe poner de manifiesto la cofinanciación de la UE**, ya sea a través de un *hashtag*, o una referencia explícita en el texto a los fondos europeos o al programa que financia.



## Indicaciones para actuaciones en medios: notas de prensa / publicación de noticias en la web

- Se consideran actuaciones en medios validas aquellas que se publiquen en la sección de noticias de la Junta de Andalucía o la consejería correspondiente, que tengan por objeto informar sobre la operación, incluyendo hitos, logros o cualquier elemento relevante relacionado con ella.
- La publicación debe incorporar de manera clara la **referencia a la cofinanciación del fondo correspondiente**. Preferiblemente, esta referencia debe incluirse junto a la inversión de la operación.

Inicio > Noticias >

### Infraestructuras

## Comienza la colocación de las pantallas del túnel de la Línea 3 del Metro de Sevilla junto a la Ronda Urbana Norte

La Consejería de Fomento cuenta ya con tres pantalladoras en los tramos en obras para la construcción del trazado subterráneo

08/03/2025



#### ETIQUETAS:

PANTALLAS COLOCACIÓN TÚNEL. LÍNEA 3 NORTE METRO DE SEVILLA RONDA URBANA NORTE CONSEJERÍA DE FOMENTO ARTICULACIÓN DEL TERRITORIO Y VIVIENDA.

Consejería de Fomento, Articulación del Territorio y Vivienda



Pantalladora para la construcción del túnel de la Línea 3 Norte del Metro de Sevilla.

La Junta de Andalucía ha iniciado la **colocación de las pantallas del túnel de la Línea 3 Norte del Metro de Sevilla en paralelo a la Ronda Urbana Norte**, en la zona más próxima a Doctor Fedriani. La Consejería de Fomento, Articulación del Territorio y Vivienda avanza así en las obras de la ampliación del suburbano hispalense con la llegada del **tercer equipo de pantalladoras**, que se suma a las que operan desde noviembre en Pino Montano.

La Junta de Andalucía ya tiene **en ejecución la mitad del trazado de la Línea 3 Norte**, que ha sido **declarada una operación de importancia estratégica del marco Feder 2021-2027**. La **Línea 3 Norte** consta de **8,9 kilómetros** (incluido el ramal técnico) y **permitirá llegar desde Pino Montano hasta el Prado de San Sebastián en 18 minutos, con paradas clave en cuatro centros sanitarios**: el Hospital de San Lázaro, el Universitario Virgen Macarena, la Victoria Eugenia de la Cruz Roja y el Centro de Especialidades de María Auxiliadora.

### Social

## La Junta amplía hasta 2029 la estrategia de intervención en zonas desfavorecidas

La Eracis+ prevé 184 millones de euros para actuar en 99 barrios de exclusión de Andalucía y beneficiará a más de 37.000 personas

14/11/2023



#### ETIQUETAS:

JUNTA DE ANDALUCÍA CONSEJO DE GOBIERNO

Consejo de Gobierno



Un menor en una zona de exclusión social.

El Consejo de Gobierno ha aprobado, a propuesta de la Consejería de Inclusión Social, Juventud, Familias e Igualdad, extender la vigencia de la **'Estrategia Regional Andaluza para la Cohesión e Inclusión Social. Intervención en Zonas desfavorecidas' (Eracis+)** hasta el año 2029, fecha prevista para la ejecución del nuevo Programa Fondo Social Europeo (FSE+) de Andalucía. De este modo, se podrá mantener la intervención en las zonas desfavorecidas prácticamente hasta finales de esta década.

La programación financiera prevista en el nuevo Programa Fondo Social Europeo (FSE+) de Andalucía es de **184 millones de euros**, que estarán cofinanciados por FSE+ (85%) y la Junta de Andalucía (15%). En esta nueva etapa, la estrategia Eracis+ podrá desplegarse en 99 zonas desfavorecidas de 65 municipios de Andalucía y permitirá la realización de más de 37.000 itinerarios personalizados de inserción.

