

***LOS NUEVOS
INDICADORES DE COMUNICACIÓN
EN EL PERÍODO 2021-2027***

2 de julio de 2024

Gran diferencia respecto al período anterior

- ✓ Los indicadores de comunicación del período 2021-2027 se centran más en las actividades de comunicación NO obligatorias por el artículo 50 del Reglamento 1060/2021*.
- ✓ Las actividades de comunicación obligatorias “ya se presuponen realizadas”, y con estos indicadores se trata de medir la actividad de comunicación ‘extra’.

* Existen algunas excepciones (O.I.E., noticias de prensa, red social de un beneficiario público, etc.)

Gran diferencia respecto al período anterior

Referencias en contratos

Referencias en subvenciones

Referencias en informes

Referencias en el DOG

Referencias en instrucciones

Carteles, placas, etc. RDC

...

Se dan por sentadas estas obligaciones.

**NO SE RECOGEN EN LOS
INDICADORES DE
COMUNICACIÓN EN EL
PERÍODO 2021-2027**

MANUAL DE INDICADORES DE COMUNICACIÓN



MANUAL DE INDICADORES DE COMUNICACIÓN

✓ Se definen 3 tipologías de acciones de comunicación:

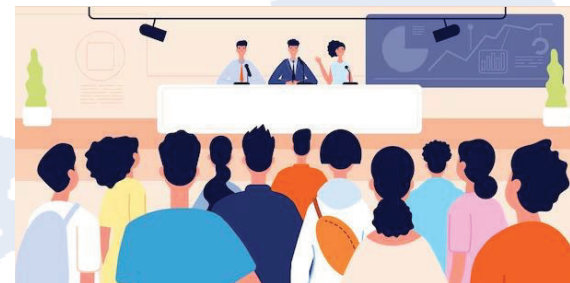
1) Publicaciones en redes sociales



2) Actuaciones en medios de comunicación



3) Celebración de eventos



1. Publicaciones en redes sociales

- ✓ En perfiles institucionales de beneficiarios u otros organismos involucrados en la gestión y ejecución*
- ✓ Solo se consideran las publicaciones realizadas en X (antes Twitter), LinkedIn, Facebook, Instagram y TikTok
- ✓ Preceptiva publicidad de la cofinanciación europea
- ✓ Una única contabilización por mensaje difundido, aunque se haya publicado en varias redes sociales o redifundido

✓ * Excluye, por ejemplo, a la preceptiva publicación en la red social del beneficiario 'último' de una subvención

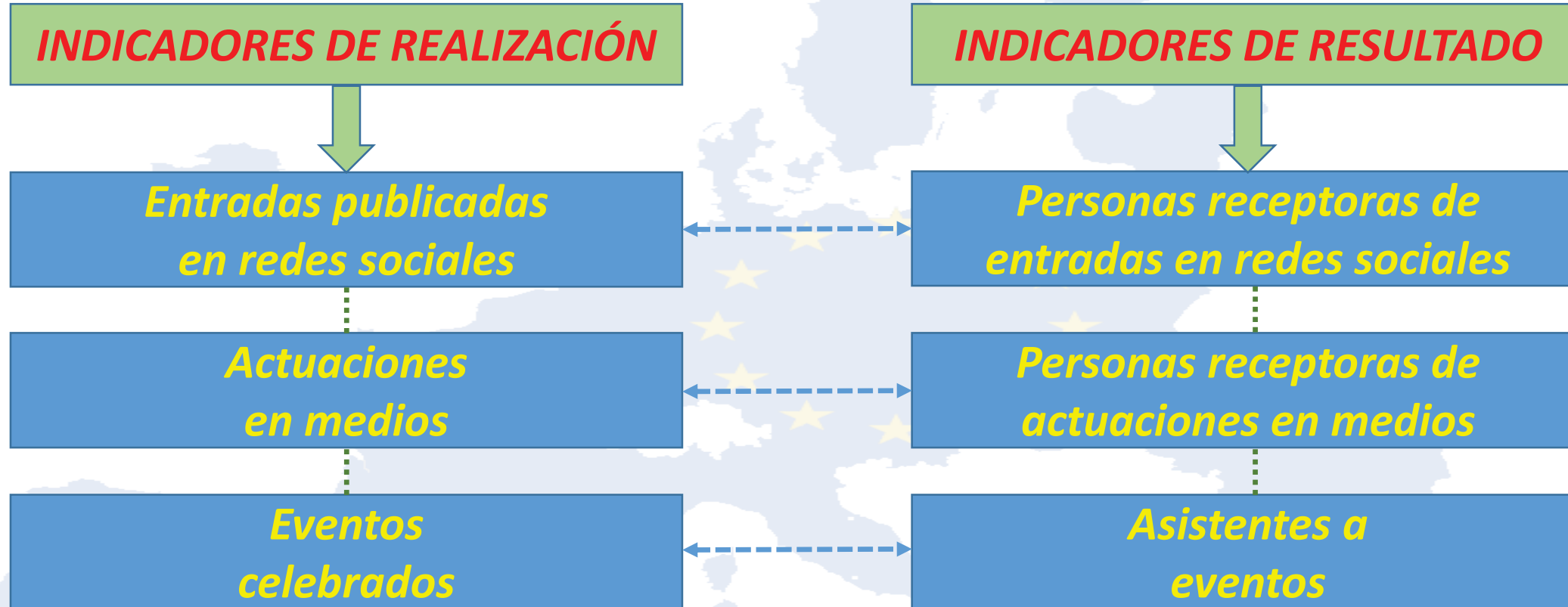
2. Actuaciones en medios

- ✓ Se considerará medio: radio, televisión, prensa, Internet, papel/cartelería distinta a la del artículo 50 del RDC
- ✓ Por ejemplo: notas y noticias de prensa, vídeos, entrevistas, reportajes, anuncios, cuñas, revistas, etc.
- ✓ Preceptiva publicidad de la cofinanciación europea
- ✓ En el caso de actuaciones relacionadas (campana, noticia en distintos medios) será una única actuación

3. Eventos celebrados

- ✓ Eventos públicos, tanto presenciales como *online*.
- ✓ Por ejemplo: actos de presentación, conferencias, foros, jornadas de formación y puertas abiertas, etc.
- ✓ Preceptiva publicidad de la cofinanciación europea durante, al menos, el 25% de la duración del evento
- ✓ Deben ser dirigidos al público en general, no computarían los eventos centrados en la gestión
- ✓ Si el evento se repite en distintos lugares/fechas con distinta audiencia, se puede computar varias veces

Cómputo a través de Indicadores



Indicadores de Realización

- ✓ Su valor será siempre 1.
- ✓ Los indicadores de realización se han definido de tal forma que cada publicación en redes sociales, cada actuación en medios de comunicación o cada evento se considere único.

Indicadores de Resultado

1. PERSONAS RECEPTORAS DE ENTRADAS EN REDES SOCIALES

- ✓ Suma de todas las **reacciones e interacciones** de las personas usuarias: 'me gustas' + recomendaciones + comentarios + republicaciones, etc. (independientemente de que una misma persona usuaria haga varias de ellas)
- ✓ Si dentro de la publicación existe otro contenido (por ejemplo, un vídeo alojado en *YouTube*) se podrían sumar, a mayores, el número de visitas de dicho contenido.

Indicadores de Resultado

1. PERSONAS RECEPTORAS DE ENTRADAS EN REDES SOCIALES



Indicadores de Resultado

2. PERSONAS RECEPTORAS DE ACTUACIONES EN MEDIOS

- ✓ Se trata de aproximar el número de **personas receptoras** de la actuación de comunicación con la mejor estimación disponible.
- ✓ Por ejemplo:
 - ☐ En *YouTube*: a través del número de visualizaciones
 - ☐ En prensa escrita: a través del número de lectores del periódico de la última Encuesta General de Medios

Indicadores de Resultado

3. PERSONAS ASISTENTES A EVENTOS

- ✓ Se trata de aproximar el **número de asistentes** al evento con la mejor estimación disponible.
- ✓ Si el evento fuese, por ejemplo, presencial, con posibilidad de seguimiento en *streaming* en directo y con posibilidad también de verlo posteriormente en diferido; el valor del indicador será la suma estricta de las tres formas de asistencia, ignorando las posibles duplicidades.

Fecha de realización en actuaciones continuadas

- ✓ Si una actividad de comunicación tiene una duración de varios días o se repite en un determinado lapso de tiempo (p.ej. una campaña de comunicación), se pondrá como fecha de realización **el primer día** en que tenga lugar la primera actividad de comunicación.

Coste (Montante) económico de la actividad de comunicación

- ✓ Se pondrá **la mejor estimación posible** de lo que ha costado la actividad de comunicación.
- ✓ Si una determinada actividad de comunicación solo está relacionada con la difusión de la cofinanciación europea durante un determinado tiempo, se **prorrateará** el coste total de la actividad de comunicación entre dicho tiempo.
- ✓ Se podrán **estimar fundadamente costes 'nocionales'**. Por ejemplo una publicación original en redes sociales por el órgano gestor se podrá valorar en **5 €**.

***LOS NUEVOS
INDICADORES DE COMUNICACIÓN
EN EL PERÍODO 2021-2027***

2 de julio de 2024