



Cofinanciado por  
la Unión Europea

# **MANUAL DE INSTRUCCIONES PARA EL CUMPLIMIENTO DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DEL FSE+**

Programas de financiación de la Unión Europea para 2021-2027

Orientaciones entidades beneficiarias de ayudas

Versión diciembre de 2025

## INTRODUCCIÓN

Se ha elaborado esta guía con el objetivo de facilitar a los beneficiarios FSE+ el cumplimiento de la normativa en materia de comunicación, así como el seguimiento de las medidas marcadas en la Estrategia de comunicación del FSE+ (Art. 46, 47, 48, 49 y 50 del Reglamento UE nº 2021/1060)

Los beneficiarios FSE+ están **obligados a dar publicidad** de la cofinanciación por el FSE+ y a **difundir los proyectos** de acuerdo con las directrices de información y publicidad establecidas en el Reglamento UE nº 2021/1060 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 24 de junio de 2021. En particular, se deberán respetar los siguientes puntos Art.50:

- En el **sitio web oficial del beneficiario**, cuando dicho sitio web exista, y en sus cuentas en las **redes sociales** harán una breve descripción de la operación, de manera proporcionada en relación con el nivel de la ayuda, con sus objetivos y resultados, y destacarán la ayuda financiera de la Unión;
- Proporcionarán una declaración 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;
- Para las **operaciones que no superen los 100.000 EUR**: exhibirán en un lugar bien visible para el público **al menos un cartel de tamaño mínimo A3** o una pantalla electrónica equivalente **con información sobre la operación donde se destaque la ayuda de los Fondos**.

## MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

La definición de las medidas de información y comunicación deberá atender al cumplimiento de los objetivos establecidos y tienen que ser diseñadas en función del público objetivo:

- Las medidas deberán estar **adaptadas** al público destinatario, para que éste reciba la información en función de sus necesidades de forma clara, completa y coherente.

- Las medidas deberán ser **accesibles**, utilizando los canales de comunicación y soportes más adecuados para cada grupo destinatario, haciendo hincapié en las medidas de accesibilidad para las personas con discapacidad, y debiendo estar la información disponible cuando el destinatario la necesite.
- Los **logotipos del FSE+ y de Fundación ONCE**, de cada una de las convocatorias, deberán incorporarse de forma visible, tanto en las sedes de las entidades ejecutoras (puertas de las aulas de formación o en la entrada de la sede), como en todo el material que se elabore y utilice durante la ejecución de las operaciones/proyectos cofinanciados por el FSE+ y en la difusión de los mismos.
- Los **logotipos serán siempre los oficiales y no podrán ser modificados** (el propio de la convocatoria y el que exige el reglamento como logo único “**Cofinanciado por la UE**”)
- Los **canales de comunicación** en los que podrá darse publicidad al proyecto cofinanciado por el FSE+ podrán ser:
  - Internet.
  - Páginas web.
  - Medios de comunicación tradicionales.
  - Ruedas de prensa.
  - Redes sociales.
  - Otros.

Los beneficiarios FSE+ reflejarán todas las medidas adoptadas en materia de **información y publicidad**, debiendo adjuntarse ejemplares de todo el material utilizado o archivo electrónico con dicho material escaneado (**en la memoria social final**).

Asimismo, en el caso de campañas en medios de comunicación, se adjuntarán las notas de prensa, artículos, noticias, etc., o archivo electrónico con dicho material escaneado. Si se trata de medios digitales, se adjuntará “captura de pantalla” de la noticia, publicidad, cuadros de visualizaciones, etc.

## TERMINOLOGÍA Y PROCEDIMIENTO

### REDES SOCIALES

**Redes sociales:** X/Twitter, LinkedIn, Facebook, Instagram, y TikTok.

### MEDIOS DE COMUNICACIÓN

**Medios de comunicación:** radio, televisión, prensa, internet (incluido YouTube), publicaciones en papel y cartelería (cuya elaboración no responda a una obligación reglamentaria), etc. **Tipos de actuaciones en medios:** noticias, videos, entrevistas, reportajes, publirreportajes, anuncios, podcasts, cuñas, notas de prensa, newsletters, etc.

### EVENTOS CELEBRADOS

Actuaciones de comunicación sobre proyectos, logros o cualquier elemento relevante relacionado con la operación /proyecto llevado a cabo a través de eventos públicos, tanto en formato presencial como online. **Actuaciones de comunicación:** eventos de lanzamiento del proyecto, actos de presentación o inauguración del proyecto, clausura, conferencias, ferias, congresos, visitas institucionales, foros, seminarios, jornadas de formación y de puertas abiertas, etc.

### DOCUMENTOS

Relacionados con la ejecución de la operación, destinados al público o a los participantes (temarios, diplomas, fichas de registro, cuestionarios, encuestas de satisfacción, mochilas, ropa de trabajo de los participantes, etc..)