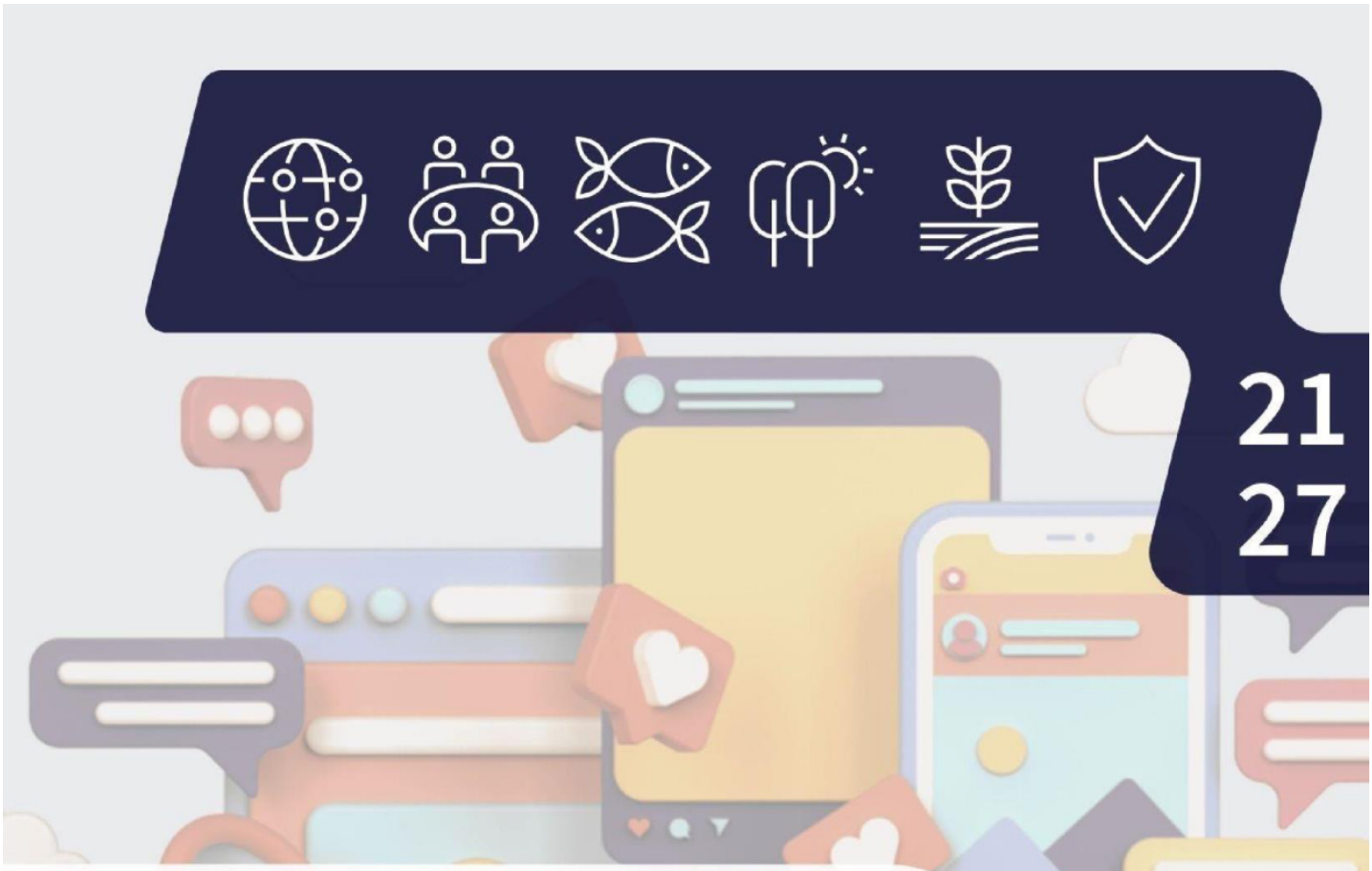

Red Nacional de Comunicación de Fondos Europeos

Manual de Indicadores de Comunicación

Junio 2025

Cofinanciado por

Red Nacional de Comunicación de Fondos Europeos

Manual de Indicadores de Comunicación

GOBIERNO DE ESPAÑA
Fondos Europeos

ÍNDICE

1. Motivación 3
2. Listado de indicadores 4
3. Indicaciones para el registro de las actuaciones de comunicación 4
3.1. Datos identificativos 5
3.2. Indicadores de realización 5
3.2.1. Entradas publicadas en redes sociales 5
3.2.2. Actuaciones en medios 8
3.2.3. Eventos celebrados 10
3.3. Indicadores de resultado 13
3.3.1. Personas receptoras de entradas en redes sociales (impresiones) 13
3.3.2. Personas receptoras de entradas en redes sociales (interacciones) 14
3.3.3. Personas receptoras de actuaciones en medios 15
3.3.4. Valor publicitario de actuaciones en medios 16
3.3.5. Valor de comunicación de actuaciones en medios 17
3.3.6. Asistentes a eventos 18
3.4. Más información 19
4. Consejos útiles 20

MANUAL DE INDICADORES DE COMUNICACIÓN

1. Motivación

De conformidad con el Reglamento de Disposiciones Comunes 2021/1060 (RDC), las autoridades de los programas, sus beneficiarios y las partes interesadas de los Estados miembros deben concienciar sobre los logros alcanzados con la cofinanciación de la Unión Europea, e informar en consecuencia al público en general. En este sentido, las actuaciones de comunicación constituyen una herramienta esencial para dar a conocer los programas cofinanciados con fondos europeos, las políticas públicas que los motivan, las actuaciones en que se concretan y los logros derivados de las mismas. Para lograr sus objetivos, será fundamental que las actuaciones de comunicación cofinanciadas con fondos europeos se orienten tanto a los beneficiarios y potenciales beneficiarios de las mismas como a la ciudadanía en sentido amplio, con el doble objetivo de favorecer la absorción de los fondos y con ello la eficaz financiación de las políticas apoyadas, y de rendir cuentas a la ciudadanía respecto al empleo de los fondos públicos (europeos, nacionales y regionales).

En línea con la evolución del papel de la comunicación dentro de la gestión de los fondos europeos, en el periodo 2021-2027 se prioriza que la labor de comunicación tenga un enfoque activo y creativo, que se plasme en acciones concretas con resultados medibles y evaluables. Para facilitar un entendimiento común de los compromisos adquiridos por cada programa de fondos europeos en relación con la comunicación y la visibilidad, la Secretaría General de Fondos Europeos (SGFE) del Ministerio de Hacienda pone a disposición de las personas responsables de comunicación de los programas el presente manual de indicadores de comunicación. Junto al mismo, la SGFE pone a disposición de las personas responsables de comunicación de los programas y de las autoridades de gestión de los mismos **una plantilla en excel**, con una versión adaptada a organismos de la Administración General del Estado (AGE) y otra versión adaptada para organismos de las CCAA, para facilitar 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.

El sistema comienza a aplicarse a partir del 1 de enero de 2025.

2. Listado de indicadores

Indicadores de realización:

Miden el producto obtenido directamente de la inversión, en este caso, número de entregables implementados en el ámbito de la comunicación. La lógica en la selección de los indicadores de realización va dirigida a asegurar que entre los tres indicadores se dé cabida a todas las posibles actividades de difusión que se lleven a cabo.

Indicadores de realización
1. Entradas publicadas en redes sociales
2. Actuaciones en medios
3. Eventos celebrados

Indicadores de resultado:

Miden el efecto de la intervención, en concreto, la cantidad de personas destinatarias a las que ha llegado cada una de las acciones de comunicación implementadas.

Indicadores de resultado
1. Personas receptoras de entradas en redes sociales (impresiones)
2. Personas receptoras de entradas en redes sociales (interacciones)
3. Personas receptoras de actuaciones en medios
3. Valor publicitario de actuaciones en medios
4. Valor de comunicación de actuaciones en medios
5. Asistentes a eventos

3. Indicaciones para el registro de las actuaciones de comunicación

La plantilla excel de registro de indicadores se divide en dos hojas, una de programación y otra de ejecución.

Hoja de programación:

La hoja de programación recoge tanto los indicadores de realización como de resultado programados cada semestre por cada organismo intermedio/beneficiario. Los responsables de cada fondo/programa/organismo intermedio serán los responsables de recabar, en su caso, la programación de sus organismos dependientes y consolidarán todos los resultados en un único excel.

Hoja de ejecución:

La hoja de ejecución se divide en cuatro partes: datos identificativos, indicadores de realización, indicadores de resultado y más información.

3.1. Datos identificativos

En este apartado se deben cumplimentar los principales datos que identifiquen al centro directivo gestor u organismo beneficiario que lleve a cabo las actuaciones de comunicación:

- CCAA/Ministerio
- Autoridad de gestión/ organismo intermedio/ beneficiario que lleve a cabo las actuaciones de comunicación (se recomienda que los datos identificativos correspondan al órgano ejecutor de las actividades de comunicación registradas).
- DIR3 del centro u organismo público, cuando proceda.
- Fondo
- Programa para el que realiza las actuaciones de comunicación.

3.2. Indicadores de realización

1. Nombre indicador	**Entradas publicadas en redes sociales**
2. Unidad de medida	Entradas
3. Definición y concepto	Este indicador buscará contabilizar las entradas en redes que tengan por objeto informar sobre proyectos, logros o cualquier elemento relevante relacionado con el programa o los programas, publicadas tanto por perfiles institucionales de **beneficiarios** y **organismos involucrados en la gestión** (i.a. organismos gestores, organismos intermedios, autoridad de gestión), como en su caso, por los perfiles de altos cargos de los mismos, así como del posible perfil Europe Direct del centro relevante. Serán consideradas redes sociales a efectos de este indicador: X/Twitter, LinkedIn, Facebook, Instagram, TikTok, Spotify y Bluesky. Para su contabilización, será imprescindible que la entrada ponga de manifiesto la (co)financiación de la UE, ya sea a través de un hashtag, el emblema europeo, o una referencia explícita en el texto a los fondos europeos o al programa que (co)financia, siendo posible también la combinación de varias opciones. Se contabilizarán como entradas los mensajes enviados (p. ej. tuit), pero no los mensajes reenviados (p.ej. retuit) ni la reproducción en cuenta propia de entradas de otras cuentas.

	En aquellos casos en que en una misma fecha se publiquen varias entradas que conformen un hilo argumental (p. ej. hilo de tuits o un mismo tuit en dos o más lenguas), se contabilizará el conjunto de entradas como una entrada única a efectos del indicador. Por el contrario, cuando una misma entrada (i.e. mismo contenido) se publique en **varias redes sociales**, se contabilizará el conjunto de entradas **por separado** a efectos del indicador para ver el impacto qué tiene en cada una de las redes sociales.
4. Carga de datos	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 enero 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 julio de dicho año y el 31 de marzo del año siguiente. La carga en cada entrada deberá incluir: • Cuando corresponda, el objetivo específico/prioridad en la que se enmarca, dentro de un determinado programa. • Una descripción de la actuación de un máximo de 300 caracteres. • El tipo de operación: si se trata de una publicación relativa a una operación de importancia estratégica (OIE), una operación de más de 10 millones (<10 MM) u otra. En caso de que sea una OIE y además una <10 MM, se marcará como OIE. • Fecha de publicación de la actuación. • Indicador: redes sociales • Subtipo Indicador: el tipo de red social en la que se haya llevado a cabo la publicación • El coste imputado a la misma.
5. Imputación coste	Será posible imputar un **coste real** o un **coste nocional** a una entrada, cuando se haya incurrido en un coste necesario para la realización de la misma. En el caso de los perfiles institucionales en redes, será posible imputar un coste nocional a cada entrada en concepto de coste asociado a la gestión del perfil donde se publica la entrada. Cuando la entrada incluya material de comunicación (videos, infografías, publicaciones, etc.), cuya realización haya corrido a cargo del beneficiario o del organismo involucrado en la gestión, se podrá imputar a la entrada un coste adicional asociado a dicha realización, siempre que este coste no se haya asociado a ninguna otra entrada, actuación en medios o evento. No se considerará como un gasto el que haga referencia a las nóminas del personal al servicio de la administración.

	El coste de las asistencias técnicas se podrá dividir entre todas las actuaciones de comunicación en las que tomen parte. En el caso de los perfiles de altos cargos en redes, no será posible imputar coste alguno a una entrada, salvo cuando la entrada incluya material de comunicación (videos, infografías, publicaciones, etc.) no publicado por perfiles institucionales, en cuyo caso, se podrá imputar a la entrada el coste de realización de dicho material, siempre que este coste no se haya asociado a ninguna otra entrada, actuación en medios o evento. Siempre será posible imputar un coste nulo a una entrada (se pondrá 0).
6. Agregación	Cuando una entrada haga referencia a varios programas, podrá contabilizarse en cada uno de los programas a los que se refiera. Cuando una entrada se contabilice bajo este indicador en más de un programa, el coste imputado a la entrada deberá dividirse entre el número de programas que la contabilicen.
7. Observaciones	Se podrán contabilizar como entradas aquellas que busquen dar difusión a las actuaciones en medios y a los eventos.

1. Nombre indicador	**Actuaciones en medios**
2. Unidad de medida	Actuaciones
3. Definición y concepto	Este indicador buscará contabilizar las actividades que implican difusión a través de medios de comunicación sobre proyectos, logros o cualquier elemento relevante relacionado con el programa o programas. Por medios de comunicación se entiende, entre otros: radio, televisión, prensa, web institucional, Youtube, publicaciones en papel y cartelería (cuya elaboración no responda a una obligación reglamentaria) y marketing directo. Los tipos de actuaciones en medios podrán ser, entre otros: noticias, videos, entrevistas, reportajes, publirreportajes, anuncios, podcasts, cuñas, notas de prensa, newsletters. Para su contabilización, será imprescindible que la actuación ponga de manifiesto la (co)financiación UE, ya sea a través de un hashtag, el emblema europeo o una referencia explícita en el texto, audio o imagen a los fondos europeos o al programa que (co)financia, siendo posible también la combinación de varias opciones.
4. Carga de datos	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 enero 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 julio de dicho año y el 31 de marzo del año siguiente. La carga en cada entrada deberá incluir: • Cuando corresponda, el objetivo específico/prioridad en la que se enmarca, dentro de un determinado programa. • Una descripción de la actuación de un máximo de 300 caracteres. • El tipo de operación: si se trata de una publicación relativa a una operación de importancia estratégica (OIE), una operación de más de 10 millones (<10 MM) u otra. En caso de que sea una OIE y además una <10 MM, se marcará como OIE. • Fecha de publicación de la actuación. • Indicador: medios

	• Subtipo Indicador: el tipo de medio de que se trate • El coste imputado a la misma.
5. Imputación coste	Será posible imputar un **coste real** o un **coste nocional** a una actuación, cuando se haya incurrido en un coste necesario para la realización de la misma. Cuando la actuación incluya material de comunicación (videos, infografías, publicaciones, etc.), cuya realización haya corrido a cargo del beneficiario o del organismo involucrado en la gestión, se podrá imputar a la actuación un coste adicional asociado a dicha realización, siempre que este coste no se haya asociado a ninguna entrada en redes, otra actuación en medios o evento. Siempre será posible imputar un coste nulo a una actuación (se pondrá 0).
6. Agregación	Cuando una actuación haga referencia a varios programas, podrá contabilizarse bajo el indicador de medios de cada uno de los programas a los que se refiera. Cuando una actuación se contabilice bajo el indicador medios de más de un programa, el coste imputado a la actuación deberá dividirse entre el número de programas que la contabilicen. En el caso de campañas de comunicación, el conjunto de publicaciones comprendidas en la misma tendrá consideración de una única actuación. En este caso, como fecha de publicación de la misma se deberá indicar la fecha de primera publicación.
7. Observaciones	

1. Nombre indicador	**Eventos celebrados**
2. Unidad de medida	Eventos
3. Definición y concepto	Este indicador buscará contabilizar las actuaciones de comunicación sobre proyectos, logros o cualquier elemento relevante relacionado con el programa o programas llevadas a cabo a través de eventos públicos, tanto en formato presencial como híbrido u online –como pueden ser los eventos de lanzamiento de programas, actos de presentación o inauguración de operaciones y proyectos, conferencias, ferias, congresos, visitas institucionales, foros, seminarios, jornadas de formación y de puertas abiertas, etc.-. Para su contabilización, será imprescindible que el evento, o una parte significativa del mismo (mínimo un 25% en tiempo de la agenda programada del evento), tenga como elemento central los fondos europeos y haga referencia al programa o programas al que se asocie el indicador. Además, será necesario que el evento no se encuentre orientado a organismos involucrados en la gestión de fondos, sino que cuente con la participación y asistencia de la ciudadanía, beneficiarios, potenciales beneficiarios, sociedad civil o socios del partenariado. De igual modo, será imprescindible que el evento cumpla alguna de las siguientes condiciones: • organizado por un beneficiario u organismo involucrado en la gestión del programa; • contribución financiera significativa de un beneficiario u organismo involucrado en la gestión del programa (al menos un 50% del coste de la organización del evento); o • participación destacada de un beneficiario u organismo involucrado en la gestión del programa (al menos, un 25% en tiempo de la agenda programada del evento).
4. Carga de datos	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 enero 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 julio de dicho año y el 31 de marzo del año siguiente. La carga en cada entrada deberá incluir:

	• Cuando corresponda, el objetivo específico/prioridad en la que se enmarca, dentro de un determinado programa. • Una descripción de la actuación de un máximo de 300 caracteres. • El tipo de operación: si se trata de una publicación relativa a una operación de importancia estratégica (OIE), una operación de más de 10 millones (<10 MM) u otra. En caso de que sea una OIE y además una <10 MM, se marcará como OIE. • Fecha de celebración del evento (si son varios días, el primero de estos). • Indicador: eventos • Subtipo Indicador: el tipo de evento de que se trate • El coste imputado a la misma.
5. Imputación coste	Será posible imputar un **coste real** o un **coste nocional** a un evento cuando se haya incurrido en un coste necesario para la organización o, en su caso, participación en el mismo. Según el caso: • En relación con eventos cuya organización corra a cargo de un beneficiario o un organismo involucrado en la gestión, y que tengan como elemento central los fondos europeos y se refieran al programa o programas al que se asocie el indicador, será posible imputar como coste asociado al mismo la totalidad de los costes relacionados con su organización en los que hayan podido incurrir el beneficiario o el organismo involucrado en la gestión. • En relación con eventos cuya organización corra a cargo de un beneficiario o un organismo involucrado en la gestión, pero donde sólo una parte del evento tenga como elemento central los fondos europeos y se refiera al programa o programas, será posible imputar como coste asociado al mismo la parte proporcional de los costes relacionados con su organización en los que hayan podido incurrir el beneficiario o el organismo involucrado en la gestión. Para ello, se tendrá en consideración la proporción del programa (partiendo de un mínimo del 25% en tiempo de la agenda programada del evento) del evento que tenga como elemento central los fondos europeos, en relación a la duración total del programa. • En relación con eventos cuya organización no corra a cargo de un beneficiario o un organismo involucrado en la gestión, pero que cuenten con una contribución financiera significativa (superior al 50% del coste de la organización del evento), o una participación destacada de uno o más beneficiarios u

	organismos involucrados en la gestión (al menos, un 25% en

	tiempo de la agenda programada del evento), será posible imputar como coste asociado al mismo el coste total en el que haya podido incurrir en relación el beneficiario o el organismo en virtud de su financiación o participación. Cuando la organización del evento incluya la realización de material de comunicación (videos, infografías, publicaciones, posters, merchandising, roll-ups, creación de material audiovisual, impresión, etc.) que haya corrido a cargo del beneficiario o del organismo involucrado en la gestión, se podrá imputar al evento un coste adicional asociado a dicha realización, siempre que este coste no se haya asociado a ninguna entrada en redes, actuación en medios u otro evento. No se contabilizarán como imputables a un evento costes como los gastos de desplazamiento, dietas o similares. Siempre será posible imputar un coste nulo a un evento (se pondrá 0).
6. Agregación	Cuando un mismo evento (con idéntico o muy similar programa) se celebre en más de una ocasión con objeto de maximizar su difusión y para una audiencia distinta (por ejemplo, dos ediciones de un mismo seminario o curso de formación), éste podrá contabilizarse como un evento adicional tantas veces como se celebre. Cuando un evento haya sido organizado, cuente con una contribución financiera significativa, o cuente con una participación destacada de uno o más beneficiarios u organismos involucrados en la gestión de más de un programa, podrá contabilizarse en cada uno de estos programas. Cuando un evento se contabilice bajo más de un programa, el coste imputado al evento deberá repartirse entre el número de programas que lo contabilicen (pudiendo establecerse la clave de reparto de acuerdo con el criterio que se considere más adecuado).
7. Observaciones	

3.3. Indicadores de resultado

1. Nombre indicador	**Personas receptoras de entradas en redes sociales (impresiones)**
2. Unidad de medida	Personas receptoras
5. Definición y concepto	Este indicador pretende servir de métrica del alcance de las entradas en redes sociales recogidas, esto es, que tengan por objeto informar sobre proyectos, logros o cualquier elemento relevante relacionado con el programa o programas, y que hayan sido publicadas por los perfiles institucionales de beneficiarios y organismos involucrados en la gestión o, en su caso, de los perfiles de altos cargos de los mismos, así como del posible perfil Europe Direct del centro relevante. El número de personas receptoras corresponderá al **número de impresiones** de cada publicación en redes.
6. Carga de datos	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 enero 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 julio de dicho año y el 31 de marzo del año siguiente. Se recomienda su análisis y registro cuando haya transcurrido al menos un mes desde la realización del logro
7. Agregación	El número de impresiones de entradas que se refieran a varios programas, se contabilizarán dividiendo el total por cada uno de ellos.

1. Nombre indicador	**Personas receptoras de entradas en redes sociales (interacciones)**
2. Unidad de medida	Personas receptoras
5. Definición y concepto	Este indicador pretende servir de métrica del alcance de las entradas en redes sociales recogidas, esto es, que tengan por objeto informar sobre proyectos, logros o cualquier elemento relevante relacionado con el programa o programas, y que hayan sido publicadas por los perfiles institucionales de beneficiarios y organismos involucrados en la gestión o, en su caso, de los perfiles de altos cargos de los mismos, así como del posible perfil Europe Direct del centro relevante. El número de personas receptoras será el número de reacciones e interacciones (i.a. likes, recomendar, comentarios, retuits, enviados, compartidos, guardados, y similares), que ofrecen las herramientas de análisis de redes sociales.
6. Carga de datos	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 enero 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 julio de dicho año y el 31 de marzo del año siguiente. Se recomienda su análisis y registro cuando haya transcurrido al menos un mes desde la realización del logro.
7. Agregación	Por el esfuerzo desproporcionado que entrañaría tratar de evitar la contabilización múltiple de reacciones de una misma persona receptora ante una entrada –por ejemplo, de quien haya podido ser contabilizada por dar un me gusta, incluir un comentario y haber reproducido o descargado cierto contenido-, la contabilización se hará como suma estricta de reacciones (y, en su caso, de reproducciones o descargas) sin atender a que varias puedan provenir de un mismo perfil o persona. El número de interacciones de entradas que se refieran a varios programas, se contabilizarán dividiendo el total por cada uno de ellos.

1. Nombre indicador	**Personas receptoras de actuaciones en medios**
2. Unidad de medida	Personas receptoras
3. Definición y concepto	Este indicador pretende servir de métrica del alcance de las actividades que implican difusión a través de medios de comunicación sobre proyectos, logros o cualquier elemento relevante relacionado con el programa o programas –i.a. noticias, videos, entrevistas, reportajes, publirreportajes, anuncios, podcasts, cuñas, notas de prensa, newsletters-. El cálculo del número de personas receptoras de actuaciones en medios se llevará a cabo de acuerdo con la mejor estimación disponible del tamaño de la audiencia del medio en que se haya difundido la actividad que se pueda obtener con las herramientas habituales de estimación de audiencia para dicho medio (i.a. visualizaciones en YouTube, visitas a página web, medición de audiencias por parte del propio medio, número de descargas, ejemplares vendidos o distribuido). También se tendrán en cuenta las personas receptoras que visualicen en diferido actuaciones que se emitieron en directo (i.a. entrevistas, reportajes, etc.).
4. Carga de datos	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 enero 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 julio de dicho año y el 31 de marzo del año siguiente.
7. Agregación	No se considerará doble contabilidad cuando una misma persona receptora reciba el mensaje por distintos medios – i.a. a través de una cuña de radio y un anuncio en prensa-. En esos casos se contabilizará la misma persona receptor tantas veces como actividades se hayan desarrollado. Las personas receptoras de actuaciones que se refieran a varios programas se contabilizarán dividiendo el total por cada uno de ellos.

1. Nombre indicador	**Valor publicitario[1] de actuaciones en medios**
2. Unidad de medida	euros
3. Definición y concepto	Este indicador pretende servir de métrica del alcance de las actividades que implican difusión a través de medios de comunicación sobre proyectos, logros o cualquier elemento relevante relacionado con el programa o programas –i.a. noticias, videos, entrevistas, reportajes, publirreportajes, anuncios, podcasts, cuñas, notas de prensa, newsletters-. Este cálculo solo lo llevan a cabo agencias de comunicación especializadas. Este indicador solo se rellenará en caso de disponer de esta información
4. Carga de datos	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 enero 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 julio de dicho año y el 31 de marzo del año siguiente.
7. Agregación	El valor publicitario de actuaciones que se refieran a varios programas se contabilizarán dividiendo el total por cada uno de ellos.

[1] **Valor publicitario**: es una estimación del impacto económico que tendría una publicación en un medio

de comunicación si ese espacio hubiera sido contratado como publicidad.

1. Nombre indicador	Valor de comunicación[2] de actuaciones en medios
2. Unidad de medida	euros
3. Definición y concepto	Este indicador pretende servir de métrica del alcance de las actividades que implican difusión a través de medios de comunicación sobre proyectos, logros o cualquier elemento relevante relacionado con el programa o programas –i.a. noticias, videos, entrevistas, reportajes, publirreportajes, anuncios, podcasts, cuñas, notas de prensa, newsletters-. Este cálculo solo lo llevan a cabo agencias de comunicación especializadas. Este indicador solo se rellenará en caso de disponer de esta información.
4. Carga de datos	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 enero 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 julio de dicho año y el 31 de marzo del año siguiente.
7. Agregación	El valor publicitario de actuaciones que se refieran a varios programas se contabilizará dividiendo el total por cada uno de ellos.

[2] **Valor de comunicación**: es una estimación económica que se centra en el impacto cualitativo que genera en la percepción del público. Se refiere a la capacidad de la información para mejorar la reputación.

credibilidad y posicionamiento de una organización, entidad o marca.

3. Nombre indicador	**Asistentes a eventos**
4. Unidad de medida	Asistentes
5. Definición y concepto	Este indicador pretende servir de métrica del alcance de las actuaciones de comunicación sobre proyectos, logros o cualquier elemento relevante relacionado con el programa o programas llevadas a cabo a través de eventos públicos, tanto en formato presencial como online –como pueden ser los eventos de lanzamiento de programas, actos de presentación o inauguración de operaciones y proyectos, conferencias, ferias, congresos, visitas institucionales, foros, seminarios, jornadas de formación y de puertas abiertas, etc.-. Su contabilización se realizará en base a los eventos celebrados recogidos en el indicador COI03, registrando el número de asistentes (presenciales y virtuales, en directo y en diferido), o la mejor estimación posible del número de asistentes en caso de actos en vía pública o al aire libre donde no exista un control de acceso. Según el caso: • En relación con eventos cuya organización corra a cargo de un beneficiario o un organismo involucrado en la gestión, y que tengan como elemento central los fondos europeos y se refieran al programa o programas al que se asocie el indicador, se contabilizará el número de asistentes como la suma de las audiencias presencial y telemática (ya sea en vivo o en diferido) del evento. • En relación con eventos cuya organización corra a cargo de un beneficiario o un organismo involucrado en la gestión, pero donde sólo una parte del evento tenga como elemento central los fondos europeos y se refiera al programa o programas, se contabilizará solo la parte proporcional del número de asistentes que resulte de la suma de las audiencias presencial y telemática (ya sea en vivo o en diferido) del evento. Para ello, se tendrá en consideración la proporción del programa (partiendo de un mínimo del 25% en tiempo de la agenda programada del evento) del evento que tenga como elemento central los fondos europeos en relación a la duración total del programa. • En relación con eventos cuya organización no corra a cargo de un beneficiario o un organismo involucrado en la gestión, pero que cuenten con una contribución financiera significativa

	(superior al 50% del coste de la organización del evento), o una participación destacada de uno o más beneficiarios u organismos involucrados en la gestión (al menos, un 25% en tiempo de la agenda programada del evento), será posible contabilizar una parte proporcional del número de asistentes que resulte de la suma de las audiencias presencial y telemática (ya sea en vivo o en diferido) del evento (pudiendo ser, por ejemplo, esta proporción la contribución financiera respecto de la totalidad de los costes relacionados con la organización del evento –al menos un 50%-, o la participación respecto del total de participantes en el evento –mínimo un 25%-).
6. Carga de datos	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 enero 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 julio de dicho año y el 31 de marzo del año siguiente.
7. Agregación	Por el esfuerzo desproporcionado que entrañaría tratar de evitar la contabilización múltiple de asistentes a un evento –por ejemplo, de quien haya podido confirmar su asistencia presencial a un evento y después visualice online (ya sea en vivo o en diferido) la grabación del mismo-, la contabilización se hará como suma estricta del número de asistentes presenciales, audiencia aproximada en streaming y número de visualizaciones del evento grabado. Las personas asistentes a eventos que se refieran a varios programas se contabilizarán dividiendo el total por cada uno de ellos.

3.4. Más información

Esta parte de la plantilla excel tiene como objeto identificar la url del post, medio de comunicación o página del evento y/o a cualquier página que se considere relevante, relacionada con una actuación de comunicación. Adicionalmente, esta sección incluye una columna de comentarios que puedan ser útiles en relación con la actuación de comunicación.

4. Consejos útiles

- **Documentos acreditativos de las actuaciones**. El nuevo sistema de recogida de información sobre los indicadores de comunicación no prevé la inclusión de la justificación documental de las actuaciones. No obstante, será responsabilidad de cada autoridad de gestión/ organismos/ beneficiario, recabar la documentación necesaria (archivo de imagen, pdf, etc.) que permitan justificar las actuaciones de comunicación recogidas. Estos organismos guardarán está documentación durante todo el periodo de programación.

- **Validación de indicadores**: las autoridades de gestión de cada fondo, los responsables de los diferentes programas y el resto de organismos intermedios serán responsables de recopilar y validar la información relativa a los indicadores de comunicación de sus organismos dependientes y consolidarán sus resultados en un único documento de excel.

- **Criterios para la recogida de información:**

    - Si la casilla a rellenar es un número, poned solo el número, sin texto.
    - El número de receptores/asistentes de una entrada en redes, una actuación en medios o un evento se refiere al número de personas.
    - Si el coste es 0, se pone 0.
    - Si no se sabe un dato o no aplica, se deja en blanco la casilla
    - Las fechas se ponen entre barras. Ejemplo: 05/05/2025
    - Cualquier aclaración o dato adicional que se quiera incluir, en el apartado comentarios.