

CÓMO COMUNICAR LA AECID

Directrices para acciones de
comunicación de entidades socias



MINISTERIO
DE ASUNTOS EXTERIORES, UNIÓN EUROPEA
Y COOPERACIÓN



cooperación
española

ÍNDICE

01 Introducción

3 - 4

02 Qué comunicamos
y con qué objetivos

5 - 7

03 Actividades

8 - 10

04 Elementos clave
de identidad visual

11 - 16

05 Aspectos Jurídicos

17 - 18

06 Datos de interés

19



01

02

03

04

05

06

01

INTRODUCCIÓN

Todas las entidades beneficiarias de la financiación de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID) tienen la obligación general de reconocer el origen de los fondos y garantizar la visibilidad de la financiación recibida. El objetivo de esta guía es ofrecer orientaciones comunes a las entidades socias que ejecutan acciones exteriores financiadas por la Agencia, así como a instituciones y entidades colaboradoras en acciones de comunicación.

La guía responde también a la necesidad de consolidar una estrategia de comunicación coherente, moderna y eficaz, que acerque la cooperación internacional al conjunto de la ciudadanía, fomentando su conocimiento, identificación y participación. Se alinea con el [Plan Director de la Cooperación Española para el Desarrollo Sostenible y la Solidaridad Global 2024-2027](#), y con el nuevo Estatuto de la Agencia.

En algunas intervenciones, la AECID actúa en el marco de cooperación delegada o en iniciativas impulsadas junto a la Unión Europea u organismos internacionales, por ejemplo del sistema de Naciones Unidas. En estos casos, la comunicación debe ajustarse a los requisitos de visibilidad y rendición establecidos por las entidades delegantes o cofinanciadoras, respetando siempre la identidad institucional de la AECID y las pautas de coordinación definidas en cada programa. Esta guía también ofrece criterios que ayudan a clarificar estos escenarios y a determinar quién lidera la comunicación en cada contexto.

Cómo comunicar la AECID

01 Introducción

02 Qué comunicamos y con qué objetivos

03 Actividades

04 Elementos clave de identidad visual

05 Aspectos Jurídicos

06 Datos de interés

La estructura de la guía tiene una finalidad práctica:

- qué comunicamos y para qué;
- cómo trasladarlo con enfoque de derechos, igualdad y ética;
- cuándo y a quién en función de cada situación;
- con qué formatos y plantillas;
- y bajo qué protocolos para garantizar verificación, coordinación y protección de datos e imagen.

En definitiva, esta guía es una herramienta común para alinear voces, simplificar procesos y sumar coherencia.

La AECID se reserva el derecho a solicitar, en cualquier momento, la retirada total o parcial de su visibilidad institucional en cualquiera de los productos, materiales o acciones de comunicación, cuando concurren razones de seguridad, contexto, adecuación institucional, reputación o cualquier otra circunstancia que así lo aconseje, con independencia de las obligaciones de visibilidad establecidas en la presente guía.



01

02

03

04

05

06

02

QUÉ COMUNICAMOS Y CON QUÉ OBJETIVOS

La AECID es la piedra angular de la Cooperación Española. Trabaja en alianza con actores de todo tipo (gobiernos y administraciones, organismos multilaterales sociedad civil, academia, sector privado, etc.), canaliza la solidaridad de la sociedad española y orienta su gestión a resultados. Su labor se desarrolla en países y regiones prioritarios dentro del marco del Plan Director de la Cooperación Española vigente en cada momento y combina cooperación para el desarrollo, acción humanitaria, y educación para el desarrollo y la ciudadanía global desde una lógica de alianzas horizontales y rendición de cuentas. La comunicación es fundamental para impulsar una cooperación eficaz, innovadora y con impacto, y es indispensable para la transparencia y rendición de cuentas hacia la ciudadanía española y las de los países socios donde la AECID desempeña su trabajo.

En el contexto actual, una buena comunicación estratégica acerca la cooperación a la sociedad, fortalece la confianza y rinde cuentas, combate la desinformación y facilita la participación, cuestiones todas ellas de gran importancia. Por ello, la AECID apuesta por un modelo de comunicación que contenga mensajes claros, accesibles y positivos que muestren resultados con datos y testimonios, evitando tecnicismos y estereotipos.

En las intervenciones en cuya difusión participa directamente la AECID y que contengan previsiones de comunicación conjuntas con otras entidades –ONGD, empresas, gobiernos locales, instituciones públicas u organismos internacionales–, han de consensarse unos contenidos mínimos: los contenidos y materiales de comunicación deben construirse sobre valores, mensajes y objetivos compartidos, con un enfoque coherente y una identificación clara de los públicos estratégicos. Este consenso permite mantener la unidad del relato y reforzar la credibilidad de la cooperación española en cualquier contexto.

01 Introducción

02 Qué comunicamos y con qué objetivos

03 Actividades

04 Elementos clave de identidad visual

05 Aspectos Jurídicos

06 Datos de interés



Es importante destacar que toda acción de comunicación debe desarrollarse dentro del marco legal vigente, respetando la normativa española y europea, por ejemplo en materia de contratación pública, autoría, derechos de imagen, protección de datos y periodos electorales, así como la legislación local en los países donde se ejecuten las intervenciones. En caso de que las normativas locales o de los socios establezcan requisitos más exigentes —siempre que no vulneren los derechos fundamentales—, se deberán aplicar esos estándares como referencia.

OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

Las acciones de comunicación sobre intervenciones con financiación de la AECID deben definir **objetivos claros, medibles y coherentes** con la intervención, que sean realistas, pero a la vez suficientemente ambiciosos para aportar valor a la acción.

PÚBLICOS DESTINATARIOS

Una adecuada **identificación y segmentación de los públicos destinatarios** es fundamental para asegurar la eficacia de la estrategia de comunicación. Se recomienda realizar un **análisis previo de los públicos**, para conocer sus intereses, valores y motivaciones, y así adaptar el enfoque narrativo de manera que los mensajes resulten relevantes y comprensibles.

01 Introducción

02 Qué comunicamos y con qué objetivos

03 Actividades

04 Elementos clave de identidad visual

05 Aspectos Jurídicos

06 Datos de interés

ENFOQUE

Cuando se lleven a cabo acciones de comunicación conjunta, se debe especificar el enfoque estratégico que se utilizará para alcanzar los objetivos definidos. Este enfoque debe basarse en las características de los públicos destinatarios y en la manera más efectiva de conectar con ellos.

- **Selección de canales**

Una comunicación eficaz requiere situarse allí donde el público ya se encuentra. Entre los canales habituales se incluyen medios tradicionales, prensa escrita, televisión, redes sociales, actos públicos, espacios comunitarios o plataformas digitales.

- **Adaptación del contenido**

Cada canal y cada público requieren un tipo de contenido específico. El contenido puede adoptar múltiples formatos: fotografías, vídeos, infografías, publicaciones breves, artículos, testimonios, historias de impacto, entre otros.

- **Redes y multiplicadores**

Se recomienda identificar a los actores que pueden contribuir a amplificar el mensaje: medios de comunicación locales y nacionales, organizaciones de la sociedad civil, instituciones académicas, empresas, entidades públicas, socios europeos o multilaterales, entre otros. Colaborar estratégicamente con estos multiplicadores refuerza la credibilidad y aumenta el alcance.

Los contenidos comunicativos en los que se involucra a la AECID deben cuidar la dignidad y la igualdad: lenguaje inclusivo y no paternalista, evitar estereotipos, visibilizar voces diversas (incluida infancia y personas con diversidad funcional) y asegurar consentimiento informado para testimonios, imágenes y vídeos.

En línea con el Plan Director de la Cooperación Española 2024-2027, este enfoque se refleja de forma transversal, con **especial prioridad a la triple transición social, ecológica y económica, desde un enfoque feminista, de derechos humanos y de reconocimiento de la diversidad cultural. También se profundizará en el trabajo en materia de sostenibilidad medioambiental.**

Los contenidos presentarán una atención especial a la protección de datos personales, al uso responsable de imágenes (en particular cuando involucren a menores) y a la validación ética de la información. De este modo, la comunicación de la AECID contribuye a un tratamiento respetuoso y coherente con los derechos humanos.

01
02
03
04
05
06

03

ACTIVIDADES

Las intervenciones pueden requerir actividades de comunicación muy diversas, no existe un formato único aplicable. Las acciones de comunicación deben diseñarse siempre en función de los objetivos definidos, del público destinatario y de las características específicas de la intervención.

En el caso de las actividades previstas de forma conjunta con la AECID, estas deberán ser analizadas y acordadas previamente, de modo que se garantice la coherencia institucional, se maximice el impacto y se refuerce el valor añadido para ambas partes.



01 Introducción

02 Qué comunicamos y con qué objetivos

03 Actividades

04 Elementos clave de identidad visual

05 Aspectos Jurídicos

06 Datos de interés

RELACIONES CON MEDIOS DE COMUNICACIÓN

La comunicación de las intervenciones financiadas o cofinanciadas por la AECID debe reflejar de manera visible y coherente la participación de la Agencia y cumplir con los principios de transparencia, reconocimiento institucional y rigor informativo.

Además, cuando la AECID se involucre de forma directa en la comunicación de una intervención deberán coordinarse las actuaciones de difusión de forma conjunta, salvo que AECID establezca expresamente una excepción.

NOTAS DE PRENSA

Las notas o comunicados de prensa, generalmente emitidas en momentos clave de una intervención, son esenciales para reforzar la visibilidad de la intervención, así como el papel de la AECID.

Las entidades socias tienen la obligación general de facilitar toda la información, datos técnicos y documentación de apoyo que AECID pueda requerir sobre las intervenciones, en aras de su difusión.

Como pautas generales:

- Incluir una **mención del papel de la AECID (financiadora, colaboradora, organizadora...)**, de forma proporcional a su participación en la acción que se va a comunicar y, en todo caso, en el **cuerpo de la nota**.
- Si se incluye una **declaración o cita institucional (quote)**, deberá ofrecerse a la AECID la incorporación también una **declaración de un representante de la AECID** o, en su caso, de la Oficina de Cooperación Española correspondiente.



RUEDAS DE PRENSA

En los casos en los que se celebre una rueda de prensa de una intervención financiada por la AECID, cuando se incluyan elementos de visibilidad de los entes participantes en una intervención, deberá incluirse también la visibilidad de AECID de manera clara y de forma proporcional a su papel, en condiciones equivalentes a las del resto de entidades presentes.

01 Introducción

02 Qué comunicamos y con qué objetivos

03 Actividades

04 Elementos clave de identidad visual

05 Aspectos Jurídicos

06 Datos de interés

COMUNICACIÓN DIGITAL

La difusión de las intervenciones financiadas por AECID se realiza principalmente a través de sus canales oficiales digitales, incluidos sus sitios web institucionales (sede y OCE), y perfiles en redes sociales. La AECID puede solicitar a las entidades socias contenidos, materiales visuales y formatos adecuados para su publicación en estos canales oficiales.

COMUNICACIÓN WEB

Las entidades socias deberán dar visibilidad en sus propios sitios web a las intervenciones financiadas por AECID que tengan en marcha. Igualmente, AECID podrá requerir a las entidades socias los textos, imágenes, gráficos u otros recursos para su uso en sus propias plataformas digitales.

El contenido web específico de cada intervención debe ofrecer una **descripción clara del contexto, objetivos y resultados**, destacando el valor añadido de la acción y el impacto generado. La información deberá presentarse de forma **objetiva, comprensible y atractiva**, apoyándose en datos, logros verificables e hitos relevantes, y evitando formulaciones excesivamente técnicas o el uso innecesario de jerga especializada.



REDES SOCIALES

Se recomienda a las entidades socias el uso de sus redes sociales para difundir contenidos relacionados con las intervenciones financiadas por AECID durante toda la duración de la intervención.

Las publicaciones sobre intervenciones financiadas o cofinanciadas por la AECID deberán procurar mostrar el apoyo financiero o técnico de la Agencia. En las publicaciones debe mencionarse y/o etiquetarse el perfil institucional de AECID correspondiente (servicios centrales u OCE), según el caso.

EVENTOS

Las acciones de comunicación pueden incluir tanto la organización de eventos propios como la participación en actos promovidos por otras entidades, siempre que estén alineados con los objetivos de comunicación de la intervención.

El material utilizado durante el evento (pancartas, señalética, carteles, materiales impresos, etc.) debe cumplir con los requisitos de visibilidad de AECID, incluyendo el uso correcto del logotipo institucional y de la declaración de financiación correspondiente.

01

02

03

04

05

06

04

ELEMENTOS CLAVE DE IDENTIDAD VISUAL

El logotipo de AECID es el elemento visual esencial para identificar la procedencia de la financiación y garantizar la adecuada presencia institucional de la Agencia. Todas las entidades socias deben emplearlo siguiendo estas directrices y el Manual de Identidad Corporativa de la AECID.

Como norma general, y salvo aprobación expresa de AECID, no se permitirá utilizar otros logotipos o identidades visuales con el propósito de resaltar la aportación de la Agencia. Salvo indicación en sentido contrario por parte de la AECID, el logotipo deberá incluirse en los materiales y actividades de comunicación relacionados con la intervención de manera que se asegure que el apoyo de AECID quede claramente reconocido.

Cuando AECID participe como único financiador, su logotipo deberá situarse en el área de mayor visibilidad. En intervenciones cofinanciadas junto a otros colaboradores, el logotipo de AECID deberá tener una presencia equivalente a la de las demás entidades contribuyentes. La disposición final de los logotipos se establecerá de forma conjunta entre los socios, respetando siempre los criterios de visibilidad establecidos.

La excepción de las obligaciones en materia de visibilidad solo está permitida en circunstancias excepcionales de seguridad, protección o sensibilidad local, que deberán determinarse caso por caso. Estas excepciones se aplicarán especialmente en los casos de actuaciones en materia de acción humanitaria.

Los materiales que utilicen el logotipo de AECID deberán incorporar las cláusulas de exención de responsabilidad establecidas en estas directrices, garantizando así la correcta atribución institucional y el cumplimiento de los requisitos formales.

01 Introducción

02 Qué comunicamos y con qué objetivos

03 Actividades

04 Elementos clave de identidad visual

05 Aspectos Jurídicos

06 Datos de interés

SOPORTES Y EJEMPLOS DE USO DE LA IDENTIDAD GRÁFICA

PANELES INFORMATIVOS, PANCARTAS Y SOPORTES

Los **paneles informativos** deben ofrecer una explicación clara de los objetivos principales de la intervención y de la estructura de gestión de la intervención financiada. Se ubicarán de una forma que permita una visibilidad directa para que cualquier persona pueda comprender de manera sencilla la finalidad de la actuación y el papel de la Agencia. Estos paneles deben instalarse en los accesos o puntos de entrada a la zona donde se desarrolla la actividad y permanecer visibles desde el inicio de la actividad hasta, como mínimo, su finalización. Asimismo, deberán utilizarse en exposiciones, ferias, eventos públicos, entradas de centros formativos, oficinas de proyecto o cualquier espacio vinculado a la difusión de la intervención.

En eventos públicos, conferencias, inauguraciones u otras actividades promocionales en el marco de la intervención financiada por la AECID, las **pancartas o telones de fondo** deberán mostrar de manera destacada el logotipo de AECID. La colocación debe asegurar que estos elementos sean visibles tanto para el público presente como para los materiales audiovisuales que se produzcan.

PLACAS CONMEMORATIVAS

En el caso de infraestructuras o equipamientos permanentes –como centros de salud, viviendas, carreteras, instalaciones educativas o edificios institucionales– deberá colocarse una **placa o elemento distintivo** que reconozca su contribución.

Estas placas deben instalarse en el lugar de mayor visibilidad (preferentemente la entrada principal) y, cuando sea posible, durante el acto de inauguración oficial. La placa debe incluir el logotipo de AECID y la leyenda correspondiente:

«Financiado/con apoyo de/cofinanciado por la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID)».



01 Introducción

02 Qué comunicamos y con qué objetivos

03 Actividades

04 Elementos clave de identidad visual

05 Aspectos Jurídicos

06 Datos de interés



VEHÍCULOS, SUMINISTROS Y EQUIPOS

Los **vehículos, equipamientos y suministros** utilizados o entregados en el marco de intervenciones financiadas por AECID deben estar identificados de forma clara, salvo por razones de seguridad.

La visibilidad debe ser suficiente para permitir el reconocimiento por parte de beneficiarios, autoridades locales y ciudadanía.

Cuando la donación de uno o varios vehículos constituya específicamente uno de los productos finales de la acción, la visibilidad de la AECID deberá mantenerse hasta 5 años después de haber finalizado la acción.



PUBLICACIONES

El logotipo de AECID y la declaración de financiación adecuada deberán aparecer en todas las **publicaciones impresas o digitales** relacionadas directamente con intervenciones financiadas por la Agencia: informes, folletos, boletines, cartelería, documentos técnicos, entre otros.

Cuando una publicación más amplia (por ejemplo, un informe anual o una memoria institucional de un socio) incluya información sobre una intervención financiada por AECID, se deberá indicar expresamente esta relación mediante la referencia de financiación correspondiente.

En todos estos casos se aplicará también la **cláusula de exención de responsabilidad** prevista en las directrices de comunicación.



ACTIVOS DIGITALES

Se consideran **activos digitales** todos aquellos contenidos almacenados en formato digital que se utilicen para la difusión o promoción de una intervención: sitios web, vídeos, materiales visuales, infografías, contenidos para redes sociales, etc.

En los activos digitales directamente vinculados a intervenciones financiadas por AECID deberá aparecer siempre el logotipo institucional y la declaración de financiación que corresponda. Cuando se trate de plataformas o contenidos más amplios en los que se incluya una intervención financiada por AECID, aunque no sea su único foco, deberá reflejarse igualmente la financiación de forma clara y diferenciada.

01 Introducción

02 Qué comunicamos y con qué objetivos

03 Actividades

04 Elementos clave de identidad visual

05 Aspectos Jurídicos

06 Datos de interés

MATERIAL AUDIOVISUAL Y FOTOGRÁFICO

Toda imagen debe contar con autorización expresa de la persona interesada para el uso de su imagen, especialmente en el caso de menores.

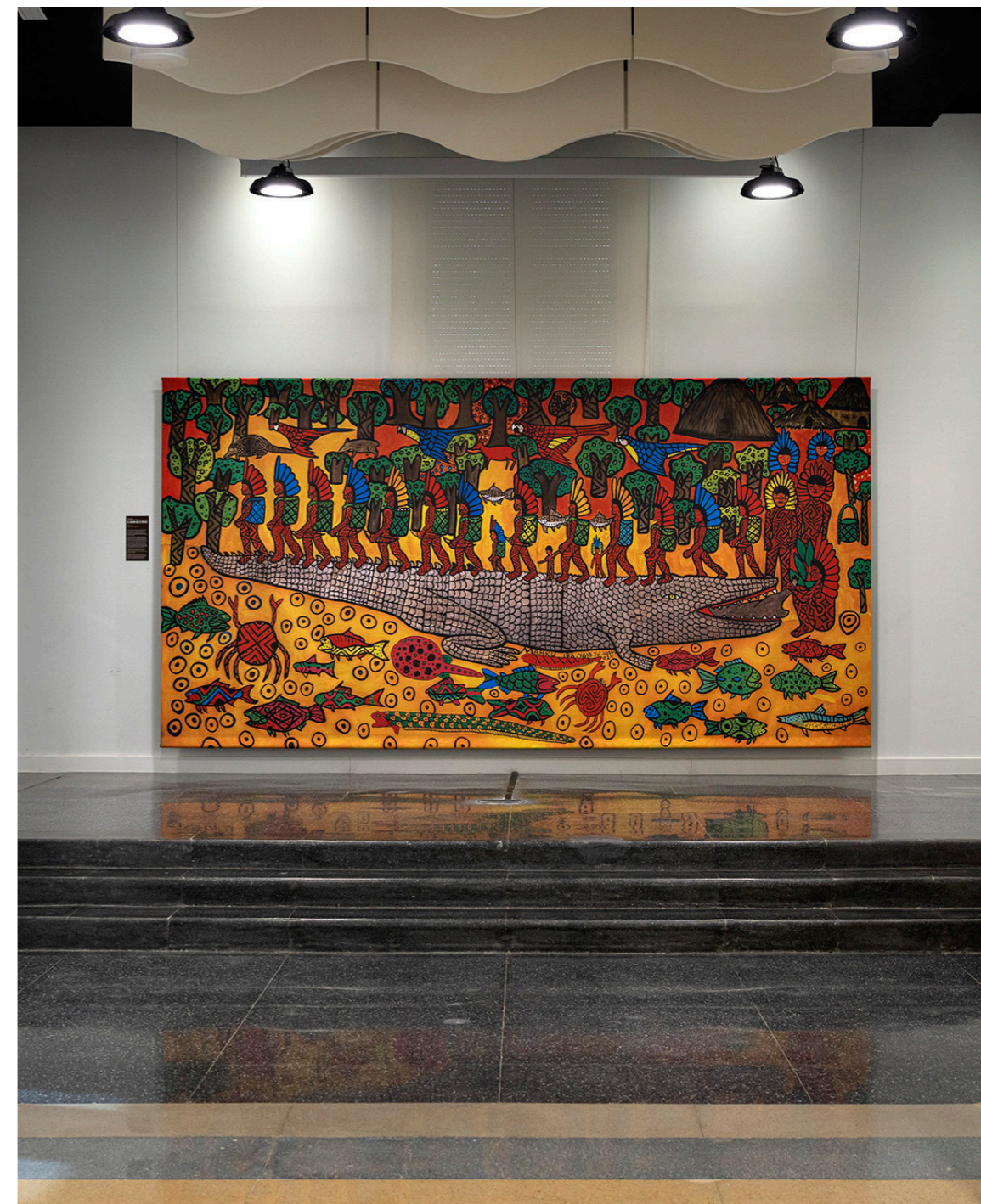
Las imágenes deben mostrarse desde una mirada respetuosa, evitando enfoques sensacionalistas o paternalistas.

Las entidades socias deben asegurarse de que todas las acciones de comunicación cumplen con todos los requisitos legales, incluyendo los derechos de propiedad intelectual.

En producciones audiovisuales conjuntas con implicación directa de la AECID junto a la entidad, deberán acordarse los tiempos de aparición y orden de logos o créditos con las partes implicadas. El logotipo de AECID deberá aparecer de forma visible al inicio y/o al cierre de estas producciones. Junto al logotipo se incluirá la declaración correspondiente, «Con apoyo de la AECID».

Igualmente, en los casos de las piezas audiovisuales o fotográficas conjuntas, estas deberán ser revisadas por la unidad de la AECID con la que se realizan y, cuando proceda, por la División de Comunicación y Redes.

En las exposiciones de fotografía, la AECID debe estar claramente identificada como entidad financiadora en los anuncios, programas, invitaciones, sitios web, blogs, folletos, etc., tanto en línea como en el lugar del evento antes de su publicación.



01 Introducción

02 Qué comunicamos
y con qué objetivos

03 Actividades

04 Elementos clave
de identidad visual

05 Aspectos Jurídicos

06 Datos de interés



01 Introducción

02 Qué comunicamos y con qué objetivos

03 Actividades

04 Elementos clave de identidad visual

05 Aspectos Jurídicos

06 Datos de interés

CONVIVENCIA INSTITUCIONAL Y ORDEN DE PRECEDENCIA

La AECID participa en muchas intervenciones junto a la Unión Europea (por ejemplo en el marco de programas de cooperación delegada) y otras instituciones internacionales, como agencias de Naciones Unidas y otros organismos multilaterales.

En estos casos, deben respetarse las normas de visibilidad establecidas por la entidad delegante o cofinanciadora, sin perder la identificación de la AECID.

Pautas generales:

- En las iniciativas de **cooperación delegada de la UE**, prevalecen las normas de visibilidad europeas. La AECID debe figurar como entidad implementadora o cofinanciadora, según lo previsto en el acuerdo.
- En actos públicos, materiales o comunicados con varios actores, se deberá respetar el **orden de precedencia institucional**, dando prioridad a las entidades financiadoras principales, seguidas por las implementadoras y socias.
- En caso de duda, la División de Comunicación y Redes **de la AECID** podrá orientar sobre el protocolo adecuado y la presentación conjunta de logos o mensajes.



01

02

03

04

05

06

05

ASPECTOS JURÍDICOS

La AECID podrá utilizar los materiales de comunicación y visibilidad producidos en el marco de las intervenciones que financia, incluso cuando la titularidad de dichos materiales corresponda a las entidades socias.

La autoría y propiedad intelectual seguirán perteneciendo a la entidad ejecutora salvo que los contratos o convenios establezcan lo contrario (por ejemplo, en contratos de servicios donde se especifique la cesión de derechos).

DERECHOS DE IMAGEN EN GRABACIONES, FOTOGRAFÍAS Y SONIDO

Cuando el material de comunicación de intervenciones financiadas por la AECID incluya datos personales reconocibles (imágenes, voces u otros atributos identificables), la entidad socia deberá:

- Obtener el consentimiento formal, informado y documentado de las personas involucradas.
- En caso de menores, recabar el consentimiento de las personas que ejerzan la autoridad o tutela parental.
- Conservar dichas autorizaciones y presentarlas a AECID si fueran requeridas.
- Asegurar que la obtención del consentimiento cumple con la normativa legal aplicable, incluida la legislación nacional y los estándares de protección de datos, prevaleciendo la normativa más garantista en cada caso.
- Antes de reproducir imágenes de edificios, obras de arte u otros elementos protegidos, la entidad socia deberá confirmar que cuenta con los derechos o permisos necesarios de los titulares correspondientes.

01 Introducción

02 Qué comunicamos y con qué objetivos

03 Actividades

04 Elementos clave de identidad visual

05 Aspectos Jurídicos

06 Datos de interés

CLÁUSULAS DE EXENCIÓN DE RESPONSABILIDAD

La AECID se reserva el derecho de desvincularse de una determinada actividad o campaña de comunicación en las situaciones descritas anteriormente. Además, la AECID no es responsable del contenido final elaborado por las entidades socias en los materiales de comunicación vinculados a acciones financiadas o cofinanciadas por la Agencia.

Por ello, deberá incluirse una cláusula estándar de exención de responsabilidad, traducida al idioma local cuando sea necesario

«Esta publicación/video/acción comunicativa ha sido financiada/ cofinanciada por la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID). Su contenido es responsabilidad exclusiva de <nombre de la entidad autora> y no refleja necesariamente la posición oficial de AECID.»

Para sitios web y cuentas de redes sociales, se usará la siguiente:

«Este/a <sitio web/cuenta> ha sido financiado/a / cofinanciado/a por la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID). Su contenido es responsabilidad exclusiva de <nombre de la entidad autora> y no refleja necesariamente la posición oficial de AECID.»

PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

Se deberá evitar, en los casos en los que la AECID participe directamente en la difusión, la difusión de mensajes o acciones que puedan considerarse publicidad institucional improcedente, de acuerdo con la [Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional](#).

Esto incluye, entre otros casos, las comunicaciones que:

- Supongan promoción personal de autoridades o cargos públicos.
- Se emitan durante periodos electorales en España.
- No estén directamente relacionadas con los fines o competencias de la cooperación.
- Puedan comprometer la seguridad, la dignidad o los derechos de las personas participantes en la intervención.

Estas limitaciones garantizan una comunicación institucional ética, legal y respetuosa con la función pública que representa la AECID.

ABREVIATURAS

AECID	Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo
OCE	Oficinas de la Cooperación Española
ONGD	Organizaciones No Gubernamentales para el Desarrollo.
UE	Unión Europea

01

02

03

04

05

06

06

DATOS DE INTERÉS



Manual de identidad corporativa

Contacto para consultas: comunicacion.entidades@aecid.es

CÓMO COMUNICAR LA AECID

Directrices para acciones de
comunicación de entidades socias

