

1. Introducción

El presente apartado recoge las actuaciones desarrolladas en materia de información y comunicación a lo largo del periodo de ejecución del Programa Operativo FEDER de Andalucía 2014–2020. Su objetivo es ofrecer una visión global y consolidada del conjunto de acciones de comunicación llevadas a cabo durante el periodo de programación y su contribución a la visibilidad del Programa. Este anexo está orientado a sintetizar la trayectoria de la Estrategia de Comunicación y a valorar el grado de cumplimiento de los indicadores establecidos para el conjunto del periodo. En este sentido, el análisis se apoya en la información consolidada en la aplicación INFOCO2014, lo que permite comparar los resultados alcanzados con la programación inicialmente prevista y evaluar la adecuación de las actuaciones realizadas.

En primer lugar, se incorpora un resumen de las principales actuaciones de comunicación más relevantes vinculadas al Programa Operativo FEDER de Andalucía 2014–2020, destacando aquellas iniciativas que, por su alcance, formato o carácter innovador, han contribuido de manera significativa a reforzar la visibilidad del FEDER, a garantizar la transparencia en el uso de los fondos y a acercar a la ciudadanía andaluza el impacto real de las actuaciones cofinanciadas.

A continuación, se presentan los resultados obtenidos en las evaluaciones de la Estrategia de Comunicación de los Programas Operativos FEDER y FSE de Andalucía 2014–2020 a través de los indicadores de realización, de resultado y, cuando procede, de impacto. Estos indicadores permiten medir el volumen de actuaciones de comunicación desarrolladas, el alcance de las mismas en términos de participación y difusión, así como su contribución a la mejora del conocimiento y la percepción de la Política de Cohesión entre la ciudadanía.

Desde un punto de vista metodológico, la información se presenta de forma **agregada para el conjunto del periodo**, permitiendo una lectura global de la evolución y resultados de la comunicación a lo largo del marco 2014–2020. Asimismo, a efectos de cierre, se incorporan los últimos datos disponibles en INFOCO, lo que facilita una valoración completa y coherente del desempeño de la Estrategia de Comunicación en su conjunto.

Finalmente se incluye el listado de Buenas Prácticas publicado en la sección de Fondos Europeos de la página web del Ministerio de Hacienda para el periodo 2014-2020.

2. Canales y herramientas de comunicación utilizados durante el periodo

Con el objetivo de garantizar la visibilidad del Programa Operativo FEDER Andalucía 2014–2020 y poner en valor el impacto de los Fondos Europeos en el desarrollo económico, social y territorial de la Comunidad Autónoma, a lo largo del periodo se desplegó un conjunto amplio y diverso de actuaciones de comunicación. A continuación, se recogen algunos **ejemplos representativos** en cada uno de los canales identificados, que ilustran el enfoque, la diversidad de formatos y la orientación a resultados de las acciones desarrolladas:

2.1 Portal web de Fondos Europeos

Durante el periodo de programación 2014–2020, la información relativa a los Fondos Europeos y, en particular, al Programa Operativo FEDER de Andalucía, se articuló a través de distintos recursos web, garantizando el acceso público a la información y el cumplimiento de las obligaciones de transparencia y visibilidad establecidas en la normativa europea.

Por un lado, la **Autoridad de Gestión** disponía de un portal web propio, desde el que se centralizaba la información de carácter general relativa a los Fondos Europeos, incluyendo documentación normativa, programática y de seguimiento. Por otro lado, la **Junta de Andalucía** contaba con una **web específica de Fondos Europeos**, en la que se recogía información detallada sobre la gestión de los programas en el ámbito regional. En esta web se incorporaban los programas operativos, información de evaluación y seguimiento, la lista de operaciones seleccionadas y **ejemplos de Buenas Prácticas**, contribuyendo a visibilizar el impacto real de las actuaciones cofinanciadas por el FEDER y a acercar sus resultados a la ciudadanía de forma comprensible y accesible.

En 2022, se llevó a cabo una **reestructuración del espacio web de Fondos Europeos de la Junta de Andalucía**, integrándose en el portal web de la entonces Consejería de Economía, Hacienda y Fondos Europeos. Esta actuación tuvo como objetivo adaptar el espacio a los criterios uniformados en materia de diseño y tipografía establecidos por la Junta de Andalucía, así como facilitar el acceso a la información, mejorar la experiencia de usuario y ofrecer una visión integral y coherente de la gestión autonómica de los Fondos Europeos.

El portal resultante se configura como el **principal canal institucional de comunicación digital** en el ámbito regional para la difusión de información sobre los Fondos Europeos. Su estructura y contenidos responden a una organización orientada a cubrir de manera integral las principales funciones y obligaciones de **transparencia, comunicación y servicio al ciudadano** vinculadas a la gestión de los fondos.

La navegación del portal se articula en **bloques temáticos** que permiten un acceso segmentado y ordenado a los contenidos principales relacionados con los Fondos Europeos, entre los que destacan:

- **Normativa y programación**, con acceso a normativa aplicable, documentos programáticos y manuales operativos.
- **Gestión**, que incluye información sobre procedimientos, listados de operaciones y formularios.
- **Ayudas, subvenciones y licitaciones**, con herramientas como el **Buscador de ayudas y convocatorias**, que facilita la localización de oportunidades de financiación.
- **Comunicación**, que agrupa la revista digital, manuales de identidad visual, logotipos y noticias de actualidad.
- **Proyectos destacados**, con acceso a ejemplos de actuaciones cofinanciadas y Buenas Prácticas.
- **Seguimiento y evaluación**, con enlaces a indicadores, planes e informes de evaluación y a los informes de ejecución.

Entre las herramientas destacadas del portal se encuentra el [buscador de ayudas y convocatorias](#), concebido como un instrumento clave para facilitar el acceso a las oportunidades de financiación cofinanciadas con Fondos Europeos. Este buscador ha permitido a potenciales beneficiarios localizar de forma ágil y estructurada las convocatorias disponibles, filtrando la información por tipología, fondo o ámbito de actuación, mejorando así la accesibilidad y la eficiencia en el acceso a la información.

Asimismo, el portal ha alojado y difundido [guías, manuales y materiales de apoyo](#) dirigidos a beneficiarios y órganos gestores, orientados a facilitar el cumplimiento de las obligaciones reglamentarias en materia de información y publicidad. Estos documentos han incluido manuales de identidad visual, instrucciones sobre el uso de logotipos y emblemas, así como orientaciones prácticas sobre la correcta identificación del apoyo del FEDER en proyectos, actuaciones y soportes de comunicación. La publicación de estos materiales ha contribuido a asegurar una aplicación homogénea de la normativa y a reducir incidencias en el cumplimiento de los requisitos de comunicación.

La comunicación digital se reforzó, además, mediante un [buzón de atención al beneficiario](#), que permitió resolver consultas relacionadas con las obligaciones de información y publicidad, el uso de logotipos y la difusión de actuaciones, favoreciendo una relación más directa y eficaz con los beneficiarios de los fondos.

De manera complementaria, las **consejerías y agencias de la Junta de Andalucía** dispusieron de un **apartado específico en sus respectivas páginas web**, en el que se informaba sobre las actuaciones cofinanciadas en su ámbito de gestión, reforzando la visibilidad del apoyo del FEDER en las operaciones puestas en marcha.

2.2 Redes sociales

Durante el periodo 2014–2020, la Dirección General de Fondos Europeos ha utilizado las redes sociales como **un canal complementario de comunicación**, con el objetivo de reforzar la difusión de información relacionada con los Fondos Europeos, ampliar el alcance de los mensajes institucionales y facilitar una comunicación más cercana y accesible con la ciudadanía y los públicos objetivo.

La Dirección General ha contado con canales propios en redes sociales para la difusión de contenidos vinculados a los fondos europeos, entre los que se incluyen [X](#) (antes Twitter), [Instagram](#), [Facebook](#), [YouTube](#) y, a partir de 2022, [LinkedIn](#). El conjunto de redes ha permitido diversificar formatos, públicos y mensajes, adaptándose progresivamente a la evolución de los hábitos de consumo informativo y a las características específicas de cada plataforma. En el caso de Facebook, su uso se ha ido reduciendo hasta dejar de emplearse de manera habitual.

La estrategia de contenidos en redes sociales se ha articulado en torno a tres pilares fundamentales:

- **Pilar educacional**, orientado a explicar de forma didáctica qué son los Fondos Europeos, para qué sirven, cuáles son sus objetivos y prioridades, y cómo contribuyen al desarrollo económico, social y territorial de Andalucía.
- **Pilar informativo**, centrado en la difusión de subvenciones, convocatorias y ayudas cofinanciadas, así como en el seguimiento del nivel de ejecución y los resultados de los proyectos financiados.
- **Pilar interactivo**, dirigido a fomentar la participación, la interacción y el diálogo con los usuarios mediante contenidos que invitan a la respuesta, la opinión o la implicación directa.

Esta estrategia común se ha aplicado de forma adaptada a las particularidades de cada canal, con el fin de aprovechar su potencial específico y ponerlo al servicio de los objetivos de comunicación del Programa. De manera general, los contenidos difundidos a través de Instagram, X y LinkedIn se han basado en una **línea editorial común**, adaptando el tono, el estilo narrativo y los formatos a las características y dinámicas propias de cada plataforma.

YouTube ha funcionado como repositorio audiovisual, albergando vídeos de proyectos, testimonios, piezas divulgativas y contenidos institucionales, organizados mediante listas temáticas. Este canal ha permitido conservar y difundir de forma estructurada los contenidos audiovisuales generados durante el periodo, facilitando su reutilización y su integración en otros canales digitales.

Entre las acciones más destacadas se encuentra el desarrollo de **contenidos audiovisuales y narrativos centrados en proyectos concretos**, difundidos principalmente a través de Instagram, X y YouTube. Estos contenidos han permitido mostrar de forma cercana y comprensible el impacto real de los fondos europeos en ámbitos como la innovación, la sostenibilidad, la educación o la cohesión social. Ejemplos representativos son los vídeos sobre la construcción de la pasarela de [Cuesta Maneli](#), [los vídeos de infraestructura educativas de la Agencia Pública Andaluza de Educación](#), el reportaje sobre el [Plan de bioclimatización y energías renovables en centros educativos andaluces](#) o el vídeo sobre el proyecto [Espacio Alzheimer Andalucía](#).

Asimismo, se han desarrollado acciones basadas en **formatos de storytelling**, con el objetivo de humanizar la comunicación y situar a las personas beneficiarias en el centro del relato. En este sentido, destacan iniciativas como el bloque **#HistoriasConFondo**, los vídeos de [“La Voz del Beneficiario”](#), impulsados por la Dirección General de Fondos Europeos, las píldoras de [proyectos de éxito de la Agencia Andaluza de la Energía](#) o el bloque de micropíldoras [Historias de aquí, Europa](#). Estas acciones han permitido dar visibilidad a testimonios directos de beneficiarios y entidades ejecutoras, reforzando el reconocimiento social de la aportación del FEDER en la vida cotidiana de la ciudadanía andaluza.

Las redes sociales también han sido un canal clave para la **difusión de ayudas y convocatorias cofinanciadas**, combinando publicaciones orgánicas con contenidos audiovisuales explicativos y testimoniales. A modo de ejemplo, un [vídeo tutorial sobre cómo realizar una solicitud de incentivos en el Programa “Andalucía es más”](#) o el [reportaje sobre las ayudas cofinanciadas dirigidas a artesanos/as andaluces](#), difundido a través de distintos canales sociales con el objetivo de facilitar la comprensión de las convocatorias y ampliar su alcance entre potenciales beneficiarios.

De manera complementaria, se han desarrollado **campañas de comunicación específicas** apoyadas en redes sociales para dar respuesta a contextos de especial relevancia económica y social. Por ejemplo, se llevó a cabo una campaña sobre las [ayudas para compensar el sobrecoste energético de electricidad y gas natural](#), dirigida a pymes y personas trabajadoras autónomas. Esta campaña combinó la difusión en redes sociales con otros canales digitales y de audio, alcanzando resultados muy significativos en términos de alcance e interacción. En conjunto, la campaña superó ampliamente los objetivos previstos, alcanzando cerca de 5 millones de impresiones, más de 59.000 clics y elevados porcentajes de consecución de los *KPIs* establecidos, lo que evidenció la eficacia de las redes sociales como herramienta para amplificar mensajes clave en periodos de alta demanda informativa.

Paralelamente, **las distintas consejerías, sus entidades y organismos adscritos de la Junta de Andalucía** han contribuido a la difusión de actuaciones cofinanciadas con FEDER **a través de sus propios canales en redes sociales**, mediante la publicación de vídeos, infografías e imágenes de proyectos desarrollados en sus respectivos ámbitos. Esta difusión ha reforzado la visibilidad del FEDER y ha ampliado el alcance territorial y sectorial de los mensajes asociados a los fondos europeos.

2.3 Eventos y actos públicos

La celebración de eventos y actos públicos ha constituido uno de los principales canales presenciales para llegar a los públicos objetivo del Programa y reforzar la visibilidad del FEDER en Andalucía. Estos actos han tenido como finalidad poner en valor la contribución de los Fondos Europeos al desarrollo económico, social y territorial de la región, acercando a la ciudadanía los resultados de las actuaciones cofinanciadas y ofreciendo **espacios de información directa, divulgación y participación**.

A lo largo del periodo 2014–2020, los eventos han permitido dotar de visibilidad a proyectos financiados, difundir hitos relevantes de gestión y reforzar el conocimiento del papel de la Unión Europea. Asimismo, se han aprovechado **efemérides y momentos clave del calendario** como oportunidades de alto impacto para la comunicación pública, especialmente aquellas vinculadas a la identidad europea.

Estos actos han actuado, además, como una herramienta útil para facilitar la interacción entre responsables de gestión, beneficiarios, agentes sociales y ciudadanía, contribuyendo a la transparencia y a la comprensión del valor añadido de la financiación europea en el territorio.

Entre las actuaciones más relevantes destaca la **celebración anual del Día de Europa**, que se consolidó como un hito recurrente en la comunicación sobre fondos europeos. Estos actos institucionales permitieron visibilizar el papel de la Unión Europea en Andalucía, reforzar la identidad europea y divulgar los resultados de los programas cofinanciados, contando con la participación de responsables institucionales,

así como de beneficiarios y agentes clave. La celebración del Día de Europa se configuró, además, como un espacio para la **difusión de buenas prácticas y para el reconocimiento del impacto de los fondos en distintos ámbitos de actuación**.

Asociado al evento institucional, anualmente se celebró el concurso escolar sobre carteles, dibujo, ideas, narrativa y fotografía asociados al Día de Europa, para participantes de 4º de Primaria a 4º de Secundaria de todos los centros escolares andaluces, en colaboración con la consejería de Educación. Con el objetivo de incrementar la dimensión europea entre el alumnado andaluz, haciéndolos copartícipes de la celebración europea y fomentando el acercamiento e integración al resto de países de la UE.

Como culminación del periodo de programación, se organizó el [evento de cierre del marco 2014–2020](#), celebrado en Sevilla. Este acto supuso un hito desde el punto de vista comunicativo, al permitir presentar de manera conjunta los principales resultados del Programa Operativo FEDER de Andalucía 2014–2020, compartir aprendizajes y poner en valor el impacto de los fondos europeos en Andalucía. El evento contó con la participación de representantes de la Junta de Andalucía, del Ministerio de Hacienda y de la Comisión Europea, así como de beneficiarios y agentes implicados en la ejecución de los proyectos, contribuyendo a reforzar la rendición de cuentas y la transparencia ante la ciudadanía.

Asimismo, a lo largo del periodo se han llevado a cabo actos institucionales vinculados a **la puesta en marcha y ejecución de proyectos cofinanciados**, como inauguraciones de infraestructuras, actos de colocación de primeras piedras o presentaciones públicas de actuaciones relevantes. Algunos ejemplos de este tipo de actuaciones son: [la inauguración del nuevo colegio de La Juaida en Viator](#) o [la puesta en servicio el carril bici junto a la Ronda Sur de Granada por la Consejera de Fomento, Articulación del Territorio](#). Estos eventos han permitido visibilizar de forma tangible el apoyo del FEDER en el territorio, reforzando la identificación de la Unión Europea con inversiones concretas y de impacto directo en la vida cotidiana de la ciudadanía.

Otro ámbito destacado ha sido la **organización de jornadas, seminarios y sesiones informativas dirigidas a potenciales beneficiarios**, orientadas a dar a conocer ayudas y convocatorias cofinanciadas con Fondos Europeos, como por ejemplo, el [webinar informativo](#) para dar a conocer los requisitos que deben cumplir los documentos justificativos de las ayudas al comercio, hostelería y a la artesanía. Estos encuentros, celebrados tanto en formato presencial como en modalidad online en los últimos años del periodo, facilitaron el acceso a la información, resolvieron dudas sobre los procedimientos de solicitud y contribuyeron a ampliar el alcance de las convocatorias entre pymes, entidades locales, agentes sociales y otros colectivos interesados.

2.4 Soportes publicitarios

Los soportes publicitarios constituyen un instrumento esencial para garantizar la visibilidad de la financiación europea en el territorio y asegurar el cumplimiento de las obligaciones de información y publicidad establecidas para beneficiarios en el marco del Reglamento (UE) nº 1303/2013 y su Anexo XII (apartado 2.2).

La colocación de **carteles, placas explicativas o vallas** ha contribuido a consolidar una imagen homogénea y reconocible de la política de cohesión, reforzando la transparencia y facilitando que la ciudadanía identifique de manera directa el apoyo del FEDER en actuaciones concretas desplegadas en Andalucía.

2.5 Boletines digitales

Durante el periodo 2014–2020, los boletines y publicaciones digitales han constituido un canal específico de comunicación para la difusión periódica de información relacionada con los Fondos Europeos y, en particular, con el Programa Operativo FEDER de Andalucía. Este canal ha permitido **trasladar contenidos**

de carácter divulgativo e informativo a públicos especializados y a personas y entidades interesadas en la gestión y ejecución de los fondos, mediante un formato estructurado y de fácil acceso.

A través de los boletines digitales se ha difundido información relativa a proyectos cofinanciados, buenas prácticas, avances en la ejecución de los programas, noticias institucionales y novedades procedentes de la Comisión Europea, complementando así los contenidos publicados en el portal web y en otros canales de comunicación digital. Su periodicidad ha facilitado un seguimiento continuado de la actividad vinculada a los Fondos Europeos y ha contribuido a reforzar la coherencia y continuidad de los mensajes institucionales. En todo el marco se distribuyeron **120 boletines mensuales**.

Este canal ha permitido, además, segmentar y fidelizar audiencias, alcanzando a públicos específicos mediante el envío directo de contenidos por correo electrónico, lo que ha reforzado la capacidad de difusión del Programa y ha favorecido una comunicación más directa con beneficiarios, organismos gestores, agentes sociales y otros actores implicados en la política de cohesión en Andalucía.

Por otro lado, durante el periodo, también se editaron **16 números de la revista digital *Huella***, centrados en contenidos relacionados con los Fondos Europeos en Andalucía en el marco 2014–2020. Esta publicación se concibió como una herramienta de comunicación periódica dirigida a públicos interesados en la política de cohesión, incorporando **entrevistas, análisis temáticos, casos de Buenas Prácticas y noticias procedentes de la Comisión Europea**, así como información sobre proyectos y actuaciones cofinanciadas en el ámbito autonómico. La revista *Huella* permitió profundizar en los contenidos desde un enfoque divulgativo, aportando contexto y análisis más allá del formato informativo inmediato, y alcanzó una **distribución de 9.571 contactos mediante correo electrónico**, lo que evidencia su capacidad de alcance entre públicos especializados y agentes implicados.

En los últimos años del periodo de programación, esta acción evolucionó hacia la edición y publicación semestral de la **revista “Andalucía. Objetivo Europa”**, concebida como una herramienta de comunicación orientada a **reforzar el conocimiento general sobre la política de cohesión y sus efectos en el territorio andaluz**. Esta publicación adoptó un enfoque más global y transversal, poniendo el acento en el impacto de los Fondos Europeos en Andalucía y en la contribución de la Unión Europea al desarrollo regional, con un lenguaje accesible y orientado a un público amplio.

2.6 Medios de comunicación

Los medios de comunicación han desempeñado un papel relevante como canal de difusión externa, actuando como altavoces de la información institucional asociada al Programa Operativo y contribuyendo a ampliar el alcance más allá de los canales propios de la Junta de Andalucía.

La relación con los medios se ha canalizado tanto mediante la publicación y difusión de información a través de los canales institucionales de noticias de la Junta de Andalucía, como mediante la colaboración directa con medios para la realización de **entrevistas, reportajes y campañas de comunicación** orientadas a dar a conocer proyectos, resultados o iniciativas relevantes, reforzando la visibilidad del FEDER mediante formatos de amplio alcance.

Uno de los principales instrumentos de comunicación ha sido la **publicación de noticias en el [portal de la Junta de Andalucía](#)**, utilizado de manera sistemática por los distintos órganos gestores para dar visibilidad a las actuaciones cofinanciadas con FEDER. Este portal ha actuado como **canal primario de difusión**, desde el que se ha informado sobre el inicio de proyectos, la consecución de hitos relevantes durante su ejecución, la inauguración o puesta en servicio de infraestructuras, así como sobre los avances generales en la ejecución de los programas.

También se ha desarrollado una **colaboración activa con distintos medios de comunicación**, tanto públicos como privados, para la elaboración de entrevistas, reportajes y contenidos divulgativos orientados a

visibilizar proyectos cofinanciados y poner en valor el impacto de los Fondos Europeos en el territorio. Entre las actuaciones más destacadas se encuentra la colaboración con **Canal Sur Televisión** en el programa «[Este es mi pueblo](#)» y los [microespacios Fondos Europeos en Canal Sur](#), que permitieron acercar a la ciudadanía, especialmente en entornos rurales, ejemplos concretos de actuaciones financiadas con Fondos Europeos y su contribución al desarrollo local. Así como diversas acciones de comunicación relevantes como espacios especiales por la [celebración del Día de Europa](#) en programas de máxima audiencia, [spots publicitarios](#), y la emisión del [vídeo de ejecución del PO FEDER 14-20](#). Asimismo, se llevaron a cabo inserciones en medios de prensa escrita, como el diario **20 Minutos**, con ediciones y contenidos específicos orientados a dar visibilidad a proyectos cofinanciados en determinadas localidades y comarcas.

En cuanto a la radio, se emitieron entrevistas en programas matutinos de gran audiencia con responsables de proyectos cofinanciados para transmitir la importancia y el efecto de las inversiones europeas en la vida de los andaluces.

Como actuación especialmente relevante, el cierre del marco de programación se acompañó de una **campaña de comunicación específica bajo el lema «[Lo que nos mueve](#)»**, orientada a reforzar el conocimiento y la percepción positiva de los Fondos Europeos entre la ciudadanía. La campaña se desarrolló a través de múltiples canales digitales y de audio, alcanzando un impacto muy significativo, con **más de 10 millones de impresiones y más de 375.000 escuchas en radio**. Esta acción permitió sintetizar de forma narrativa y emocional los principales logros del periodo 2014–2020, poniendo el foco en los beneficios tangibles generados por la cofinanciación europea en Andalucía y reforzando el vínculo entre la política de cohesión y la mejora de la calidad de vida de la ciudadanía.

2.7 Redes de comunicación

Las redes de comunicación han sido un canal clave para asegurar la **coordinación, coherencia y mejora continua** en la aplicación de la Estrategia de Comunicación durante el periodo 2014–2020. Estas redes han permitido el intercambio de experiencias, la difusión de criterios comunes, la sistematización de buenas prácticas y la toma de decisiones consensuadas en materia de información y publicidad, contribuyendo a mejorar la eficacia y homogeneidad de la comunicación de los Fondos Europeos.

A nivel nacional, la red **GERIP (Grupo Español de Responsables de Información y Publicidad)**, reunía a las personas responsables de comunicación vinculadas a los Fondos Estructurales y de Inversión Europeos en España. Esta red ha cumplido una función estructural como foro de coordinación, discusión y generación de orientaciones comunes, actuando como puente informativo entre los participantes nacionales y las redes europeas de comunicación.

En el ámbito europeo, las redes **INFORM (FEDER)** e **INIO (FSE)** constituyeron espacios de referencia para el intercambio de información y directrices a nivel comunitario. La participación en estas redes ha contribuido a garantizar la alineación con los enfoques y orientaciones de la Comisión Europea y a facilitar el aprendizaje compartido entre Estados miembros y regiones.

En el ámbito autonómico, la Junta de Andalucía impulsó la **Red RETINA**, constituida como un grupo de responsables técnicos en materia de información y publicidad e integrado por representantes de los órganos gestores del FEDER y del FSE. Esta red ha tenido un papel relevante en la organización y despliegue de la Estrategia de Comunicación regional, así como en las actividades de seguimiento y evaluación de las actuaciones, reforzando la sensibilización interna, la coordinación entre gestores y la difusión de buenas prácticas.

3.1 Evaluación de la comunicación durante el periodo 2014–2020

El sistema de evaluación de las actuaciones de información y comunicación desarrolladas en el marco del Programa Operativo FEDER de Andalucía 2014–2020, se ha llevado a cabo a través del **seguimiento periódico de los indicadores de comunicación a través de la aplicación INFOCO2014** y en la realización de **evaluaciones específicas de la Estrategia de Comunicación**, que han permitido analizar el grado de cumplimiento de los objetivos y la adecuación de las medidas aplicadas a lo largo del periodo.

3.1 Evaluaciones realizadas

Durante el periodo de programación se han llevado a cabo **dos evaluaciones de la Estrategia de Comunicación**:

- **Evaluación Intermedia de la Estrategia de Comunicación de los Programas Operativos FEDER y FSE de Andalucía 2014–2020**, realizada en **julio de 2020**, cuyo objetivo fue analizar el grado de avance de la Estrategia, identificar posibles desviaciones respecto a los objetivos previstos y formular recomendaciones orientadas a mejorar la eficacia de las actuaciones de comunicación en la segunda mitad del periodo.
- **Evaluación Final de la Estrategia de Comunicación de los Programas Operativos FEDER y FSE de Andalucía 2014–2020**, realizada en **diciembre de 2023**, que permitió valorar de manera global el desempeño de la Estrategia a lo largo de todo el marco de programación, el grado de cumplimiento de los objetivos establecidos y la contribución de las actuaciones de comunicación a la visibilidad del Programa y al conocimiento del papel de la Unión Europea.

Ambos informes de evaluación se encuentran **publicados en la web de Fondos Europeos de la Junta de Andalucía**.

Según el informe de la Evaluación Final de la Estrategia de Comunicación de los Programas Operativos FEDER y FSE de Andalucía 2014–2020, el **nivel de ejecución presupuestaria** de la Estrategia **ha superado ampliamente el presupuesto indicativo estimado**. Este desajuste viene derivado, principalmente, de la contabilización de acciones ejecutadas por los órganos gestores que no estaban previstas. No obstante, existe coherencia entre los gastos imputados y las tipologías de acciones desarrolladas, habiéndose destinado la mayor parte del gasto registrado en INFOCO2014 a actuaciones que implican un mayor coste, como son la organización de actividades y actos públicos, la realización de acciones de difusión, y la utilización de soportes publicitarios. Entre estas tres tipologías de actividades han absorbido el 95,9% del presupuesto ejecutado.

3.2 Indicadores de realización, resultado e impacto

La siguiente tabla muestra el cuadro resumen de los indicadores de realización y de resultado de las acciones de comunicación desarrolladas en el marco del Programa Operativo FEDER Andalucía 2014-2020, correspondientes al periodo comprendido entre el 1 de enero de 2014 y el 31 de diciembre de 2022, tal y como recoge el informe de Evaluación Final de la Estrategia de Comunicación de los Programas Operativos FEDER y FSE de Andalucía 2014–2020:

Tabla 1. Cuadro resumen de indicadores de realización y resultados (1/1/14 a 31/12/22)

Actividad	Indicador de realización	Programación	Ejecución (Total)	Ejecución (%)	Indicador de resultado	Programación	Ejecución (Total)	Ejecución (%)	Montante estimado
1	Nº actividades y actos públicos	985	916	93,0 %	Nº de asistentes	94.000	393.221	418,3 %	21.297.550

2	Nº de acciones de difusión	3.100	4.725	152,4 %	—	—	—	—	13.193.996
3	Nº de publicaciones externas realizadas	590	789	133,7 %	% publicaciones distribuidas / editadas	100,0 %	99,6 %	99,6 %	1.719.808
					Nº puntos de distribución	53	63	118,9%	
4	Nº de páginas Web	24	11	45,8 %	Nº de Visitas	260.000	275.095	105,8 %	17.738
5	Nº de soportes publicitarios	2.030	2.386	117,5 %	—	—	—	—	6.474.718
6	Nº de documentación interna distribuida	765	602	78,7 %	% de organismos cubiertos	100,0 %	99,4 %	99,4 %	5.272
7	Nº de redes de información y publicidad	4	4	100,0 %	Nº de reuniones / Nº asistentes	91 / 84	61 / 67	67,0 % / 80,3 %	21.572

Fuente: DG Fondos Europeos

A partir de esta visión global, el análisis detallado por tipologías de actuación permite concretar cómo se ha materializado este grado de ejecución en los distintos indicadores, atendiendo tanto al volumen de acciones desarrolladas como a su alcance y resultados obtenidos:

En relación con **las acciones presenciales y eventos**, se llevaron a cabo **916 actividades y actos públicos** frente a una programación inicial de 985, lo que supone un grado de ejecución del 93%. Estas actuaciones permitieron alcanzar un volumen de asistentes muy superior al previsto inicialmente: más de **393.000 personas**, frente a las 94.000 programadas, lo que representa un incremento significativo del alcance de este tipo de acciones y evidencia una elevada capacidad de convocatoria e interés por parte de la ciudadanía y los públicos objetivo.

Las **acciones de difusión** superaron ampliamente las previsiones iniciales. Se ejecutaron **4.725 acciones**, con un incremento notable en los últimos años, alcanzando más de un 150% en el grado de ejecución. Este dato pone de manifiesto un refuerzo progresivo de las iniciativas de comunicación a lo largo del periodo, adaptándose a las necesidades de visibilidad del programa y a los distintos canales disponibles.

En relación con la **producción editorial y de materiales informativos**, se realizaron **789 publicaciones externas**, superando la programación inicial de 590. La mayor realización de estas publicaciones se ha traducido en su distribución en un número de puntos que supera a los programados (118,9%), consiguiendo prácticamente alcanzarse el objetivo establecido para el final del período de distribuir y/o editar todas las previstas (99,6%).

La **comunicación digital a través de páginas web y medios online** presenta resultados diferenciados. Aunque el número de páginas web desarrolladas fue inferior a lo inicialmente previsto, el indicador de resultados asociado —el número de visitas— superó las expectativas, alcanzando **más de 275.000 visitas** frente a las 260.000 programadas.

Respecto a los **soportes publicitarios**, se ejecutaron **más de 2.300 soportes**, superando la programación inicial, lo que contribuyó a reforzar la imagen y la visibilidad del FEDER en Andalucía a través de formatos gráficos y físicos distribuidos en distintos territorios y contextos.

En el ámbito de la **comunicación interna y dirigida a organismos y entidades**, la distribución de documentación interna alcanzó **cerca del 80% de lo programado**, mientras que el porcentaje de **organismos cubiertos se situó prácticamente en el 100%**.

Finalmente, las **redes de información y publicidad alcanzaron el 100% de ejecución** respecto a lo programado, si bien el número de reuniones y asistentes fue inferior al previsto inicialmente, alcanzando un 67%, debido principalmente al impacto de la pandemia y a los procesos de reestructuración interna de la Junta de Andalucía.

Por otro lado, **el impacto de la Estrategia en la ciudadanía ha sido positivo**, ya que se han alcanzado las metas fijadas para el período de programación 2014-2020 en cuanto al conocimiento del papel desempeñado por la UE en el desarrollo económico y social de Andalucía. Una **amplia mayoría de la población andaluza (76,7%) tiene conocimiento de que Andalucía recibe financiación de la UE para contribuir a su progreso económico y social**, superando en 6 puntos el valor establecido como objetivo para el final del período 2014-2020. Atendiendo al grado de conocimiento de los distintos fondos, el FEDER, se consolida como más reconocido por la ciudadanía andaluza a lo largo de este período de programación con un 62,9%, superando el valor objetivo en más de 12 puntos porcentuales.

4. Buenas prácticas

2016	1. Callejero Digital de Andalucía Unificado (CDAU).
2017	1. Jornada de Transferencia de Resultados de Trabajos de Vitivinicultura. 2. Construcción de Carril Bici en El Ejido, Almería. 3. Sustitución del CEIP Nuestra Señora de los Dolores (Íllora, Granada).
2018	1. Construcción y puesta en marcha del Centro de Educación Infantil y Primaria “Ágora” (Burguillos, Sevilla). 2. Centro de Educación Infantil y Primaria “Escultor César Molina Megías” (Churriana de la Vega, Granada). 3. Nueva pasarela ciclo peatonal sobre la autovía SE-30 (Sevilla). 4. Programa Puertas Verdes en municipios andaluces. 5. Sellado del Vertedero “La Victoria” (Chiclana de la Frontera, Cádiz). 6. Conservación y puesta en valor de la Sinagoga de Córdoba. 7. “En Buena Edad” Plataforma Online para mayores de 65 años. 8. Centro de Transferencia Empresarial “El Olivillo”. Universidad de Cádiz.
2019	1. Obras de intervención en el anfiteatro de Itálica; Sector Oeste y entorno de la Puerta Libitinaria (Sevilla). 2. Base Cartográfica de Andalucía (BCA). 3. Reforma del área de urgencias del Centro de Salud de Las Cabezas de San Juan (Sevilla). 4. Centro de Participación Activa (Úbeda, Jaén). 5. Andalucía Turismo. Campaña verano 2018. 6. Mejora y refuerzo del firme en la A-6052 (Jaén). 7. Obra de reforma de espacios educativos de Ciclos Formativos en el IES Juan Rubio Ortiz de Macael (Almería). 8. Variante de Roquetas de Mar (Almería). 9. Mejora del acceso al puerto de Rota y reordenación de espacios (Cádiz). 10. Punto limpio de Torredonjimeno (Jaén).

2020	1. Estación de recarga para VEI mediante recarga fotovoltaica (Huércal de Almería). 2. PLAnd COVID-19, una plataforma online para combatir la pandemia desde Andalucía. 3. Centro educativo Flor de Azahar (Estación de Cártama, Málaga). 4. Consolidación y puesta en valor del recinto amurallado y castillo de Belalcázar 5. Embarcadero en el río Guadalquivir (Algallarín, Córdoba). 6. Actuación integral de eficiencia energética en la Asociación VALE (Dúrcal, Granada). 7. Espacio Alzheimer Andalucía. 8. Rehabilitación de viviendas y local comercial en centro histórico de Cádiz.
2021	1. Mejora energética de 100 viviendas de promoción pública en la barriada “Antonio Muro” (Puerto Real, Cádiz). 2. Construcción, desarrollo y puesta en explotación de una residencia de estudiantes en Sevilla.
2022	1. Transformación de una infraestructura eléctrica en una red inteligente en Escúzar. 2. Actuaciones combinadas de eficiencia energética de gran alcance en concesionario y taller de automóviles Motores Cádiz S.A. (Cádiz). 3. Actuación de eficiencia energética en la iluminación interior de diferentes centros de distribución de alimentación tu súper. Fuente Vaqueros, Dúrcal y Granada (Granada). 4. Actuación integral de mejora energética en industria del sector agroalimentario andaluz. Fábrica de envasado de aceite de oliva en Dos Hermanas (Sevilla). 5. Mejora energética del proceso de obtención de aceite de oliva en almazara en la cooperativa Virgen de la Villa en Martos (Jaén). 6. Construcción de nuevo centro educativo de infantil y primaria (Viator, Almería). 7. Centro de interpretación Camarón de la Isla (San Fernando, Cádiz).
2023	1. Trambahía. 2. Centro Dólmenes Antequera. 3. Actuaciones de mejora energética en los edificios municipales y las infraestructuras de Palma del Río. 4. Ahorro energético en la producción de nieve Sierra Nevada. 5. Aprovechamiento de energías renovables para la movilidad sostenible en residencia de estudiantes. 6. Ampliación de espacios educativos en el IES Lauretum de Espartinas. 7. Actuaciones de defensa del río Guadalhorce frente a inundaciones. 8. Red de Experimentación y Transferencia de cítricos de Andalucía. 9. Adquisición máquinas pisa pistas híbridas y/o eléctricas para el ahorro de energía.